

Septembre 2003

Analyse de la plate-forme ENET

Auftraggeber:

Bundesamt für Energie BFE, 3003 Bern

Auftragnehmer:

evaluanda, Hugo de Senger 3, 1205 Genève

Inkei Communication, Richemont 10, 1202 Genève

Autoren:

Joëlle Mathey

Sami Kanaan

Eric Zellweger

Denis Inkei

Begleitgruppe:

Christophe de Reyff, Bundesamt für Energie BFE

Maya Jegen, Bundesamt für Energie BFE

Gerhard Schriber, Bundesamt für Energie BFE

Der Anhang dieser Evaluation ist als PDF zu finden unter:

<http://www.energie-schweiz.ch/internet/00135/index.html?lang=de>

Diese Studie wurde im Rahmen der Evaluationen des Bundesamts für Energie BFE erstellt.
Für den Inhalt ist allein der/die Studiennehmer/in verantwortlich.

Bundesamt für Energie BFE

Worbentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern

Tel. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · office@bfe.admin.ch · www.admin.ch/bfe

Vertrieb: BBL, Vertrieb Publikationen, 3003 Bern · www.bbl.admin.ch/bundespublikationen
Bestellnummer 805.546.f / 09.03 / 100

Table des matières

Résumé / Zusammenfassung	5
Avant-propos	21
1 Introduction	23
1.1 Contexte général	23
1.2 Acteurs ENET	24
1.3 Objectifs du mandat et organisation du rapport	25
1.4 Enjeux particuliers de cette évaluation	26
2 Méthodologie	28
2.1 Les prestations d'ENET	28
2.2 Analyse structurelle	29
2.3 Analyse de la transmission de l'information	29
2.4 Analyse du point de vue des acteurs	30
2.5 Analyse du point de vue des bénéficiaires	31
2.6 Analyse coûts-bénéfices	31
3 Les prestations ENET en détail	32
3.1 Service des publications	32
3.1.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités	32
3.1.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies	32
3.1.3 Evaluation de la transmission d'information	33
3.1.4 Evaluation de la mise en relation	33
3.1.5 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs	33
3.1.6 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des acteurs externes	34
3.1.7 Ressources et analyse coûts-bénéfices	34
3.1.8 Recommandations opérationnelles	36
3.1.9 Eléments de réflexion stratégique	36
3.2 Magazine ENET-News	37
3.2.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités	37
3.2.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies	37
3.2.3 Evaluation de la transmission d'information	38
3.2.4 Evaluation de la mise en relation	38
3.2.5 Evaluation de la structure de la revue	39
3.2.6 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs	40
3.2.7 Le point de vue des abonnés	40
3.2.8 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des acteurs externes	41
3.2.9 Ressources et analyse coûts-bénéfices	42
3.2.10 Recommandations opérationnelles	42
3.2.11 Eléments de réflexion stratégique	42
3.3 Site Internet	44
3.3.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités	44
3.3.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies	44
3.3.3 L'évaluation de la transmission d'information	45
3.3.4 Evaluation de la mise en relation	46
3.3.5 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs	46
3.3.6 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et acteurs externes	48
3.3.7 Ressources et analyse coûts-bénéfices	48
3.3.8 Recommandations opérationnelles	50
3.3.9 Eléments de réflexion stratégique	50
3.4 News-Ticker	51
3.4.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités	51
3.4.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies	51

3.4.3	L'évaluation de la transmission d'information	52
3.4.4	Evaluation de la mise en relation	52
3.4.5	Garantie de qualité, conformité avec les objectifs	52
3.4.6	Le point de vue des abonnés	52
3.4.7	Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des acteurs externes	53
3.4.8	Ressources et analyse coûts-bénéfices	54
3.4.9	Recommandations opérationnelles	54
3.4.10	Éléments de réflexion stratégique	55
3.5	Service de presse	56
3.5.1	Objectifs, organisation générale et responsabilités	56
3.5.2	Mise en œuvre, procédures et stratégies	57
3.5.3	Evaluation de la transmission d'information	57
3.5.4	Evaluation de la mise en relation	58
3.5.5	Garantie de qualité, conformité avec les objectifs	58
3.5.6	Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des mandataires	58
3.5.7	Ressources et analyse coûts-bénéfices	59
3.5.8	Recommandations opérationnelles	60
3.5.9	Éléments de réflexion stratégique	60
3.6	Service des manifestations	61
3.6.1	Objectifs, organisation générale et responsabilités	61
3.6.2	Mise en œuvre, procédures et stratégies	61
3.6.3	Garantie de qualité, conformité avec les objectifs	62
3.6.4	Points de vue des RD&CP de l'OFEN	62
3.6.5	Ressources et analyse coûts-bénéfices	63
3.6.6	Recommandations opérationnelles	63
3.6.7	Éléments de réflexion stratégique	63
3.7	Transfert technologique	65
3.7.1	Objectifs, organisation générale et responsabilités	65
3.7.2	Mise en œuvre, procédures et stratégies	65
3.7.3	Garantie de qualité, conformité avec les objectifs	66
3.7.4	Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des mandataires	67
3.7.5	Ressources et analyse coûts-bénéfices	68
3.7.6	Recommandations opérationnelles	69
3.7.7	Éléments de réflexion stratégique	69
4	La plate-forme ENET	70
4.1	La cohérence de la plate-forme	70
4.1.1	L'opinion des RD&CP	70
4.1.2	L'opinion des acteurs du groupe relais	70
4.1.3	L'opinion du groupe scientifique	71
4.2	Identification et visibilité d'ENET	71
5	Exemples étrangers	73
5.1	TEKES-ENET	73
5.2	NOVEM-ENET	74
5.3	Evaluation de la mise en relation	74
6	Conclusions	76
6.1	Sous l'angle de la communication	76
6.2	Sous l'angle de l'analyse coûts-bénéfices	76
6.3	Constats généraux	77
6.4	Développement de scénarios	78
6.4.1	Scénario 1 : statu quo amélioré	78
6.4.2	Scénario 2 : Renforcement de l'axe Transfert Technologique	79
6.4.3	Scénario 3 : Rénovation complète de la plate-forme ENET	80

Résumé

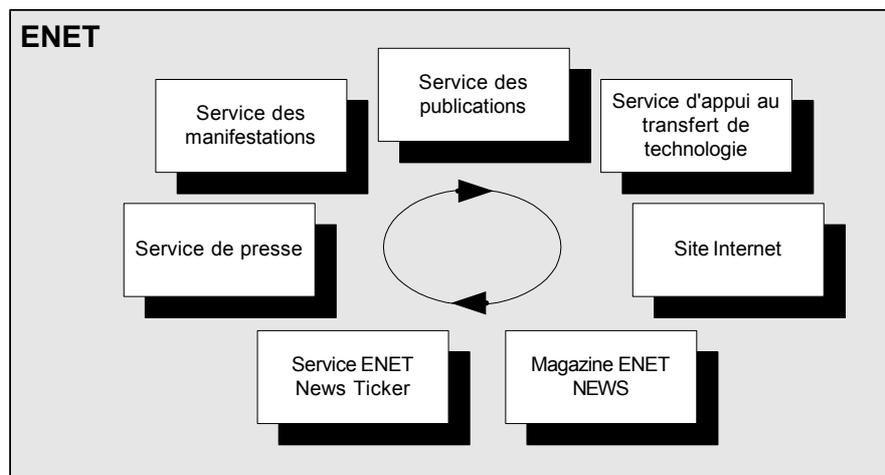
Mandat

ENET constitue une plate-forme visant à créer des liens entre les secteurs de la recherche énergétique et de l'économie. Agissant sur mandat de l'Office fédéral de l'énergie (OFEN), ENET est l'instrument privilégié de transfert des résultats de la recherche auprès des acteurs du marché. Pour remplir son mandat, ENET a développé différentes prestations et utilise plusieurs canaux de communication. Depuis 2000, elle est gérée par un consortium de deux mandataires principaux.

La présente évaluation donne suite à une requête de l'OFEN, qui souhaite tirer un bilan intermédiaire de la qualité et de la pertinence des prestations fournies par les mandataires, notamment du point de vue de l'adéquation de l'offre aux attentes de l'OFEN, mais également des publics-cible.

Méthodologie

ENET est la plate-forme centrale du processus de diffusion des dernières avancées technologiques issues de la recherche financées par le secteur public. Pour remplir son mandat, ENET développe différentes prestations et utilise plusieurs canaux de communication. Chacune des prestations de la plate-forme ENET a été analysée en détail :



Les objectifs, la structure et les activités d'ENET pouvant être comparés à une structure opérationnelle de communication, les outils d'ENET ont été analysés dans une perspective systémique des pratiques de la communication. A ces fins, les analyses suivantes ont été menées :

- Analyse structurelle: examen de l'organisation générale de la plate-forme dans l'optique de l'OFEN et des mandataires
- Analyse de la transmission de l'information: examen particulier de la plate-forme sous l'angle de la transmission d'information et de la mise en relation émetteur-récepteur
- Analyse de la mise en œuvre: examen des processus opérationnels de gestion des prestations, du point de vue des acteurs associés à leur mise en œuvre

- Analyse des prestations: examen des résultats en regard des attentes (mandant, RD&CP, bénéficiaires)
- Analyse coûts-bénéfices: examen de la relation entre le coût de chaque prestation et son "bénéfice" sous l'angle de la cohérence (adéquation du coût par rapport aux objectifs) et de l'efficacité (adéquation du coût par rapport aux prestations).

Service de publications

Le service des publications récolte, systématise et met à disposition sous forme de bibliographies, rapports et brochures les résultats issus de la recherche énergétique. Ce service vise principalement les chercheurs, les professionnels provenant de l'économie et de l'industrie et les intéressés à la recherche énergétique en général. Cette prestation est à l'origine du concept ENET créé en 1988 pour répondre à un besoin croissant d'archivage et de mise à disposition publique des résultats de la recherche énergétique soutenue par le secteur public. Une procédure de validation des publications disponibles par les responsables de domaine et chefs de programme de l'OFEN garantit la fiabilité, l'exhaustivité et l'actualité du service.

La recherche de documentation est facilitée grâce à la segmentation par thème, l'existence de fiches signalétiques et la possibilité de gérer un compte de commande. Les possibilités de recherche automatique, de téléchargement et de commande en ligne facilitent et favorisent la diffusion des informations. La base de données des publications est mise en réseau avec la base de données d'adresses, l'utilisateur peut ainsi facilement accéder à l'adresse complète d'un grand nombre de chercheurs qui sont à l'origine des rapports de recherche. Cette fonction favorise la mise en relation entre l'émetteur et le récepteur des résultats de la recherche, élément très positif. Deux points peuvent être améliorés : d'une part la mise en page, différente du reste du site Internet, perturbe l'identification à une source unique. D'autre part, le moteur de recherche pourrait être perfectionné afin de permettre des recherches avancées.

L'opportunité de transférer la responsabilité du service des publications à un organisme public (bibliothèque universitaire par exemple) a été évoquée à de nombreuses reprises, notamment pour utiliser au mieux les capacités des structures existantes et également pour tenter de diminuer les coûts relatifs à cette prestation. La question de l'autonomie dont bénéficie le service des publications actuel, ainsi que le haut niveau de la qualité de la prestation sont des éléments à prendre en compte si cette réflexion est menée.

ENET-News

Le magazine ENET-News publie des reportages, des rapports, des articles contenant des suggestions concrètes, etc. sur l'ensemble du domaine de la recherche énergétique publique et de sa mise en pratique. Il constitue également un vecteur d'information sur le contexte international de la recherche et le développement énergétique.

Sous l'angle de la communication, l'analyse de l'outil révèle que la transmission de l'information est facilitée par la structure du magazine : les différents thèmes sont traités régulièrement, certains sous forme de dossier ; l'équilibre entre textes, iconographies et photographies est adéquat, favorisant l'accès à l'information. Le magazine propose une large variété de thèmes, offrant ainsi une vision complète des programmes de l'OFEN. Ce magazine offre de nombreuses possibilités de mise en relation. Les auteurs des articles sont clairement identifiés et une adresse permet une prise de contact directe. Le lecteur retrouve régulièrement les mêmes rubriques, ce qui permet une fidélisation au support et l'intégration de la recommandation de 1996 portant sur un besoin de hiérarchisation du contenu et des thèmes du magazine.

Du point de vue des publics-cible visés, le magazine atteint son objectif. Les abonnés au magazine sont surtout des professionnels divers et des personnes intéressées par la problématique au sens large. La principale difficulté en termes de contenu réside dans l'atteinte d'un équilibre entre les articles de vulgarisation et les articles spécialisés et très techniques, ainsi que dans l'équilibre entre les sujets qui traitent de la recherche et ceux qui relatent des expériences d'application concrète. Cette difficulté est principalement due au fait que les profils socioprofessionnels des abonnés sont très divers (grand public versus public « averti »).

Si les lecteurs et lectrices sont pour une très grande majorité satisfaits de la qualité de la présentation du magazine, ils estiment que cette revue devrait être imprimée sur du papier recyclé ou plus fin, avec moins de couleurs. En termes d'impact, une grande majorité des répondants estime que la lecture du magazine ENET-News a des effets perceptibles. Les informations transmises par ce vecteur permettent ainsi aux lecteurs d'approfondir leurs connaissances des résultats de la recherche énergétique. En ce qui concerne la mise en pratique de ces connaissances, les répondants sont un peu plus sceptiques et leur appréciation est plus nuancée.

Site Internet

Le site Internet d'ENET vise l'ensemble des publics-cible en proposant différents modes de diffusion des résultats de la recherche en matière énergétique. Il s'agit d'une interface entre les producteurs de recherches et tous les utilisateurs potentiels, le site intègre les différents outils de communication utilisés dans le projet ENET (magazine, catalogue des publications, News-Ticker, calendrier des manifestations). L'objectif est de favoriser les relations entre les différents acteurs du monde de la recherche et de fournir une information adéquate en fonction des cibles sélectionnées.

Hormis ses services spécifiques (magazine ENET-News, catalogue des publications, calendrier des manifestations, News-Ticker service), le site internet ne répond pas aux objectifs de communication escomptés. Les points négatifs sont les suivants : manque d'interactivité, manque d'information sur les acteurs, difficulté de compréhension des différents organismes liés à l'OFEN, pas de relais de la politique énergétique de l'OFEN, problèmes techniques freinant la navigation, confusion des langues, manque de maintenance (pas de corrections des erreurs techniques, pas d'évolution dans les liens proposés), pas de temporalité courte. Il y a également une difficulté d'accès à ce site, le site d'ENET n'est pas accessible par son nom, mais par une définition allemande de ce que représente le projet: « energieforschung ». Précisons que le nom de domaine « ENET » n'est pas disponible sur le web et que le mandat tel que définit par le cahier des charges ne prévoit pas d'inclure d'éléments interactifs.

Dans le cadre du projet ENET, Internet devrait être identifié comme l'outil réunificateur par excellence de toutes les actions d'information et de communication. Actuellement, un grand potentiel de synergies entre ces actions demeure largement sous-exploité.

News-Ticker

Le service News-Ticker a pour objectif d'informer régulièrement les abonnés des résultats de recherches particulièrement prometteurs, des dernières publications de l'OFEN en matière de recherche énergétique ainsi que des manifestations à venir.

Le flux d'information est régulier et contribue à une meilleure information sur la recherche énergétique. L'information est ciblée et adéquate dans la mesure où c'est l'utilisateur qui choisit ses thèmes de préférence. Toutefois, les informations concernant les liens proposés sont peu nombreuses et pour se faire une idée précise du contenu, il faut accéder au site proposé. Le bulletin ne propose pas de lien permettant d'accéder au site ENET, alors que cela permettrait une valorisation du site. De même, il n'est pas offert à l'utilisateur un lien lui permettant d'accéder directement à la page de sélection des thèmes, soit pour qu'il puisse les changer, soit pour se désabonner du bulletin électronique.

Le traitement de ce service est informatisé. La mise en page est inexistante, sans logos ni image, le texte est en allemand. Aucun message de mise en relation (bienvenue, salutations, etc.) n'est inséré. Ces éléments rendent la communication anonyme. Pour l'utilisateur francophone ou italophone, la relation est perturbée par le fait que la quasi-totalité des liens proposés renvoient à des sites en allemand. La page du site Internet permettant l'inscription est d'ailleurs exclusivement en allemand. Le potentiel de l'outil Internet n'est pas totalement exploité : les formulaires d'inscription aux manifestations ou de commande de publication qui sont attachés aux messages électroniques ne peuvent pas être envoyés par e-mail, ce qui oblige l'utilisateur à changer de support de communication.

Le bulletin électronique est un moyen de communication fréquemment utilisé et l'idée du ENET News-Ticker connaît un certain succès. Cependant, il est nécessaire de définir les objectifs de cette prestation, des critères de contenu, ainsi que de pertinence et de crédibilité des sources d'information, afin d'éviter de se fondre dans la masse de plus en plus dense de bulletins électroniques.

Service de presse

Le service de presse vise la diffusion de communiqués de presse ainsi que le placement d'articles dans la presse spécialisée et grand public. Le choix des thèmes pour les communiqués de presse suit de près les priorités données dans le magazine ENET-News, tandis que les articles visent l'information sur les nouvelles installations pilote et de démonstration financées par le secteur public.

Ce service garantit une présence médiatique continue des thèmes liés à la recherche énergétique et, globalement, des activités de l'OFEN. L'étude de la revue de presse démontre cependant une forte prédominance des articles parus dans la presse spécialisée et à tirage souvent assez réduit. Par ailleurs, les communiqués de presse, dont il n'existe pas de revue de presse, ne sont envoyés qu'à la presse alémanique.

Les articles de la presse spécialisée sont cités par près de deux tiers des répondants à l'enquête auprès des abonnés ENET-News comme étant une source d'information privilégiée. Le travail de presse a donc un potentiel très important et l'on peut en déduire que cette prestation a une réelle utilité.

Service des manifestations

Le service des manifestations offre aux chefs de programme de l'OFEN un soutien logistique pour l'organisation et le suivi de séminaires, congrès et conférences dans le domaine de la recherche énergétique. Un calendrier des manifestations ENET permet aux acteurs intéressés de s'informer et de s'inscrire en ligne sur les manifestations dans le domaine de l'énergie.

Si l'évaluation réalisée en 1996 soulevait le haut degré de satisfaction par rapport à cette prestation, on peut relever qu'actuellement seul un nombre très restreint de RD&CP de l'OFEN recourt à ce service. Bien que les quelques manifestations organisées par ENET en 2002 témoignent d'un service de haute qualité, il est nécessaire de se pencher sur la redéfinition de ce service puisque qu'il n'est pratiquement plus sollicité par les RD&CP.

Transfert technologique

Ce service offre aux RD&CP un appui dans le transfert des résultats issus de la recherche énergétique vers le marché. Il est subsidiaire aux tâches de transfert technologique qui incombent aux RD&CP et prévoit des démarches aussi diverses que l'information, les relations publiques et le conseil et l'accompagnement des démarches de commercialisation.

Les objectifs de cette prestation sont partiellement atteints dans la mesure où seule une petite minorité des RD&CP de l'OFEN fait recours au service d'appui au transfert technologique proposé par ENET. Différentes raisons contribuent à la non-utilisation de cette prestation, la principale ayant trait au flou qui entoure le concept de transfert technologique. Les RD&CP ont pratiquement tous une définition différente de ce concept et ils relèvent un manque d'unité de doctrine. De part et d'autre, la non-utilisation des services d'ENET a également été identifiée comme étant la conséquence d'une situation de concurrence, sur le plan de la répartition des compétences, entre ENET et les RD&CP. Or, les résultats de l'analyse des besoins futurs en services ENET montre que cette répartition des compétences ne fait pas l'unanimité des interrogés et actuellement aucune proposition d'attribution formelle des tâches n'a été redéfinie du côté de l'OFEN.

Le service d'appui au transfert technologique souffre actuellement de l'absence d'une unité de doctrine et d'une répartition des tâches et des responsabilités pas bien définie. Ces divergences et désaccords contribuent à une utilisation très marginale des prestations prévues dans le cadre d'ENET.

La plate-forme dans l'ensemble

L'approche d'ENET dans son ensemble s'est révélée difficile dans la mesure où tant les acteurs participant à sa mise en oeuvre (RD&CP de l'OFEN, chercheurs, mandataires) que les bénéficiaires (abonnés ENET-News, abonnés News-Ticker, relais, etc.) ont relevé dès le début de notre travail la difficulté d'identifier une unité des services. Cette difficulté est liée au fait que ces acteurs sont utilisateurs ou fournisseurs d'une partie seulement des éléments d'ENET. Il en découle que chaque prestation est conçue et considérée comme indépendante des autres.

La plate-forme ENET est ainsi segmentée en plusieurs prestations autonomes, avec plusieurs mandataires agissant de manière indépendante. Hormis les RD&CP de l'OFEN, les acteurs et utilisateurs de prestations proposées dans le cadre d'ENET ne l'identifient pas comme une plate-forme globale visant à favoriser l'intégration des innovations de la recherche technologique dans la pratique.

Ce manque d'identification a plusieurs causes. La première a été identifiée par l'évaluation de la mise en relation entre l'émetteur et le récepteur. Notre analyse a démontré une confusion importante entre les différents vecteurs de mise en oeuvre de la politique énergétique (acteurs, programmes ou plate-formes: OFEN, ENET, Suisse Energie). Il n'existe pas d'organigramme général présentant la structure et les liens entre ces différents vecteurs. De plus, le site "energy-research.ch" ajoute à la confusion en présentant sur le même niveau des structures de niveau hiérarchique différent. Si l'émetteur n'est pas clairement identifié, la relation ne peut exister de façon harmonieuse car la connaissance du contexte - indispensable à toute interprétation d'un message - n'est pas assurée.

De plus, le nom de personnes de référence est rarement mentionné, de même que la possibilité d'entrer en contact avec un responsable (pas d'adresse e-mail depuis le site ou le News-Ticker Service, pas de responsable depuis le magazine). Au niveau de la forme, élément également indispensable pour créer une bonne relation, seul le magazine obtient une bonne appréciation. La navigation confuse du site Internet (liens inutiles, pages en allemand, hiérarchie peu convaincante), l'anonymat du bulletin sont autant de faiblesses empêchant une bonne identification d'ENET.

Conclusion

L'aspect le plus complexe dans le cadre de la réalisation de ce mandat a été l'approche d'ENET dans son ensemble. L'analyse et l'évaluation spécifiques des différentes prestations proposées sont intéressantes et utiles dans une optique d'amélioration concrète et immédiate de ces prestations, mais donne une vision segmentée d'ENET, ceci découlant de l'incapacité pour nos différents interlocuteurs de se prononcer sur une vision globale qui est censée sous-tendre ENET: mandat général, objectifs opérationnels, attentes, stratégies de mise en oeuvre, synergies entre prestations, monitoring, etc.

Les constats majeurs suivants ont nourri notre réflexion sur la formulation de recommandations sur un plan stratégique :

- L'évolution d'ENET est plus le résultat d'une accumulation de circonstances particulières et d'une évolution historique (changement de mandataire, nouvelles prestations proposées par les mandataires) que de demandes explicites de la part du mandant formel (OFEN), sur la base d'une stratégie évoluant selon un processus structuré et explicite.
- Les synergies potentielles entre les différents outils d'ENET sont actuellement sous-utilisées, et la cohérence entre les différentes prestations d'ENET n'est pas toujours apparente par rapport aux objectifs d'origine, indépendamment du fonctionnement de chaque prestation.
- Les publics-cible sont très divers et variés et leurs besoins très divers, et nous n'avons pas constaté l'existence d'une réflexion structurée et suivie sur l'adéquation entre ces outils, les publics-cible et leurs besoins, sur la base d'une vue d'ensemble d'ENET.
- La notion de transfert technologique est censée être l'élément transversal à tous les outils de la plate-forme ENET dans la mesure où la finalité d'ENET est l'aboutissement du TT, mais cette dimension ne semble pas présente de manière explicite et cohérente, au même degré, dans les différentes prestations d'ENET.

Ces quelques observations globales nous amènent à la formulation de trois scénarios futurs de la plate-forme ENET, scénarios d'après lesquels pourra s'orienter la réflexion stratégique portée sur ENET.

Scénario 1 : Statu quo amélioré

Toutes les prestations perdurent sous leur forme actuelle avec des améliorations ponctuelles, correspondant aux recommandations opérationnelles énoncées pour chaque prestation. L'évaluation est utilisée pour améliorer les prestations sur la base des points de vue collectés.

Scénario 2 : Renforcement de l'axe « transfert technologique »

La prestation « transfert technologique » est la plus controversée, tant du point de vue du mandataire que des RD&CP. Elle ne fait l'unanimité ni sur sa définition ni sur les modalités de sa mise en œuvre. Ce scénario prévoit alors d'importantes adaptations dans la prestation de TT.

Une solution passant par une mise en réseau de plusieurs acteurs actifs dans ce contrat paraîtrait plus performante qu'un contrat exclusif avec un seul bureau. Elle se justifie notamment par l'éventail des domaines liés à l'énergie qu'un seul bureau ne peut couvrir, aussi compétent soit-il. Cette solution s'accompagne du rapatriement de la fonction de coordination des activités de TT au sein de l'OFEN, qui occupe un rôle de « gate keeper » pour les RD&CP. Les offres de prestation font alors l'objet d'une mise en concurrence au cas par cas.

Dans cette optique, la notion de transfert technologique doit être définie de manière précise, quitte à admettre une diversité de méthodes et d'approches en fonction des thèmes et des cas.

Parallèlement, le pôle « communication et transmission de l'information » (magazine, service des publications, travail de presse, etc.) peut être renforcé par le biais des recommandations opérationnelles. Une interaction suffisante doit être assurée avec le pôle TT tel que décrit ci-dessus.

Scénario 3 : Rénovation complète d'ENET

Ce scénario vise une redéfinition complète d'ENET sur la base des attentes et des besoins de l'OFEN. Ce dernier doit clarifier ses attentes et les formuler de manière explicite, en tenant compte d'une part de l'expérience acquise d'ENET jusqu'à présent et, d'autre part, de l'évolution de ses priorités stratégiques.

Les éléments décrits dans le scénario intermédiaire sont repris ici, et s'ajoutent à une redéfinition stratégique du pôle « communication et transmission de l'information » dans la réalisation des prestations.

Cette approche représente une coupure avec une évolution itérative basée sur des facteurs historiques, circonstanciels ou conjoncturels qui sont aujourd'hui à la base d'un projet devenu un « agglomérat » dont la cohérence et la pertinence ne sont plus garanties.

Zusammenfassung

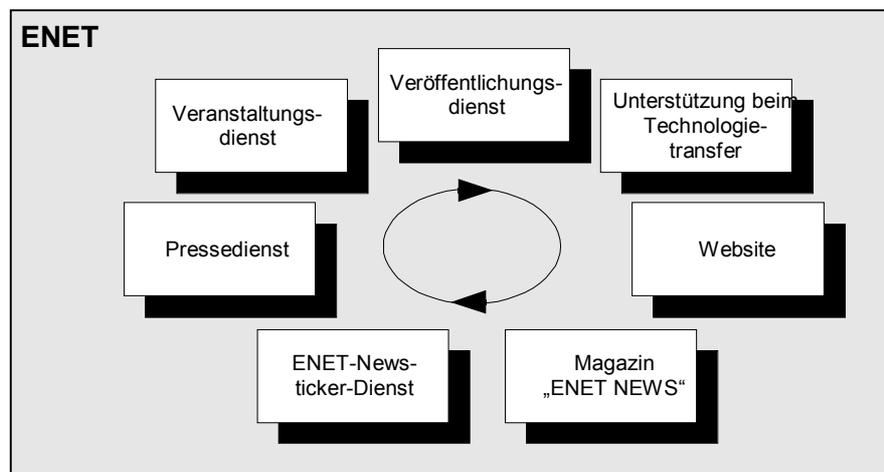
Mandat

ENET stellt eine Plattform dar, die Links zwischen der Energieforschung und der Wirtschaft bilden soll. Das im Auftrag des Bundesamtes für Energie (BFE) tätige ENET soll als Hauptwerkzeug für den Transfer von Forschungsergebnissen an Marktteilnehmer fungieren. Zu diesem Zweck hat ENET eine Palette von Leistungen entwickelt und bedient sich mehrerer Kommunikationskanäle. Seit dem Jahr 2000 wird es von einem Konsortium aus zwei Hauptbeauftragten verwaltet.

Die im folgenden dargelegte Beurteilung wurde auf Wunsch des BFE durchgeführt, das an einer Zwischenbilanz der Qualität und der Zweckdienlichkeit der von den Beauftragten bereitgestellten Leistungen interessiert ist; insbesondere soll beurteilt werden, inwieweit das Angebot den Erwartungen sowohl des BFE als auch der Zielgruppen gerecht wird.

Methodik

ENET bildet die zentrale Plattform für den Prozess der Weitergabe der neuesten technologischen Fortschritte, welche die mit öffentlichen Geldern finanzierte Forschung hervorgebracht hat. Zu diesem Zweck hat ENET eine Palette von Leistungen entwickelt und bedient sich mehrerer Kommunikationskanäle. Jede einzelne der Leistungen der ENET-Plattform wurde einer detaillierten Analyse unterzogen:



Da sich die Zielsetzungen, der Aufbau und die Aktivitäten von ENET mit einer operativen Kommunikationsstruktur vergleichen lassen, wurden die ENET-Werkzeuge einer systemischen Analyse unter dem Gesichtspunkt der kommunikativen Praxis unterzogen. Hierzu wurden die folgenden Analysen durchgeführt:

- Strukturelle Analyse: Überprüfung der Gesamtorganisation der Plattform aus dem Blickwinkel des BFE und der Beauftragten
- Analyse der Informationsweitergabe: insbesondere eine Untersuchung der Plattform unter dem Blickwinkel der Informationsweitergabe und der Kontaktaufnahme zwischen Urheber und Empfänger
- Analyse der Umsetzung: Überprüfung der operativen Prozesse zum Management der Leistungen vom Standpunkt der an deren Umsetzung beteiligten Akteure

- Analyse der Dienstleistungen: Überprüfung der Ergebnisse im Vergleich zu den Erwartungen (Auftraggeber, BL&PL, Nutzniesser)
- Kosten-Nutzen-Analyse: Überprüfung des Verhältnisses zwischen den Kosten jeder Leistung und deren „Nutzen“ unter dem Blickwinkel der Kohärenz (angemessener Aufwand im Verhältnis zu den Zielen) und der Effizienz (angemessene Kosten im Verhältnis zu den Leistungen).

Veröffentlichungsdienst

Der Veröffentlichungsdienst sammelt und systematisiert Ergebnisse der Energieforschung und stellt diese in Form von Bibliographien, Berichten und Broschüren zur Verfügung. Zielgruppe dieses Dienstes sind in erster Linie Forscher, Praktiker aus Wirtschaft und Industrie sowie alle, die sich ganz allgemein für Energieforschung interessieren. Dieser Dienst stand am Anfang des ENET-Konzepts, das 1988 als Antwort auf die wachsende Nachfrage nach Archivierung und öffentlicher Verfügbarkeit von Ergebnissen aus der von der öffentlichen Hand geförderten Energieforschung ins Leben gerufen wurde. Gewähr für die Zuverlässigkeit, Vollständigkeit und Aktualität des Dienstes bietet ein von Seiten der Bereichs- und Programmleiter des BFE durchgeführtes Verfahren zur Validierung der zugänglichen Veröffentlichungen.

Erleichtert wird die Dokumentations-Recherche durch eine Gliederung nach Themen, das Vorhandensein von Kennkarten und die Möglichkeit zur Verwaltung eines Bestell-Accounts. Die Möglichkeiten von automatischen Recherchen, sowie Funktionen für den Download und die Online-Bestellung vereinfachen und fördern die Informationsweitergabe. Die Datenbank mit den Veröffentlichungen ist mit der Adressdatenbank vernetzt, sodass der Benutzer leicht auf die vollständigen Adressdaten vieler Forscher zugreifen kann, auf die diese Forschungsberichte zurückgehen. Sehr positiv ist, dass diese Funktion die Entstehung von Kontakten zwischen Urheber und Empfänger der Forschungsergebnisse fördert. Zwei Punkte sind indes verbesserungswürdig: Zum einen beeinträchtigt die von der übrigen Website abweichende Gestaltung die Erkennung der Zugehörigkeit zu einer gemeinsamen Quelle, zum anderen liesse sich die Suchmaschine durch die Schaffung erweiterter Suchoptionen verbessern.

Wiederholt wurde angeführt, dass der Veröffentlichungsdienst an eine öffentliche Einrichtung (z. B. eine Universitätsbibliothek) übertragen werden sollte, insbesondere im Interesse einer besseren Nutzung der vorhandenen Strukturen und ebenso im Hinblick auf die angestrebte Senkung der Kosten für diese Dienstleistung. Die Frage der Unabhängigkeit, die der heutige Veröffentlichungsdienst genießt, sowie das hohe Qualitätsniveau der Dienstleistung stellen indes Elemente dar, die es bei der Diskussion dieses Argumentes ebenfalls zu berücksichtigen gilt.

ENET-News

Das Magazin ENET-News veröffentlicht Reportagen, Berichte und Artikel mit konkreten Vorschlägen etc. zum gesamten Bereich der öffentlichen Energieforschung und deren praktischer Umsetzung. Zugleich ist es Informationsträger im Kontext der internationalen Forschung und Entwicklung im Energiebereich.

Unter dem Blickwinkel der Kommunikation zeigt die Analyse dieses Werkzeugs auf, dass die Struktur des Magazins der Informationsweitergabe förderlich ist: Die einzelnen Themen werden regelmässig behandelt, einzelne darunter in Form von Dossiers; Texte, Bilder, Grafiken und Fotografien stehen in einem sinnvollen Verhältnis zueinander und erleichtern die Informationsvermittlung. Das Magazin bietet eine grosse Themenvielfalt, die das gesamte Programm des BFE abdeckt; es bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Kontaktherstellung. Die Autoren der Artikel sind namentlich bezeichnet; die ebenfalls beigefügte Adresse ermöglicht eine direkte Kontaktaufnahme. Der Leser findet immer wieder die gewohnten Rubriken vor, was einer Bindung der Leserschaft förderlich ist; die Form folgt einer

Empfehlung aus dem Jahr 1996 im Hinblick auf eine hierarchische Gestaltung der Themen und Inhalte des Magazins.

Was das angestrebte Zielpublikum anbelangt, erreicht das Magazin sein Ziel. Bei den Abonnenten des Magazins handelt es sich in erster Linie um Menschen, die beruflich mit der Thematik zu tun haben oder sich im weiteren Sinne dafür interessieren. Die Hauptschwierigkeit vom inhaltlichen Gesichtspunkt aus betrachtet besteht darin, das richtige Verhältnis zu finden zwischen populärwissenschaftlich abgefassten Artikeln auf der einen und anspruchsvollen Fachartikeln auf der anderen Seite sowie zwischen Themen, die die Forschung behandeln und solchen, die von konkreten Anwendungserfahrungen berichten. Diese Schwierigkeit liegt in erster Linie im überaus unterschiedlich ausgeprägten sozioprofessionellen Profil der Abonnenten (Massenpublikum einerseits, Fachpublikum andererseits) begründet.

Zwar sind die Leserinnen und Leser in ihrer grossen Mehrheit mit der Qualität der Darstellung des Magazins zufrieden, vertreten jedoch oft die Ansicht, dass es auf Recyclingpapier oder auf dünnerem Papier und mit weniger Farben gedruckt werden sollte. Was die Wirkung anbelangt, äussert eine grosse Mehrheit der Befragten, dass sie von der Lektüre des Magazins ENET-News spürbar profitieren. Die auf diesem Wege vermittelten Informationen ermöglichen den Lesern somit eine Vertiefung ihrer Kenntnisse auf dem Gebiet der Energieforschung; was die praktische Umsetzung dieser Kenntnisse angeht, sind die Teilnehmer allerdings ein wenig skeptischer und urteilen diesbezüglich nuancierter.

Website

Durch das Angebot unterschiedlicher Möglichkeiten zur Weitergabe von Energieforschungsergebnissen wird mit der ENET-Website versucht, die potentiellen Interessenten möglichst vollständig zu erfassen. Sie bildet eine Schnittstelle zwischen denen, die Forschungsergebnisse erarbeiten, auf der einen und allen potenziellen Anwendern auf der anderen Seite. In der Site sind die verschiedenen Kommunikationsinstrumente vereint, die im Rahmen des ENET-Projekts zum Einsatz gelangen (Magazin, Veröffentlichungskatalog, News-Ticker, Veranstaltungskalender). Ziel ist die Förderung der Beziehungen zwischen den verschiedenen Akteuren aus der Welt der Forschung und das Angebot von auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmten Informationen.

Mit Ausnahme der spezifischen Dienste (Magazin ENET-News, Veröffentlichungskatalog, Veranstaltungskalender, News-Ticker-Service) wird die Website den gesteckten Kommunikationszielen nicht gerecht. Zu bemängeln sind die folgenden Punkte: mangelnde Interaktivität, das Fehlen von Informationen über die Akteure, die Schwierigkeit, die verschiedenen mit dem BFE verbundenen Stellen zu überblicken, keine Vermittlung der vom BFE verfolgten Energiepolitik, technische Mängel, die die Navigation behindern, Sprachenwirrwarr, mangelhafte Pflege (keine Beseitigung technischer Fehler, kein Fortschritt bei den geplanten Links), keine Zeitnähe. Ebenso gelangt man nur mit Mühe zur ENET-Site, da sie nicht über ihr Akronym zugänglich ist, sondern allein über den deutschsprachigen, das Projekt beschreibenden Begriff: „energieforschung“. Es sei darauf hingewiesen, dass der Domainname „ENET“ im Web nicht zur Verfügung steht und dass das Mandat gemäss Pflichtenheft keine interaktiven Elemente vorsieht.

Im Rahmen des ENET-Projekts sollte das Internet als verbindendes Instrument par excellence für sämtliche Informations- und Kommunikationstätigkeiten erkannt werden. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt bleibt diesbezüglich ein grosses Synergiepotential weitgehend ungenutzt.

News-Ticker

Aufgabe des News-Ticker-Dienstes ist es, die Abonnenten regelmässig über besonders vielversprechende Forschungsergebnisse, die jüngsten Veröffentlichungen des BFE sowie kommende Veranstaltungen zu informieren.

Der Informationsfluss ist regelmässig und trägt zu einer besseren Information über die Energieforschung bei. Das Informationsangebot ist zielgerichtet und angemessen in dem Sinne, dass der Benutzer die ihn interessierenden Themen selbst aussucht. Indes sind die Angaben zu den angebotenen Links nur spärlich; will man sich ein genaues Bild von deren Inhalt machen, bleibt einem nichts weiter übrig, als auf die betreffende Site zuzugreifen. Das Newsletter enthält keinen Link zum Zugriff auf die ENET-Site, der diese aufwerten würde. Ebenso wenig existiert ein Link, über den der Benutzer direkt zur Themenwahl-Seite gelangen könnte, sei es, um die bevorzugten Themen zu ändern, sei es, um das Newsletter abzubestellen.

Der Umgang mit dem Dienst selbst ist informatisiert. Es fehlt ein Layout, ebenso Logos und Bilder, der Text liegt nur in deutscher Sprache vor. Desgleichen fehlt jeder persönliche Bezug (Anrede, Begrüssung etc.): Dies macht die Kommunikation anonym. Für den französisch- oder italienischsprachigen Benutzer steht dem Aufbau einer Beziehung zudem entgegen, dass nahezu sämtliche der angebotenen Links auf Inhalte in deutscher Sprache verweisen. Die Web-Site, über die man sich einschreiben kann, ist im übrigen ausschliesslich in deutscher Sprache vorhanden. Das dem Internet innewohnende Potenzial wird unzureichend genutzt: So lassen sich die den E-Mail-Nachrichten beigefügten Formulare für die Anmeldung zu Veranstaltungen oder zur Bestellung von Publikationen nicht ausgefüllt per E-Mail zurücksenden, d. h. der Benutzer muss den Kommunikationskanal wechseln.

Das elektronische Newsletter stellt ein viel genutztes Kommunikationsmittel dar, und die Idee des ENET-News-Tickers hat einen gewissen Erfolg. Indessen ist es notwendig, Ziele mit Bezug auf diese Leistung, inhaltliche Kriterien sowie Kriterien hinsichtlich der Zweckdienlichkeit und Glaubwürdigkeit der Informationsquellen zu definieren, will man verhindern, dass sich das Angebot in der immer grösseren Zahl an elektronischen Newsletter-Angeboten verliert.

Pressedienst

Der Pressedienst hat die Aufgabe, Pressemitteilungen zu verbreiten sowie Artikel in der Fach- und der Massenpresse zu platzieren. Die Wahl der Themen für die Pressemitteilungen lehnt sich eng an die im Magazin ENET-News gesetzten Prioritäten an, während im Mittelpunkt der Artikel Informationen über mit öffentlichen Geldern finanzierte neue Pilot- und Demonstrationsanlagen stehen.

Dieser Dienst sorgt für eine beständige mediale Präsenz der mit der Energieforschung sowie ganz allgemein den Aktivitäten des BFE verbundenen Themen. Eine nähere Untersuchung der Presseschau zeigt indes eine deutliche Dominanz von in der Fachpresse mit meist nur geringer Auflage erschienenen Artikeln. Im übrigen werden die Pressemitteilungen, zu denen keine Presseschau existiert, lediglich an die deutschsprachige Presse versandt.

Artikel aus der Fachpresse werden von annähernd zwei Dritteln der befragten ENET-News-Abonnenten als wichtige Informationsquelle genannt. Die Pressearbeit hat somit ein sehr hohes Wirkungspotenzial, und die eingegangenen Antworten lassen auf hohen praktischen Nutzen dieser Dienstleistung schliessen.

Veranstaltungsdienst

Der Veranstaltungsdienst bietet den Programmleitern des BFE logistische Unterstützung bei der Organisation und Betreuung von Seminaren, Kongressen und Konferenzen im Bereich der Energieforschung. Ein ENET-Veranstaltungskalender gibt interessierten Akteuren die Gelegenheit, sich zu informieren und zu themenbezogenen Veranstaltungen online anzumelden.

Wenngleich die 1996 durchgeführte Untersuchung ein hohes Mass an Zufriedenheit mit dieser Dienstleistung hervorhob, ist nunmehr festzustellen, dass die BL&PL des BFE nur noch in geringer Zahl auf diesen Dienst zugreifen. Obschon die wenigen von ENET im Jahr 2002 organisierten Veranstaltungen

von einem hohen Niveau des Serviceangebots zeugen, wird man nicht umhinkönnen, diesen Dienst neu zu definieren, da er von den BL&PL praktisch nicht mehr nachgefragt wird.

Technologietransfer

Dieser Dienst bietet den BL&PL Unterstützung bei der Weitergabe von Erkenntnissen aus der Energieforschung an die Wirtschaft. Er leistet subsidiäre Hilfestellung bei den ihnen obliegenden Technologietransfer-Aufgaben und kümmert sich um so unterschiedliche Aufgaben wie Information, PR-Arbeit sowie Beratung und Begleitung bei den Bemühungen um die Vermarktung der Forschungsergebnisse.

Die Ziele dieser Dienstleistung werden insofern nur partiell erreicht, als lediglich eine kleine Minderheit der BL&PL des BFE diesen von ENET angebotenen Dienst in Anspruch nimmt. Für die geringe Nachfrage sind verschiedene Gründe anzuführen; an erster Stelle dürfte die Unschärfe des Begriffs „Technologietransfer“ zu nennen sein. Praktisch jede Forschungskraft hat ihr eigenes Verständnis hiervon; es fehlt mithin an einer gemeinsamen Definition. Beiderseits wurde die geringe Nutzung des ENET-Serviceangebots auch als Folge einer Konkurrenzsituation hinsichtlich der Kompetenzaufteilung zwischen ENET und den BL&PL empfunden. Indes zeigen die Ergebnisse der Auswertung des künftigen Bedarfs an ENET-Dienstleistungen, dass diese Kompetenzaufteilung von den Befragten unterschiedlich beurteilt wird und bislang von Seiten des BFE kein Vorschlag vorliegt, wie eine formelle Neuverteilung der Aufgaben aussehen könnte.

Der Dienst zur Unterstützung beim Technologietransfer krankt gegenwärtig am Fehlen eines einheitlichen Verständnisses und an einer unklaren Verteilung der Aufgaben und Kompetenzen. Diese Divergenzen und Widersprüche tragen zu einer sehr marginalen Nutzung der ihm im ENET-Rahmen zugeordneten Leistungen bei.

Die Plattform im Ganzen

Das ENET-Konzept als Ganzes hat sich insofern als problematisch erwiesen, als sowohl die an seiner Umsetzung beteiligten Akteure (BL&PL des BFE, Forscher, Beauftragte) als auch die Nutzniesser (ENET-News-Abonnenten, News-Ticker-Abonnenten, Vermittler etc.) im Zuge unserer Untersuchungen von Anfang an auf die Schwierigkeit hingewiesen haben, eine einheitliche Linie der Dienste zu erkennen. Diese Schwierigkeit hat mit dem Umstand zu tun, dass besagte Akteure Nutzer bzw. Lieferanten lediglich eines Teils der ENET-Elemente sind – mit der Folge, dass jede Leistung als unabhängig von den anderen Angeboten konzipiert ist und dementsprechend wahrgenommen wird.

Die ENET-Plattform erfährt auf diese Weise eine Zergliederung in eine Reihe autonomer Dienstleistungen mit mehreren unabhängig voneinander agierenden Beauftragten. Mit Ausnahme der BL&PL des BFE erkennen die Akteure und Nutzer des Leistungsangebots von ENET dieses nicht als umfassende Plattform, die darauf abzielt, die Umsetzung der Innovationen aus der technologischen Forschung in die Praxis zu fördern.

Diese mangelnde Identifizierung hat mehrere Ursachen. Die erste wurde bei der Beurteilung der Kontaktherstellung zwischen Urheber und Empfänger erkannt. Unsere Analyse hat eine erhebliche Konfusion unter den verschiedenen mit der Umsetzung der Energiepolitik beauftragten Funktions-trägern (Akteure, Programme bzw. Plattformen: BFE, ENET, EnergieSchweiz) an den Tag gelegt. Es existiert kein allgemeines Organigramm, das die Struktur und die Verbindungen zwischen den verschiedenen Funktionsträgern darstellt. Die Site „energy-research.ch“ steigert die Verwirrung noch, indem sie Strukturen von hierarchisch unterschiedlicher Ebene auf gleicher Ebene darstellt. Wird der Urheber nicht eindeutig bezeichnet, kann keine harmonische Beziehung geknüpft werden, da die – für die korrekte Interpretation einer jeglichen Mitteilung unverzichtbare – Kenntnis des Kontextes nicht gewährleistet ist.

Überdies werden nur selten die Namen von Ansprechpartnern erwähnt; gleiches gilt für die Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit einem/einer Verantwortlichen (keine E-Mail-Adresse innerhalb der Site oder des News-Ticker-Dienstes, keine Nennung eines/einer Verantwortlichen im Magazin). Was die Form anbetrifft, die ein zum Aufbau einer guten Beziehung ebenfalls unverzichtbares Element darstellt, kann lediglich dem Magazin eine gute Note ausgestellt werden. Die konfuse Navigation innerhalb der Website (überflüssige Links, nur in deutscher Sprache verfügbare Web-Seiten, wenig überzeugende Gliederung) und die Anonymität des Newsletters stellen ebenso Schwachpunkte dar, die eine gute Wiedererkennbarkeit von ENET verhindern.

Schlussfolgerung

Der komplexeste Aspekt im Rahmen dieses Mandates war die Einschätzung des ENET-Konzepts als Ganzes. Die Analyse und Beurteilung der verschiedenen angebotenen Leistungen ist unter dem Gesichtspunkt einer konkreten und kurzfristigen Verbesserung dieser Leistungen gewiss von Interesse und nützlich, gibt mit Bezug auf ENET jedoch stets nur Teilbeobachtungen wieder, da unsere verschiedenen Gesprächspartner sich über keine Gesamtsicht dessen zu äussern vermochten, wofür ENET insgesamt stehen soll: grundsätzliche Aufgabe, operative Ziele, Erwartungen, Implementierungsstrategien, Synergien zwischen den verschiedenen Dienstleistungen, Monitoring etc.

Die folgenden wesentlichen Feststellungen lagen unseren Überlegungen bei der Formulierung von Empfehlungen auf strategischer Ebene zugrunde:

- Die Entwicklung von ENET ist mehr das Ergebnis einer Häufung besonderer Umstände und einer historischen Entwicklung (Beauftragtenwechsel, neue von den Beauftragten angebotene Leistungen) denn das Ergebnis ausdrücklicher Vorgaben von Seiten des formellen Auftraggebers (BFE) auf der Grundlage einer Strategie, die sich nach einem strukturierten und expliziten Prozess entwickelt.
- Die potenziellen Synergien zwischen den einzelnen ENET-Werkzeugen werden zur Zeit nur unzulänglich genutzt, und der Zusammenhang zwischen den verschiedenen Leistungen des ENET ist im Vergleich zu den ursprünglichen Zielsetzungen und unabhängig von der Zweckdienlichkeit jeder einzelnen Leistung nicht immer ersichtlich.
- Die Zielgruppen sind sehr unterschiedlich und vielgestaltig und unterscheiden sich stark in ihren Bedürfnissen; strukturierte und konsequente Überlegungen zur Angemessenheit dieser Instrumente im Hinblick auf die Zielgruppen und deren Interessen auf der Basis einer Gesamtsicht von ENET ist nicht erkennbar.
- Der Begriff des Technologietransfers wird insofern als das verbindende Element für sämtliche Werkzeuge der ENET-Plattform erachtet, als das Ziel von ENET die Schaffung eines Technologietransfers darstellt; diese Dimension scheint jedoch in den verschiedenen ENET-Leistungen nicht im gleichen Masse in expliziter und kohärenter Weise vorhanden zu sein.

Diese einzelnen globalen Anmerkungen führen uns zur Formulierung von drei Zukunftsszenarien für die ENET-Plattform, an denen die strategische Planung zur weiteren Entwicklung von ENET ausgerichtet werden kann.

Szenario 1: Status quo in verbesserter Form

Alle Dienstleistungen bleiben in ihrer aktuellen Form bestehen, und es werden lediglich punktuelle Verbesserungen entsprechend den zu jeder Leistung dargelegten operativen Empfehlungen vorgenommen. Die Beurteilung wird zur Verbesserung der Leistungen auf der Grundlage der eingeholten Meinungen genutzt.

Szenario 2: Stärkung der Achse „Technologietransfer“

Die Dienstleistung „Technologietransfer“ stellt sowohl vom Standpunkt des Beauftragten als auch der BL&PL den umstrittensten Punkt dar. Einigkeit besteht weder über die Definition dieser Leistung noch über ihre Umsetzung. Dieses Szenario sieht daher erhebliche Anpassungen dieser Dienstleistung vor.

Eine Lösung in Gestalt einer Vernetzung mehrerer an diesem Vertrag beteiligter Akteure erschiene wirkungsvoller als ein Exklusivvertrag mit einem einzelnen Büro. Sie scheint insbesondere angesichts der Vielzahl der mit der Energie in Zusammenhang stehenden Bereiche geboten, die ein auch noch so kompetentes einzelnes Büro nicht alleine abzudecken vermag. Diese Lösung geht einher mit der Reintegration der Funktion der Koordination der Aktivitäten im Bereich Technologietransfer in das BFE, dem in der Folge die Rolle eines „gate keeper“ für die BL&PL zukommt. Die Leistungsangebote werden danach von Fall zu Fall ausgeschrieben.

Unter diesem Blickwinkel gilt es, den Begriff „Technologietransfer“ präzise zu formulieren, selbst wenn dies bedeuten sollte, eine Vielfalt an Methoden und Ansätzen je nach Thema und Einzelfall zuzulassen.

Parallel dazu kann anhand der operativen Empfehlungen der Pol „Vermittlung und Weitergabe von Informationen“ (Magazin, Veröffentlichungsdienst, Pressearbeit etc.) eine Stärkung erfahren. Dabei muss eine hinreichende Interaktion mit dem Pol Technologietransfer in der vorstehend beschriebenen Weise gewährleistet sein.

Szenario 3: Vollständige Überarbeitung von ENET

Dieses Szenario sieht eine völlige Neudefinition von ENET auf der Grundlage der Erwartungen und Bedürfnisse des BFE vor. Das BFE muss seine Erwartungen unter Berücksichtigung der bisherigen Erfahrungen mit ENET einerseits und der Entwicklung seiner strategischen Prioritäten andererseits klar und deutlich formulieren.

Die im mittleren Szenario beschriebenen Elemente werden hier ebenfalls aufgenommen und kommen zu einer strategischen Neudefinition des Pols „Vermittlung und Weitergabe von Informationen“ bei der Realisierung der Dienstleistungen hinzu.

Dieser Ansatz stellt eine Zäsur mit einer iterativen Entwicklung auf der Grundlage historischer, umstandsbedingter oder konjunktureller Faktoren dar, die heute einem Projekt zugrunde liegen, das zu einem „Sammelsurium“ geworden ist, dessen Kohärenz und Zweckdienlichkeit nicht mehr gewährleistet ist.

Avant-propos

Les évaluations auxquelles sont soumises périodiquement les diverses activités de l'OFEN lui permettent de vérifier l'adéquation des moyens et efforts engagés avec les buts poursuivis. Il en va de même en l'occurrence pour la plate-forme ENET dont le but général est d'aider non seulement l'OFEN, mais surtout l'ensemble de la scène suisse de la RD&D énergétique (recherche, développement technologique et démonstration dans le domaine de l'énergie) à réussir un transfert technologique (TT) effectif et efficace. ENET est donc un instrument de TT au service de tous les divers acteurs de cette scène. En effet, ses différentes activités, si elles sont bien ciblées et efficacement menées, doivent conduire à une accélération de la mise sur le marché des diverses technologies innovantes et des processus nouveaux, tous issus de la RD&D.

Pour ce faire, ENET a développé sept volets qui vont de la rédaction d'articles d'information pour un large public (ENET-News) jusqu'au conseil personnalisé des chercheurs dans leurs contacts avec les milieux de l'économie et de l'industrie (Service de TT), en passant par un service de gestion (récolte et dissémination) des publications issues de la RD&D énergétique menée en Suisse (Service des publications), y compris la mise sur pied d'un Site Internet, et par une offre de brèves informations ciblées (Service News-Tickers), ainsi que par un Service de presse offrant des articles à la presse en général et à la presse spécialisée, ainsi que par un Service d'organisation de manifestations.

L'évaluation a porté sur ces sept axes et a permis d'en déceler les avantages certains et les problèmes posés, aussi bien que les forces et les faiblesses de chacun d'eux. L'OFEN veut maintenant transposer les résultats de la présente analyse dans une procédure de réadaptation des moyens alloués et des diverses activités de la plate-forme ENET aux buts poursuivis en matière de TT. La présente *Analyse* donne, pour chacun des sept services, un ensemble de recommandations opérationnelles, accompagnées d'éléments de réflexion stratégique. En conclusion, ces aspects stratégiques débouchent sur une proposition de trois scénarios, allant d'un *statu quo* amélioré jusqu'à une rénovation complète, en passant par un renforcement de l'axe TT. La présente *Analyse* contient un grand nombre de propositions de mesures qui sont bien étayées. L'OFEN s'emploie à mettre ENET sur une base solide et nouvelle. Il est en train, d'évaluer ces scénarios et propositions, en consultation avec la CORE (Commission fédérale pour la recherche énergétique), et de poursuivre ses réflexions stratégiques. Celles-ci doivent aussi être intégrées dans son projet de réorganisation interne de la communication de l'Office qui deviendra opérationnelle au cours de 2004.

Berne, le 1^{er} septembre 2003

Section Développement des Programmes et Controlling

Office fédéral de l'énergie

3003 Berne

1 Introduction

1.1 Contexte général

La Suisse mène depuis de nombreuses années une ambitieuse politique énergétique visant à réduire le niveau de consommation énergétique mesuré et promouvoir des moyens d'utilisation énergétique durables. A ce titre, elle soutient activement la recherche énergétique. Les fonds investis dans ce domaine de recherche s'élèvent à 180 millions de francs par année, auxquels l'Office Fédéral de l'Énergie (OFEN) contribue à 20% à des fins plus particulières de coaching, coordination, mise en pratique et intégration internationale.

Les objectifs poursuivis par cette politique sont clairement explicités :

- Garantir un approvisionnement sûr et durable en énergie.
- Consolider la position de la Suisse comme pays fournisseur de technologie.
- Maintenir le haut niveau de compétence des institutions de recherche.

Soutenir la recherche n'a cependant de sens que si les nouvelles applications technologiques sont susceptibles de trouver place sur le marché. Ceci suppose le développement d'une interface, d'une passerelle entre la recherche soutenue par le secteur public, et les industries, entreprises ou particuliers potentiellement concernés par les dernières avancées, ainsi que l'information du consommateur final d'énergie.

ENET constitue cette passerelle visant à relier les secteurs de la recherche et de l'économie. Agissant sur mandat de l'Office fédéral de l'énergie (OFEN), ENET est l'instrument privilégié de transfert des résultats auprès des acteurs du marché, que ce soit directement ou par le biais de relais (médias spécialisés, médias généralistes, services de promotion, bibliothèques spécialisées, associations, etc.). Mais ENET a également comme tâche de recueillir leurs besoins et de transmettre ces informations aux instituts de recherche.

ENET est gérée par des mandataires privés. Le budget accordé à ENET par l'OFEN évolue entre un demi-million et un million de francs par année. Les outils développés dans le cadre d'ENET sont les suivants :

- Le service des publications, pour collecter, archiver et diffuser les résultats de la recherche énergétique.
- Le magazine *ENET-News*, pour créer des liens entre les acteurs et les projets et informer un public intéressé.
- Le site Internet ENET (www.energieforschung.ch), pour offrir des informations sur les publications et proposer des liens avec d'autres sites.
- Le service News-Ticker, pour offrir une information continue par e-mail en fonction de thèmes sélectionnés.
- Le service de presse, pour diffuser les informations liées aux projets de recherche énergétique.
- Le service des manifestations, pour informer un public-cible choisi des nouveaux développements et des événements importants en matière de recherche énergétique.
- Le service d'appui au transfert technologique, pour favoriser l'intégration industrielle et commerciale des résultats de la recherche énergétique.

Les activités d'ENET ont fait l'objet d'une évaluation en 1996¹ qui a porté principalement sur la satisfaction des lecteurs d'*ENET-News* et des participants aux manifestations organisées dans le cadre d'ENET. L'évaluation a débouché sur quatre recommandations formulées à l'adresse du mandataire² :

- ENET doit faire une sélection qualitative de l'information gérée, permettant aux récepteurs d'en apprécier l'importance (priorité, hiérarchie). Cela revient à une progression qualitative et non pas quantitative de ses services
- ENET doit abandonner son rôle de simple diffuseur d'information au bénéfice d'une contribution plus active aux échanges entre recherche et application, tout en intégrant les divers acteurs intermédiaires (associations professionnelles, médias, presse spécialisée). En cela, ENET est défiée d'agir comme plaque tournante de la communication (networking).
- Les politiciens et le grand public sont identifiés comme acteurs importants pour la promotion de technologies innovantes dans le domaine de l'énergie. Un soin particulier dans la communication avec ces groupes-cible est donc indispensable et doit être intensifié.
- Dans l'intention d'atteindre les objectifs précités, ENET doit multiplier les canaux de communication (presse, Internet)

Durant ses 15 années d'existence, la plate-forme ENET s'est limitée au domaine de la recherche, malgré son objectif initial plus ample d'une mise en réseau de tous les services d'information dans le domaine énergétique. Elle a été placée au fil des années sous la responsabilité de différents acteurs au sein de l'OFEN. Par ailleurs, ENET a changé de mandataire en 1999, ce qui a entraîné une sensible baisse temporaire des activités en raison de problèmes rencontrés lors de la résiliation du contrat avec l'ancien mandataire. La plate-forme ENET est aujourd'hui le reflet d'une succession d'attentes diverses exprimées et concrétisées au fil des années.

La présente évaluation est motivée par l'échéance prochaine (fin 2003) du renouvellement du mandat pour la gestion d'ENET, cette évaluation est l'occasion de proposer des adaptations en vue d'améliorer le projet ENET dans son ensemble.

1.2 Acteurs ENET

Si *de jure* le mandat d'ENET a été attribué sous forme de contrat unique à un consortium (Arbeitsgemeinschaft) composé de deux entreprises, TEMAS (Arbon, TG) et BRO Solutions (Therwil, BL), il est *de facto* mis en œuvre de manière autonome par trois acteurs différents, TEMAS, BRO Solutions, ainsi que Oerlikon Journalisten. Formellement, les deux premiers forment un consortium, tandis que le dernier offre ses services en sous-traitance.

Sur le plan opérationnel, les activités d'ENET sont réparties entre les trois acteurs de manière très nette et en fonction de leurs domaines de compétence respectifs:

- TEMAS est responsable du service de publications, du News-Ticker, du site Internet et du transfert technologique;
- BRO Solutions réalise *ENET-News* et les communiqués de presse et organise les manifestations;

¹ Evaluation ENET, cultur prospectiv, Mai 1996.

² Pour plus de détails sur l'analyse de la mise en œuvre des recommandations de l'évaluation de 1996, se référer à l'annexe 6.

- Oerlikon Journalisten s'occupe du travail de presse.

Comme le soulèvent nos analyses, les trois acteurs travaillent en toute autonomie chacun de leur côté, avec des collaborations ciblées sur des aspects spécifiques comme la gestion du fichier d'adresses, et leurs prestations peuvent donc être évaluées séparément.

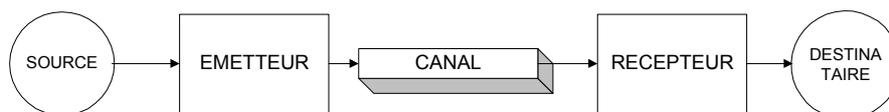
En vue d'une meilleure lisibilité du présent document, nous parlerons par la suite du « mandataire ENET » en nous référant au consortium des mandataires et d'« ENET » pour parler de la plate-forme ENET en tant que palette d'activités. Nous ne mentionnerons explicitement l'une des trois entreprises concernées que lorsque c'est indispensable à la compréhension de notre analyse.

1.3 Objectifs du mandat et organisation du rapport

Comme le précise le cahier des charges élaboré par l'OFEN, les récentes évolutions du contexte (réorganisation de l'Office, transition d'Énergie 2000 à SuisseEnergie) semblent favorables à une meilleure intégration de la recherche dans les processus industriels, et donc d'une commercialisation accentuée des nouvelles technologies.

Les objectifs, la structure et les activités d'ENET pouvant être comparées à une structure opérationnelle de communication, nous avons analysé les outils de communication d'ENET dans une perspective systémique des pratiques de la communication qui compare celle-ci à un orchestre où tous les participants travaillent « de concert » à la construction d'une relation, à travers les différents moyens de communication.

Cependant, par souci de clarification et sans oublier la complexité de tous les processus de communication, nous avons utilisé le schéma classique d'une transmission d'information (modèle dit de Schannon, qui présente une transmission de type "télégraphique" et non pas "orchestrale") comme base conceptuelle à la segmentation de notre analyse.



Le segment « **émetteur** » vise l'examen des pratiques de collaboration et de coordination entre l'OFEN et ses prestataires de services, ses partenaires institutionnels et ses acteurs relais. Nous avons analysé les éléments formels tels que prévus et souhaités : description des modalités de fonctionnement, objectifs déclarés et organisation générale de la prestation, ainsi que la mise en œuvre des réalisations.

Le segment « **canal** » analyse l'adéquation message-medium. Nous avons évalué, du point de vue de la communication, la transmission de l'information et la mise en relation émetteur-récepteur, ainsi que l'adéquation du message en regard des publics-cible.

Le segment « **récepteur** » propose une évaluation de la conformité aux objectifs et une évaluation du degré de qualité des prestations offertes du point de vue des acteurs destinataires des prestations ainsi que du point de vue des acteurs de l'OFEN, avec à titre complémentaire une analyse des ressources affectées aux prestations et une analyse coûts-bénéfices.

En suivant cette logique, **le chapitre 3** est le cœur du présent rapport (faisant suite au chapitre 2 qui récapitule la méthodologie de mise en œuvre du mandat). Il présente, pour chacune des sept prestations, les analyses suivantes :

- Objectifs, organisation générale et responsabilités
- Mise en œuvre, procédures et stratégies
- L'évaluation de la transmission d'information
- Evaluation de la mise en relation
- Garantie de qualité, conformité avec les objectifs
- Points de vue des RD&CP de l'OFEN
- Points de vue des autres acteurs
- Points de vue des bénéficiaires
- Ressources et analyse coûts-bénéfices
- Recommandations opérationnelles
- Éléments de réflexion stratégique

Le chapitre 4 propose une réflexion sur la plate-forme ENET dans son ensemble et le **chapitre 5** présente une analyse ciblée sur les choix de communication de deux centres à l'étranger.

Enfin **le chapitre 6** récapitule les principaux enseignements de cette étude et propose différents scénarios de réflexion sur la continuité d'ENET.

Par ailleurs, une série d'**annexes** est contenue dans un document séparé:

- Annexe 1: Rapport d'analyse du questionnaire ENET-News
- Annexe 2: Rapport d'analyse du questionnaire News-Ticker
- Annexe 3: Analyse du site ENET ("energieforschung.ch")
- Annexe 4: Analyse du site "energy-research.ch"
- Annexe 5: Analyse de la revue de presse 2001
- Annexe 6: Prise en compte de l'évaluation de 1996
- Annexe 7: Liste des interlocuteurs

1.4 Enjeux particuliers de cette évaluation

A priori, il nous semblait indispensable d'examiner la plate-forme ENET de manière globale en partant de ses objectifs formels et d'inclure dans cette analyse globale une analyse spécifique de chaque prestation. Toutefois, nous avons dû très vite constater qu'ENET est segmentée en plusieurs parties relativement autonomes, avec plusieurs mandataires agissant de manière indépendante les uns par rapport aux autres. Cette situation n'était pas celle prévue au départ mais correspond à un état de fait. Nous avons donc, en quelque sorte, inversé notre approche et procédé à une analyse et une évaluation séparées des prestations ENET. Cette approche donne, évidemment, une vision segmentée d'ENET. Mais cette segmentation correspondait tout à fait à la réalité telle que perçue par tous les acteurs concernés dans la mesure où les acteurs d'ENET (RD&CP de l'OFEN, chercheurs, mandataires) ainsi que les bénéficiaires (abonnés ENET-News, abonnés News-Ticker, relais, etc.) ont relevé dès le début de notre travail l'impossibilité de juger ENET dans son ensemble.

Nous avons donc cherché à dégager une image synthétique des processus de mise en œuvre et de communication en identifiant chaque élément de ce processus séparément dans un premier temps (analyse des prestations en détail). Le modèle appliqué pour mettre en lumière les différents éléments composant la communication est de ce fait limité. La réalité est plus complexe et doit être appréhendée selon un schéma « orchestral », où les différents niveaux et acteurs sont interdépendants et s'influencent mutuellement de manière dynamique. Les processus de communication se transforment dans leur globalité en fonction du récepteur, à savoir en fonction des différents publics-cible d'ENET. Notre analyse a tenté de tenir compte de cette complexité et propose, dans un deuxième temps, une réflexion sur la cohérence des prestations et leurs synergies, ainsi que leur insertion dans l'éventail plus large des activités de l'OFEN, surtout dans le domaine de la communication.

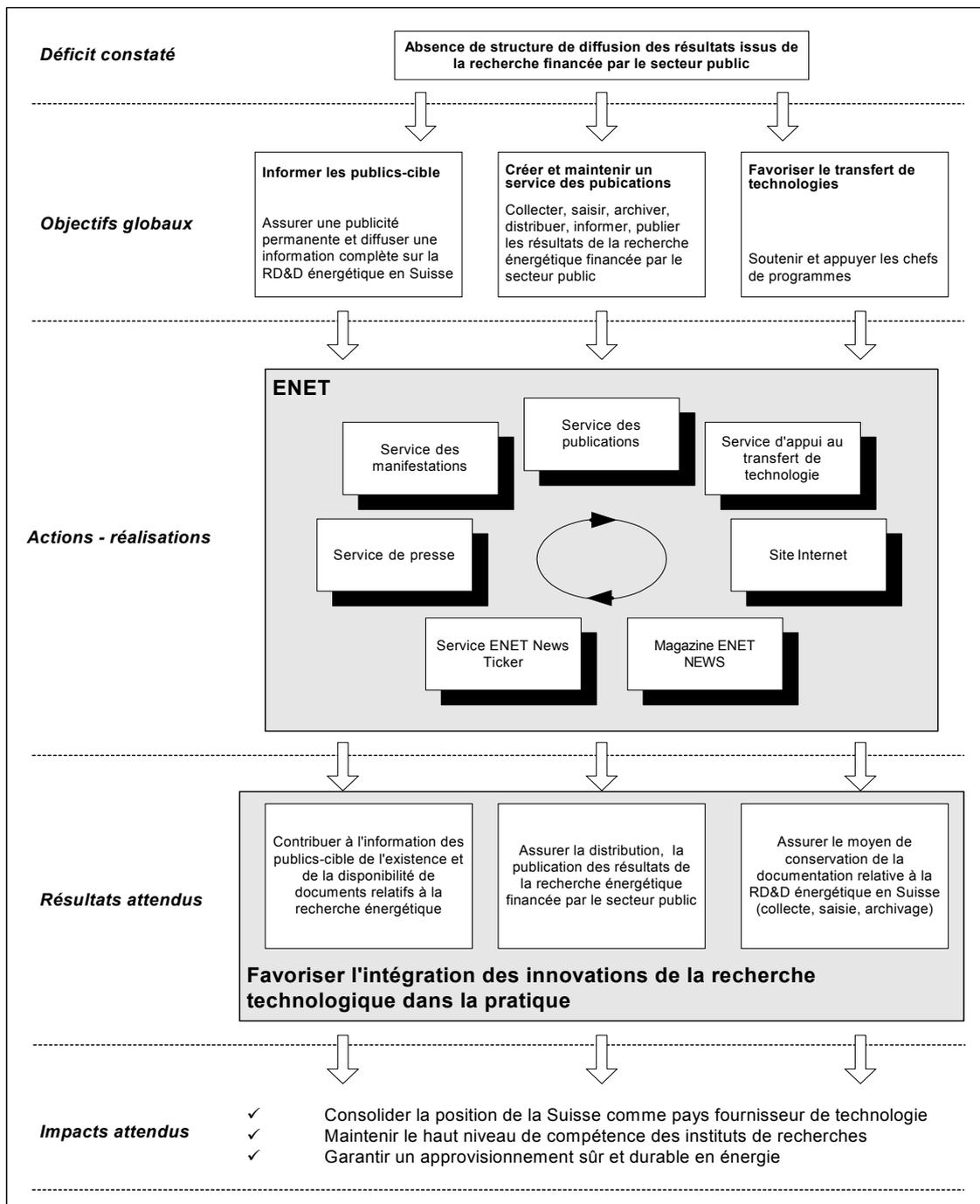
Il convient enfin de rappeler que les tâches et responsabilités accompagnant la mission de transfert technologique dans la recherche énergétique se répartissent entre différents partenaires et acteurs. Certains, en particulier l'OFEN, ont un rôle structurant et stratégique, d'autres ont un rôle plus opérationnel de mise en œuvre, en particulier les mandataires.

Le souci principal de la présente évaluation étant d'apporter un éclairage sur les mesures prises en vue de l'accomplissement de la mission, dans une optique d'amélioration et non de jugement, nous avons volontairement renoncé à identifier dans le corps du texte les acteurs concernés par les résultats de l'évaluation. Notre évaluation n'a pas pour but de juger spécifiquement l'un ou l'autre de ces acteurs, mais de donner une base de discussion pour améliorer la plate-forme. **Nous tenons donc à insister sur le fait que cette évaluation ne constitue en aucun cas un audit direct et formel de la manière dont les mandataires mettent en œuvre le mandat de l'OFEN par rapport à ENET.** Ce rapport devrait permettre à l'OFEN et aux mandataires d'identifier les faiblesses actuelles et les potentiels de développement et d'amélioration, en établissant au passage les responsabilités respectives, aussi bien pour la situation actuelle que pour l'avenir.

2 Méthodologie

2.1 Les prestations d'ENET

ENET est la plate-forme centrale du processus de diffusion des dernières avancées technologiques issues de la recherche financées par le secteur public. Pour remplir son mandat, ENET développe différentes prestations et utilise plusieurs canaux de communication. Chacune des prestations de la plate-forme ENET a donc été analysée en détail. Sur la base des informations qui nous ont été fournies par l'OFEN concernant le mandat formel et le cahier de charges de la plate-forme ENET, il est possible de schématiser cette plate-forme telle qu'elle est censée exister et opérer.



Nous avons mis en œuvre le mandat d'évaluation selon les étapes suivantes:

- analyse structurelle: examen de l'organisation générale de la plate-forme dans l'optique de l'OFEN et des mandataires chargés de cette plate-forme
- analyse de la transmission de l'information: examen particulier de la plate-forme sous l'angle de la transmission de l'information et de la communication
- analyse de la mise en œuvre: examen des prestations d'ENET du point de vue des acteurs associés à leur mise en œuvre, à l'OFEN et ailleurs
- analyse des prestations: examen des résultats de la plate-forme du point de vue de ses principaux bénéficiaires
- analyse coûts-bénéfices: examen de la relation entre le coût de chaque prestation et son "bénéfice", aussi bien sous l'angle de l'efficacité (adéquation du résultat par rapport au coût) que de la cohérence (adéquation du coût par rapport aux objectifs), ce qui permet de donner un avis sur l'efficacité (adéquation du résultat aux objectifs en termes de coûts)

2.2 Analyse structurelle

Cette analyse a permis de construire une image formelle des objectifs, des processus de collaboration, des processus de production des prestations, des contrôles de qualité et des résultats tels qu'ils sont prévus et voulus par les acteurs décisionnels et mis en œuvre par les mandataires en charge de la réalisation d'ENET.

2.3 Analyse de la transmission de l'information

Les processus de communication et de transmission de l'information ont été analysés en regard des publics-cible auxquels s'adresse en priorité l'outil.

Comme le mentionne le concept de communication d'ENET, élaboré par BRO en 2000³, les outils de communication développés dans le cadre d'ENET s'inscrivent dans le concept de communication de SuisseEnergie. Il compte en particulier suivre les consignes données au sujet de l'identité visuelle (« *corporate identity* »). Comme, par ailleurs, nous n'avons pas pris connaissance d'un concept de communication spécifique pour ENET autre que celui établi par BRO, nous avons donc utilisé le concept de SuisseEnergie comme base de référence, même si nous étions conscients que ces deux activités sont formellement distinctes à l'OFEN.

ENET s'adresse en priorité aux groupes suivants : les milieux de la recherche scientifique, l'industrie et l'économie, les organisations économiques, les médias, le secteur de la formation, les administrations et les milieux politiques, et enfin la population entière⁴.

La plate-forme ENET vise spécifiquement la diffusion d'informations sur la recherche énergétique et le transfert de technologie. Selon le concept de communication élaboré par BRO, ENET doit plus particulièrement agir comme interface entre les activités de l'OFEN concernant la recherche et le développement en matière d'énergie et les acteurs concernés en Suisse.

³ Kommunikations-Konzept ENET, BRO, décembre 2000, p. 5.

⁴ Kommunikations-Konzept ENET, BRO, décembre 2000, pp. 14-15.

2.4 Analyse du point de vue des acteurs

Trois groupes d'acteurs ont été retenus dans l'analyse, chacun de ces groupes ayant un rôle spécifique dans la mise en œuvre et la réalisation des prestations d'ENET.

Il s'agit d'abord des responsables de domaine et des chefs de programme de l'OFEN⁵ qui sont les principaux interlocuteurs du mandataire ENET pour orienter la mise en œuvre. Le cahier des charges du mandataire ENET est complémentaire au leur afin de servir d'appui dans leur travail. L'avis des RD&CP est donc particulièrement important et le succès d'ENET se mesurera en partie par sa faculté de répondre à leurs besoins en assistance.

L'opinion et l'avis des RD&CP ont été collectés lors d'un atelier collectif de réflexion, qui s'est déroulé le 25 février 2003 à l'OFEN et auquel ont assisté dix représentants de cette catégorie de personnes⁶. La méthode choisie pour animer cette discussion collective était celle du "vote coloré": elle consiste dans un premier temps à soumettre aux participants de l'atelier un certain nombre d'affirmations au sujet d'ENET et à récolter leurs prises de position individuelles sous forme d'un mini-questionnaire (échelle "pas d'accord – d'accord"). Lors d'une discussion en groupe, les prises de position sont présentées sur écran de manière schématique, permettant aux uns et aux autres de situer leur propre avis par rapport à la tendance du groupe. Ils sont alors invités à faire part aux autres de leur point de vue afin de créer un contexte favorable à l'échange d'opinions et à la discussion. Cette méthode est particulièrement destinée à l'analyse de questions complexes devant être explorées en profondeur.

Le deuxième groupe d'acteurs est constitué des « fournisseurs » d'information à l'attention d'ENET. Il s'agit de représentants d'instituts de recherche (universités, EPF, HES, etc.) ou instituts dont une partie des projets de recherche énergétique sont financés par le secteur public. Ces acteurs sont à la fois fournisseurs d'informations pour ENET (ENET-News, News-Ticker, service de publications, etc.) et utilisateurs des prestations d'ENET notamment en ce qui concerne le service de transfert technologique. Ces acteurs du groupe « fournisseurs » ont été interrogés par le biais d'entretiens téléphoniques, l'atelier de groupe n'ayant pas pu être organisé compte tenu de la difficulté de mobiliser sur une même date des acteurs très occupés et souvent déjà très sollicités. L'échantillon a été constitué sur la base de recommandations des RD&CP et de TEMAS et quatre entretiens ont été réalisés⁷. Les chercheurs interrogés assument régulièrement des tâches de transfert technologique et sont donc représentatifs du groupe.

Dans le troisième groupe figurent les acteurs « relais » qui sont des destinataires de l'information diffusée par ENET et qui jouent un rôle de transmission de ces informations vers un public plus large. Neuf entretiens téléphoniques ont remplacé l'atelier prévu initialement essentiellement pour des raisons de disponibilités des participants. Nos interlocuteurs ont été choisis parmi une liste d'une cinquantaine d'adresses fournies par les RD&CP ainsi que par des sources diverses. Ce groupe est composé de représentants d'institutions en charge d'activités de transfert technologique, de promotion de nouvelles technologies, de l'organisation de manifestations, de lobbying, de conseil aux professionnels, de formation continue, de travail de presse, d'information et d'étude de marché⁸. A priori, ce groupe est relativement hétéroclite, composé aussi bien d'associations à but idéal ou d'associations professionnelles que d'entreprises, etc. Toutefois il rassemble des acteurs agissant comme des « relais » potentiels entre la recherche et l'application et qui utilisent les prestations de la plate-forme ENET.

⁵ Par simplification du texte, nous avons opté pour l'acronyme RD&CP de l'OFEN.

⁶ Cf. liste des participants en annexe 7

⁷ Idem

⁸ Cf. liste des personnes interrogées en annexe 7.

2.5 Analyse du point de vue des bénéficiaires

Les destinataires des informations de la plate-forme ENET ont été pris en compte dans la présente évaluation. Les points de vue des abonnés au magazine *ENET-News* ont été récoltés par le biais d'un questionnaire afin de les restituer aux responsables de la mise en œuvre d'ENET et aux mandataires en charge de la réalisation du magazine. Le questionnaire visait à explorer les éléments constitutifs de la satisfaction des lecteurs ou de leur insatisfaction, à identifier les utilisations réelles de l'information transmise par le biais d'ENET, ainsi qu'à évaluer l'adéquation des prestations d'ENET en regard des attentes et besoins des publics-cible.

Le bulletin électronique News-Ticker a également fait l'objet d'un questionnaire sur l'initiative de l'OFEN. La mise au point du questionnaire et sa diffusion ont été réalisées par TEMAS, y compris la récolte des données, antérieurement au début de notre mandat. Sur demande de l'OFEN, nous avons effectué l'analyse des résultats, qui ont été utilisés dans cette étude.

2.6 Analyse coûts-bénéfices

Une analyse coûts-bénéfices faisait partie des attentes explicites de l'OFEN pour ce mandat, ce qui est tout à fait légitime dans la mesure où il s'agit de savoir si les fonds publics investis dans cette plate-forme sont investis de manière efficiente et adéquate. Toutefois, une telle analyse est particulièrement complexe et délicate. Nous avons estimé qu'elle se déclinait sur au moins 2 niveaux:

- sur le plan opérationnel: est-ce que les prestations d'ENET sont-elles produites à un coût optimal, respectivement pourrait-on produire la même prestation à un moindre coût, en termes de qualité, de fréquence, de volume, etc.?
⇒ analyse d'efficacité, de cohérence et d'efficacité
- sur le plan stratégique: est-ce que les prestations ainsi produites, pour un coût donné, en valent la peine en termes de pertinence par rapport aux enjeux généraux et aux attentes à l'égard d'ENET, en tenant aussi compte du contexte dans lequel opère ENET?
⇒ analyse de pertinence et (indirectement) d'impact

Dans le cadre de cette évaluation, notre contribution à l'analyse coûts-bénéfices ne peut être que relativement modeste et partielle, pour deux raisons principales:

- Même si nous avons eu accès au budget détaillé des prestations d'ENET, nous n'avons pas procédé à un examen détaillé des coûts réels, sous forme d'audit, ce qui aurait largement dépassé le cadre de cette évaluation. Nous n'avons donc pas analysé les coûts proprement dits des mandataires pour réaliser les prestations, et donc la relation entre les fonds mis à disposition par l'OFEN ou les éventuelles recettes externes, d'une part, et les coûts réels, d'autre part.
- Il aurait fallu pouvoir effectuer une comparaison systématique, pour une prestation donnée d'ENET, entre le coût apparent dans le cadre du mandat actuel et celui qui découlerait de la mise en œuvre par un autre mandataire; nous avons tenté cet exercice pour une partie des prestations. Quant à comparer des prestations similaires en termes de coûts, cela a été envisagé mais il est très difficile de trouver des prestations tout à fait comparables.

3 Les prestations ENET en détail

3.1 Service des publications

- Le service des publications récolte, systématise et met à disposition sous forme de bibliographies, rapports et brochures les résultats issus des domaines suivants de la recherche énergétique : recherche et développement (R&D), installations pilote et de démonstration (P&D) et introduction sur le marché des technologies les plus récentes.

3.1.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités

Le service des publications vise principalement les chercheurs, les professionnels provenant de l'économie et de l'industrie et les intéressés à la recherche énergétique en général. Cette prestation est à l'origine du concept ENET créé en 1988 pour répondre à un besoin croissant d'archivage et de mise à disposition publique des résultats de la recherche énergétique soutenue par le secteur public.

Cette prestation a conservé toute son importance et l'actuel cahier des charges reflète bien cette priorité : la part réservée à la description du service des publications est en effet très grande. La tâche du service des publications se divise en trois parties. Une première partie consiste à collecter les rapports émanant de la recherche énergétique financée par le secteur public, à les archiver et à les distribuer aux intéressés sur commande. ENET doit veiller à disposer d'archives exhaustives et à assurer la distribution dans des délais convenables. Dans un deuxième temps, ENET doit informer les publics-cible de l'existence et de la disponibilité de ces documents. A cette fin, le mandataire ENET doit mener une politique de publicité expansive et permanente, moyennant le magazine *ENET-News* et le site Internet. Troisièmement, le mandataire ENET doit s'assurer de l'existence de résumés pour chaque rapport et, le cas échéant, les demander aux auteurs ou les faire rédiger. Ces résumés seront également mis à disposition du public. Finalement, le mandataire est libre de vendre une partie des services, qui comprend principalement les documents sous format papier.

Le mandataire ENET est également tenu à fournir d'autres bases de données nationales et internationales (ETDE entre autres) des publications dont elle a connaissance.

3.1.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies

Pour le service de publications, le mandataire est responsable des tâches décrites dans le cahier des charges. Avant 1999, le mandataire (la société n+1) avait procédé à un important travail d'archivage de publications (quelques 9500 documents) ainsi qu'à la constitution d'une abondante base de données d'adresses (8200 adresses), disponibles sous une forme informatique rudimentaire. Les publications provenaient de trois domaines, la recherche et le développement (R&D), les installations pilote et de démonstration (P&D) et un ensemble de rapports d'origines diverses. Les publications sont pourvues d'un numéro de référence de bases documentaires extérieures (ARAMIS pour la Confédération et ETDE pour la recherche énergétique internationale), facilitant le transfert des documents entre les archives.

Le nouveau mandataire a consacré une bonne partie de l'année 2000 à actualiser la base de données d'adresses et à saisir les documents dans un format compatible avec Internet. Finalement, les deux bases de données ont été fusionnées et reliées à Internet afin de rendre accessible l'information par ce

canal. Aujourd'hui, une part importante des documents est téléchargeable dans son intégrité par cette voie.

Comme prévu par le cahier des charges, les chercheurs et les RD&CP de l'OFEN transmettent systématiquement leurs résultats de recherche à ENET. Celle-ci en fait la saisie, avant de soumettre ce nouvel enregistrement au responsable de domaine correspondant de l'OFEN. L'enregistrement est en principe validé par ce dernier sous réserve que le rapport émane de la recherche financée par le secteur public. Après approbation, le document est rendu accessible via Internet. Les résumés sont généralement fournis avec les rapports et, dans le cas contraire, rédigés par une personne en sous-traitance pour l'OFEN.

La marge de manœuvre attribuée à ENET réside essentiellement dans le domaine technique et la mise en œuvre (au sujet de la base de données). Le mandat est très précis sur les finalités et le mandataire ENET n'a pas grande latitude pour intervenir sur le contenu de cette base.

Le mandataire ENET a suggéré d'analyser les résultats de la recherche sous un angle qualitatif, en vue de leur potentiel de commercialisation, et d'ajouter ces fiches de commentaires aux informations générales sur les publications. Les résultats émanant d'une phase d'essai pour cette démarche n'ont cependant pas pu satisfaire les attentes des responsables de l'OFEN, et cette démarche est actuellement suspendue.

3.1.3 Evaluation de la transmission d'information

La recherche de la documentation est facilitée grâce à la segmentation par thème, l'existence de fiches signalétiques et la possibilité de gérer son compte de commande. La mise en page est différente du reste du site Internet, ce qui perturbe l'identification à une source unique.

Le moteur de recherche est actuellement très rudimentaire et ne permet pas une recherche avancée (multicritères) permettant d'accéder plus rapidement à l'information souhaitée.

3.1.4 Evaluation de la mise en relation

La base de données des publications est mise en réseau avec la base de données d'adresses, l'utilisateur peut ainsi facilement accéder à l'adresse complète d'un grand nombre de chercheurs qui sont à l'origine des rapports de recherche. Cette fonction favorise la mise en relation entre l'émetteur et le récepteur des résultats de la recherche, élément très positif.

3.1.5 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs

Dès juin 2000, la nouvelle base de données des publications était accessible et les publications peuvent être commandées. Jusqu'à la fin de 2002, ENET a saisi quelques 920 nouvelles publications, portant le nombre de documents disponibles à 6'500. Les commandes, qui se font principalement par courrier et par fax, connaissent une forte augmentation, notamment par l'augmentation du nombre de commandes passées en ligne. A fin 2002, un quart des commandes est fait par le biais du service Internet.

Fin 2001, 4'500 publications ont été envoyées, ce qui dépassait largement les 1'200 publications prévues dans le budget de cette même année. Le nombre d'envois est resté constant en 2002, dépassant ainsi à nouveau les 3'900 envois prévus. Par ailleurs, ENET a enregistré en 2002 quelques 32'000 téléchargements de fichiers PDF des publications (par rapport à 3'900 sur six mois en 2001), un chiffre qui

soulève à la fois le potentiel et le succès du service électronique des publications, succès dû à la facilité et la gratuité de l'accès aux publications.

Ainsi la vente en ligne des publications et la possibilité de leur téléchargement représentent deux innovations majeures.

La collaboration entre le mandataire ENET et les RD&CP de l'OFEN est formalisée, les contacts sont standardisés. Il existe une procédure d'approbation de tout nouvel enregistrement par les RD&CP. Cette procédure assure ainsi la participation des RD&CP à la constitution de la base de données. Elle garantit ainsi non seulement la fiabilité de la base mais également son exhaustivité et son actualité.

3.1.6 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des acteurs externes

Les RD&CP s'accordent à dire que le service des publications fonctionne à leur entière satisfaction. Ils qualifient le service de fiable, rapide, et estiment que ce service représente un atout considérable pour la réalisation de leurs tâches en les soulageant de tous les aspects de collecte et d'archivage des publications. Les objectifs du mandat sont sur ce plan pleinement atteints.

Une critique récurrente est émise quant au moteur de recherche sur la base de données ; ce moteur est considéré comme insuffisant. Les RD&CP souhaitent la mise en place d'un moteur de recherche avancée à l'instar de celui du site d'ETDE. Cette critique n'est, apparemment, pas nouvelle et nos interlocuteurs s'étonnent que l'amélioration du moteur de recherche ne soit, aujourd'hui encore, pas réalisée⁹.

Une autre remarque concerne les prix de vente pratiqués par le mandataire sur certains documents. Ils sont supérieurs à la moyenne, avec parfois des documents payants via le service des publications alors que ces mêmes documents peuvent être obtenus gratuitement ailleurs.

Les RD&CP s'interrogent sur l'opportunité de confier le service des publications à une bibliothèque publique et les avis à ce propos divergent. Les opposants estiment que ce changement pourrait entraîner potentiellement une perte de visibilité des activités de la recherche énergétique. L'intégration des publications dans une bibliothèque universitaire noierait le thème de l'énergie dans un ensemble beaucoup plus large d'informations.

Les entretiens auprès du groupe « relais » ne permettent pas de dégager des modalités typantes d'utilisation de ce service. Les besoins des interlocuteurs de ce groupe sont très divers, certains regrettent l'absence d'informations exploitables pour la formation continue, d'autres la limitation aux thèmes de l'énergie. Quelques remarques ont été formulées sur le manque d'identification du service des publications, notamment à cause de l'absence de liens explicites avec l'OFEN.

3.1.7 Ressources et analyse coûts-bénéfices

Le service des publications est assuré par une collaboratrice du mandataire ENET, avec l'aide de deux adjointes administratives (documentation et Internet) et une secrétaire. Les frais courants se répartissent entre la mise à jour des publications, l'envoi des documents commandés, la publicité par l'intermédiaire d'*ENET-News* et d'Internet et l'entretien de la base de données d'adresses. Les recettes de vente des publications couvrent quelques 15% de ces frais.

⁹ Le mandataire fait remarquer ici que le moteur de recherche correspond tout à fait aux standards du domaine avec une recherche possible sur plusieurs critères. Il semble qu'il y ait une divergence de fond à ce sujet.

Tâche	Budget 2002
Management de programme	39'150
Management d'information: recueil des articles	16'850
Management d'information: envois d'articles (35'000.- de recettes par la vente comprises ¹⁰)	75'776
Information au public-cible	6'456
Publicité pour publications (intégration sur site Internet)	23'672
Préparation des fiches de publications pour 3 ENET- News + transfert des adresses	12'912
Entretien de la base de données d'adresses	33'700
Total	208'000
	<i>(incl. TVA)</i>

Une analyse directe coûts-bénéfices n'est pas faisable de manière exhaustive dans le cadre de ce mandat. Cette activité (comme les autres postes du budget ENET) est libellée en heures de travail, selon des tarifs définis par l'OFEN, ce qui couvre aussi les frais d'équipement (informatique et réseau) et de fonctionnement (envois de publications, par exemple).

Or la phase initiale (2000-2001) ne peut pas être représentative de la suite, puisque dans un premier temps ENET a dû fournir un très gros effort de mise à jour de cette prestation (organisation d'une base de données moderne, saisie de son contenu, organisation d'un système de commande et de livraison, etc.) qui a forcément entraîné des coûts particuliers d'investissement, aussi bien en temps qu'en matériel. Cette phase a apparemment aussi duré sur une partie de 2002. A présent que la prestation est bien rodée et, sous réserve de changements majeurs, le coût devrait baisser dans les budgets futurs. De plus, il devrait être possible d'analyser à l'avenir l'adéquation de la prestation par rapport à ses coûts, en termes d'efficience, à condition d'établir un monitoring continu.

S'il est exact que cette prestation est unanimement considérée comme performante, à part sur les quelques aspects mentionnés (faiblesse du moteur de recherche, par exemple) et repris ci-après dans les recommandations opérationnelles, nous avons également souvent entendu que le coût semble plutôt élevé. Au sein de l'OFEN, en tout cas, il existe une hypothèse que cette prestation pourrait être assurée à moindre coût par une bibliothèque universitaire bien organisée et équipée, à la fois en raison d'économies d'échelles et de l'absence de tout souci de marge bénéficiaire. Le seul moyen de vérifier cette hypothèse serait de faire établir des offres concrètes de service en partant des paramètres actuels de la prestation. Ceci étant, toute évaluation d'options alternatives de gestion de cette prestation devrait aussi inclure à la fois un examen des possibilités d'économies sur la nature de la prestation et une amélioration sur certains points repris au paragraphe suivant. Pour obtenir une comparaison fiable, il faudrait bien sûr tenir compte des standards de qualité élevé de la prestation actuelle.

De plus, le taux de commandes de publications passant par le biais de téléchargements de fichiers ne peut qu'augmenter encore par rapport aux commandes de publications "papiers", diminuant ainsi les coûts. D'autres questions liées aux coûts actuels se posent, par exemple celle de la base de calcul pour déterminer le prix de vente d'une publication, qui ne paraît pas tout à fait clair à certains usagers de cette prestation. Certaines personnes nous ont fait part de leur incompréhension à ce sujet, estimant que quelques publications étaient payantes sur le site ENET alors qu'à leur connaissance, elles seraient

¹⁰ Ces recettes ont diminué de près de 50% en 2002, ainsi les prix de vente des publications ont été augmentés d'un commun accord entre ENET et l'OFEN.

gratuites à la centrale fédérale des publications (BBL) ou à l'OFEN. Même si ces remarques sont peut-être erronées ou relèvent d'un malentendu, cela montre la nécessité d'être très transparent et clair à ce sujet.

3.1.8 Recommandations opérationnelles

- Clarifier les besoins et les attentes relatives au moteur de recherche, éventuellement en utilisant les interfaces existantes, afin de développer et d'améliorer le confort pour l'utilisateur.
- Réactualiser l'idée d'accompagner les publications de fiches de commentaires permettant de mettre en évidence les potentiels de valorisation et leurs limites ou risques.
- Assurer la transparence et la cohérence par rapport aux paramètres qui servent de base au prix de vente des publications payantes afin d'éviter tout malentendu.
- Afin de faciliter une analyse des coûts réels dans le cadre d'un fonctionnement régulier de la prestation, après la phase initiale de mise au point, mettre en place un monitoring et envisager une séparation nette entre coûts matériels (équipements, envois, etc.) et honoraires.

3.1.9 Éléments de réflexion stratégique

L'opportunité de transférer la responsabilité du service des publications à un organisme public (bibliothèque universitaire par exemple) a été évoquée à de nombreuses reprises, notamment pour utiliser au mieux les capacités des structures existantes et également pour tenter de diminuer les coûts relatifs à cette prestation.

La question de l'autonomie dont bénéficie le service des publications est un élément à prendre en compte si cette réflexion est menée. En effet, l'autonomie actuelle (structure ad hoc) est perçue par les RD&CP de l'OFEN comme une garantie de transparence et de visibilité des activités de l'OFEN dans le domaine de la recherche énergétique. À l'opposé, les interlocuteurs du groupe « relais » seraient plus favorables à un service intégrant des références provenant de sources plus diverses que celles de la recherche financée par le secteur public.

Par rapport au type de prestation proposé, toute réflexion stratégique doit également porter sur l'équilibre entre diffusion sur support traditionnel (papier) et sur support électronique (téléchargement), ainsi que sur le déplacement progressif des canaux utilisés pour les commandes des moyens traditionnels (lettres/fax) vers les canaux électroniques. En effet, ces évolutions peuvent d'une part être influencées (par exemple par le prix des publications sur support papier, plus ou moins élevé) et d'autre part elles influencent les coûts de la prestation et son organisation opérationnelle.

3.2 Magazine ENET-News

Le magazine *ENET-News* publie des reportages, des rapports, des articles suggestifs, etc. sur l'ensemble du domaine de la recherche énergétique publique et de sa mise en pratique. Il constitue également un vecteur d'information sur le contexte international de la RD&D énergétique.

3.2.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités

Le magazine *ENET-News* constitue l'un des services-clé d'ENET ; cette prestation a été créée en 1988 et se trouve à l'origine de la plate-forme ENET. La prestation *ENET-News* figure dans le cahier des charges sous la rubrique « publier : c'est à dire faire une publicité permanente périodique propre au moyen des *ENET-News* et d'un service Internet mis à jour continuellement, et envoyer de la réclame dans d'autres périodiques et autres institutions ». Son objectif général est ainsi d'informer tous les publics-cible (collaborateurs de l'OFEN, cantons, autorités, économie, spécialistes, professionnels, médias, publics intéressés et consommateurs) des programmes de la recherche énergétique soutenus financièrement par le secteur public et de leurs applications concrètes.

Une première évaluation, réalisée en 1996, a mis en évidence que le magazine était apprécié par une large majorité des lecteurs ayant participé à l'enquête. La principale critique formulée lors de cette évaluation concernait le manque de structuration et de hiérarchisation de l'information (pas de thèmes prioritaires). Cette observation avait été traduite par les rédacteurs de l'évaluation en recommandations d'amélioration à l'adresse du mandataire en charge de la rédaction du magazine.

En 2000, lorsque ENET a été attribuée à un nouveau mandataire, l'OFEN a formulé de nouvelles demandes envers le magazine : enrichir la variété de la présentation (Variantenvielfalt), garantir une diffusion en allemand et en français et mieux représenter les programmes de l'OFEN. Ces éléments ont été négociés de manière informelle et oralement, lors d'une séance de « kick-off » du mandat¹¹.

Le concept de communication formulé par le mandataire en 2000 précise que le magazine s'insère dans une stratégie globale qui vise à faire connaître les programmes de recherche de l'OFEN, notamment en matière de recherche et de développement, d'installations pilote et de démonstration, mais également d'introduction au marché. La communication déployée à cet effet par ENET se veut objective, fondée et démocratique, mais également continue, régulière, d'actualité et complémentaire à l'OFEN. Elle doit faire appel à des canaux directs (magazine) et indirects (presse en tant que multiplicateur).

De l'avis du mandataire, l'objectif particulier d'*ENET-News* est de « créer des liens entre les acteurs et les projets : le but est l'intégration complète de tous les programmes avec un accent mis à chaque édition ». A l'intersection entre gazette d'entreprise et journal indépendant, ce magazine doit rendre compte des activités de l'OFEN avec « sobriété, exhaustivité et objectivité »¹².

3.2.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies

ENET-News est réalisé en étroite collaboration entre les RD&CP de l'OFEN et le rédacteur d'ENET. Les premiers définissent d'un commun accord les thèmes des articles à paraître, tandis que le rédacteur assure la recherche journalistique ainsi que le travail rédactionnel. Le choix des thèmes traités se fait

¹¹ Selon entretien avec M. Wellstein de la société mandataire pour la réalisation du magazine.

¹² idem

selon l'actualité et par un tournus entre les programmes de l'OFEN afin de garantir l'égalité des thèmes abordés. Un espace est réservé au transfert technologique et aux activités de la plate-forme ENET, cet espace est occupé d'un commun accord entre les mandataires d'ENET (BRO et TEMAS).

D'entente avec les RD&CP, le rédacteur propose des textes en « ghostwriting » qui sont soumis à consultation au sein de l'OFEN. Suite à leur approbation, ils sont traduits en français et portent la signature des RD&CP respectifs.

Le magazine est produit en deux langues, allemand et français, à l'exception des illustrations et graphiques qui sont reproduits dans leur langue originale afin de ne pas grever les coûts de production. La mise en page suit les directives graphiques imposées par l'OFEN.

Le magazine contient en moyenne 40 pages et traite une douzaine de programmes de l'OFEN par édition dans environ 16 articles, avec un programme prioritaire. La structure du magazine est calquée sur la structure de l'OFEN ; ainsi les domaines de l'OFEN sont les grands thèmes du magazine. Le magazine paraît trois fois l'an, le tirage est d'environ 7'500 exemplaires (dont 1'500 exemplaires en français), parmi lesquels 6'000 sont envoyés par courrier aux abonnés. Le public peut être regroupé dans les catégories suivantes : instituts de recherche, industrie et bureaux de planification/conseil. La base de données d'adresses est gérée par TEMAS, le fichier des abonnés est transmis à BRO pour l'envoi du magazine. Cette gestion centralisée du fichier d'adresses vise à garantir une meilleure mise à jour des données.

A l'origine, TEMAS intervenait dans la réalisation d'*ENET-News*, sous forme de conseil technique. Cette coopération n'a plus lieu actuellement. Du point de vue de BRO, ce support était devenu obsolète avec la reprise de la responsabilité rédactionnelle en 2000 par Monsieur Wellstein qui a les compétences requises pour réaliser son travail de manière autonome. Du point de vue de TEMAS, ce retrait est expliqué par un désaccord sur les principes mis en pratique dans le magazine.

3.2.3 Evaluation de la transmission d'information

L'étude et l'analyse de l'outil sous l'angle de la communication révèlent que, du point de vue de la transmission d'information, le magazine répond aux critères de qualité actuels. Les différents thèmes sont traités régulièrement, certains sous forme de dossier. L'équilibre entre textes, iconographies et photographies est adéquat, favorisant l'accès à l'information. Le magazine propose une large variété de thèmes traités, offrant ainsi une vision complète des programmes de l'OFEN. Les nombreux exemples de réalisations, en Suisse et à l'étranger, permettent aux lecteurs de mieux appréhender les applications possibles des recherches présentées.

Le magazine *ENET-News* a fait l'objet d'une évaluation auprès des abonnés sous forme d'un questionnaire inclus dans le numéro de décembre 2002. Les principaux résultats de cette enquête sont résumés dans le chapitre 3.2.7 et les résultats exhaustifs peuvent être consultés à l'annexe 1 du présent rapport.

3.2.4 Evaluation de la mise en relation

Ce magazine offre de nombreuses possibilités de mise en relation. Les auteurs des articles sont clairement identifiés et une adresse permet une prise de contact directe. Le lecteur retrouve régulièrement les mêmes rubriques, ce qui permet une fidélisation au support (l'ordre des rubriques n'est pas toujours le même, mais ceci est sans incidence sur la lecture car la fréquence de parution est espacée).

Cette mise en relation pourrait être renforcée par l'ajout des adresses e-mail des signataires de l'article, ainsi que la mention dans l'imprimé du responsable à l'OFEN de la structure ENET. Au

même endroit, des informations sur le tirage, les moyens de s'abonner à la revue et l'adresse du site Internet (bien que déjà mentionné en première page) complèteraient les informations utiles.

L'utilisation de l'allemand dans quasiment tous les graphiques édités renvoie à l'origine suisse allemande de la revue, ce qui est regrettable au vu de l'effort fourni pour réaliser un magazine de qualité.

3.2.5 Evaluation de la structure de la revue

Le magazine *ENET-News* comprend entre 36 et 44 pages (36, 40, 44). Reprenant la mise en page d'un magazine grand public, ce journal est d'un abord facile et incite à la lecture. L'utilisation de toutes les techniques de mise en page actuelles pour alléger la lecture offre aux lecteurs une plus grande disposition à aborder des thèmes techniques (édito, articles aérés, illustrations et photos sur chaque page, segmentation des pages en articles et encadrés, utilisation de la couleur pour faciliter cette segmentation...). La présentation fréquente d'acteurs, à travers des interviews et des photos, permet une plus grande identification : on parle d'êtres humains et pas seulement de techniques. De plus, des articles portant sur des réalisations à l'étranger offrent une ouverture des perspectives.

Les articles de fonds, répartis en rubriques principales (entre une dizaine et une quinzaine, selon les numéros) forment la structure du magazine. A cela s'ajoutent de nombreux encadrés offrant diverses informations, telles qu'annonces de manifestations ou conférences (avec tableau récapitulatif), résumés de rapports ou brochures, comptes-rendus de symposiums ou informations supplémentaires (telles qu'un exemple de réalisation). De plus, de nombreux éléments permettent de poursuivre la recherche d'informations ou d'entrer en contact avec d'autres acteurs du secteur concerné, comme des liens de sites Internet, des noms et adresses (e-mail également), les noms, fonctions et adresses des auteurs des articles ou la liste des publications disponibles. Le magazine ouvre ainsi d'autres pistes, ce qui représente une plus-value intéressante.

La mise en page facilite la lecture, comme par exemple la mise en évidence d'un dossier principal de 8 à 10 pages grâce à une couleur de fond, la segmentation de la page en plusieurs parties, les photos souvent informatives et légendées, l'utilisation de graphiques et de schémas explicatifs, ainsi que les techniques d'édition usuelles (titres, sous-titres, intertitres, citations en évidence...)

Une nette amélioration est notable entre le numéro de septembre 2000 et celui de décembre 2000. De nombreuses modifications ont été en effet apportées : passage de l'édito de la page 2 à la page 3 (meilleure mise en évidence) et utilisation d'une photo ou d'un graphique, partage de la page 3 avec une colonne informative permettant de mettre en évidence une information particulièrement importante, passage de l'Impressum en page 2 (alors qu'il était situé en page 8, ce qui n'avait pas de sens), insertion de photos dans le sommaire, introduction d'un dossier principal en couleur, quelques améliorations graphiques (les références du magazine et les numéros de page sont passés en haut, au même niveau que les noms de rubrique, ce qui facilite la lecture), utilisation de l'interview permettant une personnalisation plus forte.

La hiérarchisation de l'information, une mesure que l'on retrouve dans l'évaluation de 1996 sous forme de recommandation, s'effectue de plusieurs manières: la sélection ou le rejet d'un sujet, l'importance en taille d'un article, le positionnement de l'article dans la page (pour un quotidien) ou dans le magazine. Pour ce dernier point, les articles en début de magazine sont considérés comme plus importants. Dans le cas d' *ENET-News*, nous observons que la politique institutionnelle de l'OFEN est considérée comme prioritaire. En effet, les magazines présentent toujours en «ouverture» les articles sur l'OFEN, sur la CORE, sur ENET et sur les fondements de la politique énergétique. En fin de magazine, nous trouvons la liste des nouvelles publications. En ce qui concerne l'ordre des rubriques relatives aux thèmes propres à la recherche énergétique, elle n'est pas flagrante. En effet, l'ordre des rubriques n'est pas figé et l'on ne peut définir une importance accordée à tel ou tel thème. Dans le cas d' *ENET-News*, cette politique éditoriale n'a pas de conséquence sur la lecture en raison de la fréquence espacée de parution (trimestrielle). Cette fluctuation de l'ordre des rubriques ne serait pas en-

visageable dans le cas d'un quotidien ou d'un hebdomadaire, qui cherche une fidélisation de la lecture, le lecteur s'attendant à trouver ses rubriques à la même place.

3.2.6 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs

Ce magazine répond à différents objectifs de communication de l'OFEN. Il permet la transmission d'information sur la politique énergétique en Suisse, fournit des informations sur l'OFEN et ENET, présente les acteurs de l'OFEN (RD&CP). A notre surprise, BRO ne connaît pas les résultats de l'évaluation d'ENET-News réalisée en 1996. Néanmoins, l'exigence de la hiérarchisation de l'information a été prise en compte dans la nouvelle version du magazine. Cet aspect avait été soulevé par des lecteurs et lectrices qui disaient alors être submergés par un flot d'informations sans hiérarchie.

Il n'y a pas d'objectifs quantitatifs quant à l'élargissement du cercle de lecteurs et leur nombre. Les démarches proactives à cet effet se font sur initiative du mandataire ENET, comme par exemple par des envois postaux réguliers et à grande échelle. Toutefois, le mandataire estime que les manifestations sont le moyen le plus efficace pour recruter de nouveaux lecteurs. Ainsi, il multiplie ses présences à ces événements, pour enrichir la base de données d'adresses.

3.2.7 Le point de vue des abonnés

Comme il s'agit d'un vecteur ayant un public identifiable (les abonnés), l'outil le plus direct pour connaître l'avis du public est l'enquête de satisfaction. Ainsi un questionnaire a été proposé afin de récolter et d'analyser les avis, les opinions et les suggestions des lecteurs et lectrices de *ENET-News*. Le questionnaire avait pour objectifs de sonder les abonnés sur la qualité du magazine et d'identifier les impacts en termes d'utilisation de l'information. Il cherche également à explorer plus finement les éléments constitutifs de la satisfaction des lecteurs ou de leur insatisfaction.

Les résultats¹³ de cette enquête sont intéressants à plusieurs titres.

Du point de vue du public-cible, le magazine semble atteindre son objectif dans la mesure où l'on observe une bonne concordance entre l'activité professionnelle des répondants et leur avis quand à la cible privilégiée du magazine (public auquel le magazine devrait s'adresser en priorité). On peut en déduire que les lecteurs et lectrices du magazine estiment en général que le magazine leur est adressé.

Les répondants des catégories « institutions spécialisées » et « entreprise privée (R&D) » sont avant tout intéressés par une information de type spécifique ayant trait à la recherche énergétique et au transfert de technologies, alors que les autres publics portent leur attention sur le domaine de l'énergie en général. Cet élément est intéressant dans la mesure où il permet de vérifier que le public-cible visé par *ENET-News* n'est pas premièrement composé de spécialistes du domaine de la recherche mais comprend surtout des professionnels divers et d'autres personnes intéressées par la problématique au sens large.

Signalons toutefois que deux sous-groupes de répondants ne s'estiment pas être la cible privilégiée d'*ENET-News*: les chercheurs qui ne se reconnaissent pas dans cette publication trop vulgarisée à leur avis et les professionnels de la branche de la construction, architectes et entrepreneurs-construc-teurs pour lesquelles le magazine n'est pas assez orienté vers l'application pratique des innovations.

Cette remarque soulève un des points les plus controversés du magazine : l'équilibre entre les articles de vulgarisation et les articles spécialisés et très techniques. Le public spécialiste et « averti », a ten-

¹³ Les résultats exhaustifs sont disponibles à l'annexe 1 du présent rapport.

dance à regretter que les articles soient parfois superficiels ou vulgarisés. A l'inverse, le « grand public » déplore que certains articles soient trop spécialisés et pas à leur portée. Le même phénomène est relevé pour l'équilibre entre les sujets de recherche et ceux de l'application concrète. Certains répondants attendent plus d'articles sur la phase de démonstration et d'application pilote, tandis que d'autres souhaitent que la phase initiale de la recherche soit prioritaire. Cette difficile question de l'équilibre est sujette à controverse du fait d'un public-cible très varié.

En termes d'impact, une grande majorité des répondants estime que la lecture du magazine *ENET-News* a des effets perceptibles. Les informations transmises par ce vecteur permettent ainsi aux lecteurs d'approfondir leurs connaissances des résultats de la recherche énergétique. En ce qui concerne la mise en pratique de ces connaissances, les répondants sont un peu plus sceptiques et leur appréciation est plus nuancée.

Les lecteurs et lectrices sont, pour une très grande majorité, satisfaits ou très satisfaits de la qualité du contenu et de la présentation du magazine. La plupart souhaite qu'*ENET-News* perdure sous sa forme actuelle. Toutefois, bien que la qualité graphique et la mise en page du magazine soient des éléments appréciés par un grand nombre de répondants, ils sont également nombreux à regretter l'utilisation d'un papier glacé et son emballage plastique est critiqué avec insistance. Les lecteurs estiment que cette revue est lue une seule fois, les articles intéressants sont archivés, ainsi le magazine devrait être imprimé sur du papier recyclé ou plus fin, avec moins de couleurs.

Les lecteurs francophones apprécient grandement de recevoir une revue de l'OFEN en français ; par contre ils estiment que l'effort de traduction doit être renforcé notamment pour la traduction des légendes des graphiques et des illustrations.

Globalement la qualité des articles, en termes de contenu, est relevée par de nombreux répondants. Signalons une demande récurrente concernant le besoin d'avoir des informations « critiques », à savoir ne pas éviter la controverse lors de la présentation de projets et donner les arguments *pro* et *contra* pour permettre au lecteur de se faire une opinion. Il s'agirait également de parler des « mauvais projets » ou des difficultés non résolues. Par ailleurs, un souhait est exprimé sur l'ouverture du magazine aux activités de la recherche « non payée » et de la recherche privée et indépendante.

Le rythme de parution actuel semble être adéquat. Si un changement devait s'opérer, ce serait pour une augmentation du nombre de numéros à 4 par année. Le nombre de pages est également très satisfaisant pour une grande majorité des répondants.

3.2.8 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des acteurs externes

Les RD&CP de l'OFEN sont très satisfaits de la qualité du magazine tant sur son contenu que sur sa présentation. Ils apprécient l'opportunité que représente le magazine pour faire connaître très directement leurs activités au sein de l'OFEN. Certains y voient même l'occasion de diffuser un message à caractère politique sur la recherche énergétique. En ce qui concerne la réalisation du magazine, ils estiment que la démarche est très collaborative et se sentent intégrés au processus d'élaboration. *ENET-News* représente pour eux une prestation centrale d'ENET.

Nos interlocuteurs des groupes « fournisseur » et « relais » sont unanimes à relever la qualité des articles, d'un point de vue journalistique. Ils s'accordent également à dire que la présentation graphique du magazine est bonne et correspond largement aux standards actuels pour ce type de publication.

A l'instar de ce qui a été relevé par les abonnés au magazine, les interlocuteurs des deux groupes se posent la question de l'adéquation du contenu aux cercles des lecteurs. La principale difficulté mise en évidence est l'équilibre entre les articles de vulgarisation et les articles spécialisés et très techniques. Certains regrettent que les articles soient trop complexes et ainsi pas à la portée du grand public et d'autres déplorent, au contraire, leur caractère trop superficiel et vulgarisé. Certains craignent même qu'à force de vouloir atteindre différents publics-cible, le risque existe qu'aucun ne le soit véritable-

ment. Cette divergence est principalement due au fait que les profils socio-professionnels des abonnés sont très divers.

Nos interlocuteurs font un usage très variable du magazine. Les uns l'utilisent comme un document récurrent de travail, d'autres en font une lecture distraite parmi un flot quotidien très important d'informations. Il s'avère également que bon nombre de nos interlocuteurs travaillent dans des domaines à cheval entre l'énergie et d'autres disciplines. Ainsi le domaine de la recherche énergétique n'est pas leur unique centre d'intérêt. Cette dernière observation illustre la position difficile d'ENET qui réunit à la fois un grand nombre de technologies de l'énergie et exclut d'autres disciplines avoisinantes.

3.2.9 Ressources et analyse coûts-bénéfices

Le mandataire ENET dédie un poste à 80% pour la réalisation du magazine *ENET-News*. Les coûts sont répartis entre le travail rédactionnel (ENET) et la production et diffusion (en sous-traitance) ; ils se répartissent de la manière suivante (pour 3 parutions par année) :

Tâche	Budget 2002
management, rédaction, consultation, préparation envoi	113'000
frais extérieurs de production: traduction, impression, envoi	125'000
recettes publicité non-réalisées	15'000
Total	253'000

(incl. TVA)

La structure des coûts réels est transparente, puisque nous savons qu'elle se décompose en frais salariaux pour un poste à 80% et en frais de production et de distribution du magazine. Sur cette base, et après quelques prises de renseignements auprès de personnes impliquées dans ce type d'activités, il est possible d'affirmer que pour un magazine de cette qualité, de cette fréquence et de cette distribution, le coût semble tout à fait justifié. Il paraît ainsi peu probable de trouver des sources d'économies substantielles sans toucher à la prestation elle-même et l'engagement des responsables d'ENET pour assurer cette prestation est tout à fait conséquent en regard de son coût.

3.2.10 Recommandations opérationnelles

- Traduction des graphiques et des illustrations dans les deux langues
- Tirage moins coûteux, voire sur papier recyclé, accompagné d'un effort accru de traduction
- Style journalistique critique intégrant le regard des diverses parties : éloignement du style de gazette d'entreprise

3.2.11 Eléments de réflexion stratégique

Dans la recherche de synergies, ce magazine pourrait aussi être un bon support pour la communication de l'OFEN. Par exemple, en quatrième de couverture apparaît un formulaire de commande de publication, alors que cette page est idéale pour présenter des visuels de communication. Les annon-

ces réalisées pour transmettre des messages-clé de la communication faïtière de l'OFEN pourraient figurer à cette place.

Toutefois, pour le magazine, la discussion peut se situer à un autre niveau: est-ce pertinent d'investir cet argent dans un magazine haut de gamme paraissant trois fois par an? La question mérite d'être posée. Si la somme reste stable, à quelles conditions pourrait-on par exemple passer à un rythme de parution trimestriel (tout en maintenant le bilinguisme)? Dans quelle mesure un magazine moins soigné sur le plan de l'apparence et de la mise en page serait aussi adéquat par rapport à ses objectifs et son public-cible? Puisque de nombreux lecteurs le lisent en diagonale sauf pour les articles relevant de leur champ de spécialisation, on pourrait en effet imaginer un magazine beaucoup plus léger et organisé de manière à disposer de feuillets détachables pour chaque article, ou d'une référence Internet où télécharger spécifiquement un article donné, en l'occurrence via le site ENET. Cette discussion doit avoir lieu dans le cadre plus large de l'analyse globale de l'avenir d'ENET et des priorités à définir, ainsi que des synergies entre différentes prestations. Une suppression complète au profit d'une diffusion purement électronique ne paraît, par contre, pas souhaitable à court terme, dans la mesure où de nombreux usagers préfèrent une version papier pour toutes sortes de raisons.

En ce qui concerne les publics visés, une réflexion stratégique devrait également avoir lieu. Est-il possible d'atteindre de manière satisfaisante aussi bien des spécialistes pointus que des amateurs plus ou moins avertis? Faut-il effectuer des choix plus drastiques, respectivement mieux expliciter les choix existants? Si l'on se réfère aux missions d'ENET, le public-cible privilégié devrait être celui des relais, situés au cœur du transfert technologique, groupe déjà très diversifié en soi. Cette orientation influence le choix des articles, leur conception et leur tonalité.

Par ailleurs, tout en restant concentré sur la recherche énergétique, comment fournir des indications sur les passerelles vers des champs proches dans des disciplines apparentées?

3.3 Site Internet

Le site Internet www.energieforschung.ch intègre les différents outils de communication utilisés dans ENET (magazine *ENET-News*, catalogue des publications, News-Ticker Service ; calendrier des manifestations), il est l'interface entre les producteurs de recherches et tous les utilisateurs potentiels.

3.3.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités

Le site Internet d'ENET vise l'ensemble des publics-cible définis dans le cadre d'ENET, en proposant différents modes de diffusion des résultats de la recherche en matière énergétique. Il s'agit d'une interface entre les producteurs de recherches et tous les utilisateurs potentiels, et le site intègre les différents outils de communication utilisés par ENET (magazine, catalogue des publications, News-Ticker, calendrier des manifestations).

Cette interface répond au point 4 du cahier des charges « soutien de la scène de la RD&D énergétique suisse : en assurant une présence permanente et actuelle sur Internet, avec les liens nécessaires à une image complète de la RD&D énergétique de Suisse (...) », chacun des outils ayant son propre fondement dans le cahier des charges.

L'objectif du site Internet est ainsi de favoriser les relations entre les différents acteurs du monde de la recherche et de fournir une information adéquate en fonction des cibles sélectionnées. L'intégration des différents outils de communication utilisés dans ENET remplit ainsi la fonction de plate-forme commune aux outils précités. Comme dans tout processus de communication, le site poursuit donc deux objectifs, la création et l'entretien d'une relation et la transmission d'informations.

Par le biais du site Internet sont proposés des liens vers d'autres sites fournisseurs d'information, un catalogue de documentation, un service d'information thématique et des activités liées au transfert de technologie.

Le cahier des charges ne contient pas de détails au sujet du contenu du site d'ENET.

En parallèle, un autre site¹⁴ appelé « energy-research, » propose des informations dans le domaine de la recherche énergétique. Celui-ci fait office de « portail » Internet en proposant essentiellement une sélection de sites sur le même thème.

3.3.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies

En mai 2001, le site « energieforschung.ch » a été revu et entièrement modifié, et actuellement il héberge notamment une interface pour consulter la base de données des publications, une interface pour l'inscription au News-Ticker, le calendrier des manifestations ainsi qu'un recueil de liens vers les programmes de l'OFEN.

Les modifications en profondeur du site Internet ont été réalisées par le mandataire ENET qui a l'entière responsabilité des mises à jour en ce qui concerne les éléments spécifiques (mise à jour de la

¹⁴ Ce site est également géré par le mandataire ENET sur demande de l'OFEN, ce mandat a été attribué à ENET suite à une déficience du mandataire d'origine du site "energy-research".

base de données des publications, le calendrier des manifestations)¹⁵. Toute autre modification, notamment sur le plan de l'architecture du site, est apportée au site uniquement sur la demande expresse des RD&CP ou d'autres acteurs légitimés (OFEN). Il faut donc distinguer, dans l'évaluation du site, entre les aspects d'interface vers les prestations qui sont gérées par ENET (notamment le service des publications), interface qui figure dans le cahier des charges relatif aux prestations correspondantes d'une part, et les questions relatives au médium Internet à proprement parler d'autre part (architecture du site, graphisme, navigation, etc.). Certaines de ces potentialités d'Internet n'étaient jusqu'à présent pas prévues dans le cahier de charges. Pour ces dernières, c'est donc aux différents partenaires de donner des impulsions à l'innovation et au développement.

3.3.3 L'évaluation de la transmission d'information

Depuis la page d'accueil ("homepage") du site « energieforschung.ch », l'utilisateur peut soit accéder à l'espace spécifique d'ENET, soit accéder à d'autres sites classés selon quatre catégories (sources d'énergie renouvelable, fondement de l'économie d'énergie, énergie nucléaire, utilisation rationnelle de l'énergie). Les liens proposés sous ces quatre catégories n'offrent pas le même type d'information. Certains liens renvoient à des sites d'entreprises privées, d'autres à des instituts de recherche, au site de l'OFEN ou à des fenêtres uniques présentant un exemple. Certains liens renvoient directement à la même page d'accueil.

Certes, ces quatre catégories et leurs thèmes correspondent à la structure de l'OFEN et répondent donc à une certaine logique. Cependant, cette logique est plus adaptée aux besoins de l'émetteur qu'à ceux du récepteur, ce dernier n'a pas les éléments qui lui permettraient de comprendre les raisons de cette segmentation.

Ces informations étant disjointes et non hiérarchisées, nous assistons à une confusion dans la communication. Il n'est pas possible de comprendre la logique de sélection des liens proposés. L'utilisateur ne peut ainsi déterminer les motivations sous-tendant ces choix : ces liens sont-ils une sélection exhaustive des sites disponibles sur ces sujets ? Est-ce une sélection aléatoire servant de piste de recherche ? Ces listes sont-elles réactualisées régulièrement ?

Une vérification dans le temps a montré qu'entre octobre 2002 et février 2003, aucune modification n'a été apportée dans le choix de ces liens. Il n'y a donc pas une évolution dans les choix proposés, ce qui n'incite pas les utilisateurs à consulter régulièrement cette page. Le site ne présente ainsi pas un caractère dynamique incitant à une consultation fréquente.

La navigation depuis la page d'accueil n'est pas facilitée. Certains liens renvoient directement à un autre site, alors que d'autres proposent une fenêtre avec plusieurs choix. Huit sous-catégories ne proposent aucune information et renvoient à la même page, sans pour autant que l'utilisateur ne soit informé des raisons de cette boucle¹⁶.

Le fait que les quatre catégories présentées sur la page d'accueil soient au même niveau que l'entrée au site ENET proprement dit (et aux sites de l'OFEN, d'Energie Suisse et de "energy-research") ajoute à la confusion. Il n'est pas possible de comprendre d'emblée la logique qui hiérarchise les informations et les différents acteurs. Ce point va donc à l'opposé d'un des objectifs de communication d'ENET qui recherche une meilleure compréhension de la structure complexe de l'OFEN.

A l'intérieur du site, un court texte explique la raison d'être d'ENET, ainsi qu'un schéma montrant le rôle d'interface entre la recherche et l'économie. Bien qu'il soit mentionné qu'ENET fasse partie de l'OFEN, il n'est nul part mentionné dans quelle structure cette plate-forme s'insère, ce qui ne permet pas une vision globale et une compréhension du contexte. Ce dernier point est dommageable à une

¹⁵ Le détail de ces prestations est traité dans les chapitres ad hoc 3.1 et 3.6.

¹⁶ Pour plus de détails, voir l'annexe 3 sur la structure du site ENET.

bonne communication, puisqu'une information ne peut être comprise qu'en rapport avec son contexte. Car à défaut d'un contexte clair, une information peut être réceptionnée de façon trop aléatoire, en fonction des référents du récepteur.

Les informations proposées sur ce site et concernant les autres outils de communication d'ENET (*ENET-News*, News-Ticker Service, catalogue des publications et calendrier des manifestations) seront analysées spécifiquement.

La particularité de l'outil Internet est son interactivité, mais aussi la possibilité d'adapter le rythme des nouvelles données publiques en fonction des informations disponibles. Cet outil est idéal pour le temps court, la réactualisation fréquente des informations, la possibilité d'un dialogue facilité. Le site ENET, nous l'avons vu plus haut, ne profite pas de son potentiel pour offrir une temporalité différente des autres outils. Si le rythme du magazine est trimestriel et le News-Ticker hebdomadaire, le site Internet aurait le potentiel de raccourcir cette fréquence en offrant plus fréquemment des informations en phase avec l'actualité. La mise en ligne de communiqués de presse ou d'articles traitant de thèmes d'actualité (sans attendre la publication du magazine) permettrait d'offrir une temporalité plus courte dans le flux de communication.

3.3.4 Evaluation de la mise en relation

L'outil de communication Internet a ouvert de nouvelles possibilités de mise en relation, notamment par son aspect interactif. Cet atout n'a pas été exploité sur le site ENET. Il n'est pas possible de contacter un responsable d'ENET. Aucun nom n'est indiqué, aucune structure permettant de comprendre à qui l'utilisateur a affaire n'est présentée, il n'existe pas d'adresse e-mail. Il n'est donc pas possible de communiquer avec ENET, sauf pour ce qui concerne le transfert de technologie.

Ce site ne propose pas une mise en réseau des utilisateurs, comme la création d'un forum d'échange, un espace de dialogue, la possibilité pour deux utilisateurs de se contacter directement pour échanger des informations¹⁷. Seul la partie « transfert de technologie » pourrait jouer ce rôle, mais seulement sous le contrôle des gestionnaires du site.

De nombreux liens (12) de la page d'accueil renvoient à des pages en allemand (même si une page en français est disponible), ce qui montre que la structure sous-jacente est alémanique, donc pas telle qu'elle se présente. Ce point empêche une mise en relation harmonieuse, car l'utilisateur est régulièrement poussé hors de son environnement culturel.

L'ergonomie du site n'est ni conviviale, ni cohérente. Les graphismes de page et les couleurs changent en fonction des pages sélectionnées, ainsi que la structure (nouvelle fenêtre pour le News-Ticker Service et le catalogue des publications, mais pour les manifestations et le magazine, la fenêtre du sommaire à gauche est maintenue). Le renvoi à la page d'accueil n'est pas proposé de la même façon selon les pages (pour le News-Ticker Service, il renvoie à la page d'accueil en allemand). L'unité de structure et de forme n'est donc pas atteinte.

3.3.5 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs

Hormis ses services spécifiques (magazine *ENET-News*, catalogue des publications, calendrier des manifestations, News-Ticker service), le site ENET ne répond pas aux objectifs de communication escomptés. Les points négatifs sont les suivants : manque d'interactivité, manque d'information sur les ac-

¹⁷ Le mandataire fait remarquer que toutes ces fonctionnalités interactives ne sont pas prévues dans le cahier de charges actuel. Celui-ci prévoit uniquement un site-vitrine pour les prestations ENET, avec possibilité (interactive) de faire usage du service de publication et de s'inscrire à des manifestations.

teurs, difficulté de compréhension des différents organismes liés à l'OFEN, pas de relais de la politique énergétique de l'OFEN, problèmes techniques freinant la navigation, confusion des langues, maintenance en partie insuffisante (pas de corrections des erreurs techniques, pas d'évolution dans les liens proposés), pas de temporalité courte¹⁸.

Le site n'offre donc pas un outil supplémentaire d'information. Les articles du magazine sont certes mis à disposition, mais de manière inadéquate (fichiers pdf trop lourds, graphiques illisibles à l'écran)¹⁹. Les communiqués de presse concernant la recherche et le développement ne sont pas mis à disposition du public. Il serait en effet intéressant de publier sur le site certains articles réalisés par le mandataire ENET, augmentant ainsi le public potentiel pouvant avoir accès à ces informations. Cet élément ajouterait aussi à l'attractivité du site.

Il y a également une difficulté d'accès à ce site, le site d'ENET n'est pas accessible par son nom, mais par une définition allemande de ce que représente le projet: « energieforschung », ce qui constitue un frein supplémentaire pour ceux qui ne connaissent pas l'adresse exacte du site, surtout pour les francophones et les italophones. ENET comme nom de domaine n'est malheureusement pas disponible et les tentatives faites pour y avoir accès se sont révélées vaines, selon les responsables d'ENET. Certes, le nom ENET est référencé en première place dans les sites de recherches importants comme google.ch ou bluewin.ch (5^{ème} rang chez search.ch), mais les termes « recherche énergétique » et « transfert technologique énergétique » ne renvoient pas à ENET, mais au site de SuisseEnergie.

Nous souhaitons ici également commenter le site « energy-research.ch », qui est proposé sur la page d'accueil du site ENET. Celui-ci présente sur le même plan des structures de niveaux différents, ce qui ajoute à la confusion. Par exemple, ENET, Energy News Ticker (nouvelle appellation pour News-Ticker Service, sic !) ou EnergieSuisse sont au même niveau, alors que leur importance est de nature différente. A nouveau, la structure de l'OFEN et des acteurs du monde de la recherche énergétique n'est pas clairement représentée²⁰.

Enfin, la documentation qui nous a été mise à disposition fait état de statistiques élémentaires sur les visites des deux sites. Il s'agit des fréquences de visite et des nombres de consultations des publications. Le site energieforschung.ch a été « visité »²¹ 10'500 fois en 2002, ce qui représente une nette progression de 64% par rapport à l'année précédente. Au vu de ces chiffres, le potentiel qu'offre Internet semble être exploité de mieux en mieux. Le site energy-research.ch quant à lui a été visité 1'400 fois en 2002, sa notoriété est donc beaucoup plus faible. Cela dit, le service Internet n'a pas été défini en termes d'objectifs quantifiables (par exemple le nombre de visites mensuelles), ce qui réduit la possibilité d'en analyser le succès.

La communication étant, schématiquement, le transfert d'information et la construction d'une relation entre un émetteur et un récepteur, il est important de connaître les modes de consultation des récepteurs afin d'adapter l'offre d'information et la forme de leur transmission. Pour cela, il serait judicieux d'inclure un outil statistique sur le comportement des utilisateurs afin de mesurer la notoriété du site, de déterminer qui sont les utilisateurs, comment ils se comportent dans leur navigation, combien ils sont et quelle est la fréquence de leur consultation.

¹⁸ Une analyse complète du site energieforschung.ch est disponible dans l'annexe 3 au présent rapport

¹⁹ Actuellement, ENET-News n'est pas conçu pour une diffusion aussi par internet, et les fichiers ne sont pas formatés dans cette optique.

²⁰ Une analyse plus complète du site energy-research est disponible dans l'annexe 4 au présent rapport.

²¹ Les statistiques qui nous ont été mises à disposition par ENET pendant notre évaluation ne nous permettent pas de préciser s'il s'agit de « hits » ou de réelles visites (soit 10'500 hits ou 10'500 visiteurs). Le mandataire d'ENET disposerait de statistiques plus développées mais qui n'auraient pas été analysées faute de budget.

3.3.6 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et acteurs externes

Les appréciations données par les RD&CP de l'OFEN concernant le potentiel du site Internet à donner une vision globale des prestations d'ENET varient considérablement. Pour une partie des RD&CP, le site reflète parfaitement leurs activités et ces derniers estiment la navigation aisée et le mandat bien rempli. Ils reconnaissent cependant que cette aisance est principalement due au fait que le site est construit sur une logique interne à l'OFEN puisqu'il reflète sa structure. Signalons que les RD&CP de l'OFEN sont les principaux fournisseurs des informations proposées sur le site energieforschung.ch.

Les autres avis sont plus critiques mais relèvent que le mandataire exécute correctement son mandat et que ce sont les orientations stratégiques qui ne sont pas bien définies de la part de l'OFEN.

Le groupe estime également important de recadrer le site dans son contexte : l'objectif du site n'est pas de proposer une vue d'ensemble des activités de l'OFEN, mais bien de mettre en perspective les résultats de la recherche énergétique soutenue par le secteur public.

Rappelons finalement que les RD&CP demandaient, dans l'analyse de leurs besoins envers ENET en 2000, à pouvoir gérer eux-mêmes les sites de leurs domaines spécifiques, signalant l'importance donnée à une structure décentralisée du site.

3.3.7 Ressources et analyse coûts-bénéfices

Le budget alloué au service Internet a connu une nette augmentation en 2001, du fait que TEMAS a mené d'importants travaux de rénovation du site²².

Tâche	Budget 2002
Développement du site avec intégration de la base de données	54'900
entretien du site www.energieforschung.ch	26'900
Total	81'800

(incl. TVA)

Depuis, un budget constant est prévu pour son entretien :

Tâche	Budget 2002
entretien du site energieforschung.ch en 4 langues	26'900
entretien du site energy-research.ch en 4 langues	6'456

(incl. TVA)

Pour cette prestation, il nous a été possible d'approfondir la question de la relation entre coûts et bénéfices. Une étude des coûts du site a été effectuée par un professionnel de la branche. Cette analyse est présentée ci-dessous à titre indicatif, car il est en effet très difficile d'évaluer le coût d'un site Internet sans avoir des renseignements précis sur son contenu (les textes sont-ils fournis ou faut-il tout imaginer et créer ? quel niveau de maintenance est exigée ? quel type de programme de développement est utilisé et de quand date-t-il?).

²² Les montants figurant dans les tableaux suivants correspondent au budget ENET de 2002.

Toutefois, une comparaison a été effectuée en fonction de trois axes : la présentation, le traitement informatique et les données. Une pondération de l'importance accordée à chacun de ces trois éléments a été effectuée sur la base du site actuel afin d'attribuer des jours de travail à chacune des parties du site.

Il faut relever que cette analyse ne porte que sur la gestion du site en tant que tel, et de ses interfaces vers d'autres applications, et pas la mise au point et la gestion d'autres applications, comme la base de données proprement dite pour le service de publication.

L'estimation proposée, à titre indicatif, est la suivante :

Eléments du site	Nombre de jours	Remarques
Accueil	1	présentation élémentaire, uniquement des liens pour le traitement, pas de données
Publication	5 pour la charge 5 jours pour le shop en ligne	présentation et traitement des différents modules, comme la recherche, l'affichage, les listes, le chariot..
Service ENET	0,25 jrs (présentation) 2 x 0,5 jours pour le formulaire	
Newsletter	2	
Magazine	1	
Manifestation	1	
Liens ETDWEB	0.25	
Interface utilisateur	2	
API (modules techniques)	2	

Le tout fait 20,5 jours. A l'époque, la journée était à 1200.-, ce qui fait que le développement d'un tel site aurait coûté environ 24'000.-

Aujourd'hui, le coût d'une journée de développement est estimé à environ 900.-. Toutefois, un jeune qui démarre demanderait 5000.- pour un tel site, et un webmestre confirmé demanderait 15'000.- Par ailleurs, les nouvelles applications sur le marché contribuent à une baisse des coûts puisqu'on peut acheter des modules déjà conçus.

Si l'on tient compte des remarques critiques effectuées à propos de ce site en général, on peut estimer que l'analyse coûts-bénéfices n'est pas favorable, à quelque niveau que l'on se situe. Aussi bien les coûts initiaux de mise au point que les coûts d'entretiens actuels sont difficiles à justifier au regard du résultat, ceci d'autant plus si l'on admet que le concept même du site ainsi que ses aspects techniques et communicationnels ne sont pas à jour par rapport aux pratiques actuelles. Il faut relever que les coûts initiaux semblent couvrir la base de données mais seule la programmation de son interface avec le site devrait être couverte par cette rubrique, la base de données en tant que telle faisant partie de la prestation du service des publications.

L'enjeu, ici, n'est pas forcément de faire des économies sur une somme relativement modeste sur l'ensemble du budget ENET, mais de mieux utiliser cette somme. Nous insistons que ces critiques portent sur le site internet en tant que tel, par rapport aux potentialités qu'offre cet outil et aux budgets indiqués.

3.3.8 Recommandations opérationnelles

- Page d'accueil ("homepage") centrée sur ENET, nom(s) de domaine facilement identifiables en tant que site ENET
- Section facilement accessible dédiée à ENET (raison d'être, structure, acteurs, mode de fonctionnement, liens avec l'OFEN, interaction avec d'autres programmes de l'OFEN ou d'autres initiatives apparentées)
- Formatage adéquat des *ENET-News* disponibles pour le téléchargement
- Mise en ligne des communiqués de presse
- Maintenance plus active sur les pages d'accueil et les pages générales (supprimer les liens inutiles, rajout de liens régulier)
- Renforcement de l'interactivité (contact e-mail, forum d'échange, FAQ) et de la visibilité
- Renforcement de la temporalité courte (mise en évidence d'une section dédiée à l'information d'actualité)
- Uniformisation de la langue, uniformisation de la navigation, uniformisation du graphisme
- Renforcement des outils de gestion (recueil, analyse et publication des statistiques de fréquentation, moteur de recherche avancée, effort dans le référencement auprès de "méta-moteurs" de recherche), avec un suivi continu par l'OFEN selon des objectifs opérationnels à définir
- Modernisation du site et amélioration du graphisme
- Insertion des messages visuels de l'OFEN (« banners », section dédiée aux messages de communication de l'OFEN)

3.3.9 Eléments de réflexion stratégique

Actuellement, et pour les raisons historiques précitées, les deux sites "energieforschung.ch" et "energy-research.ch" sont gérés par ENET uniquement sur le plan opérationnel. La réflexion conceptuelle sur ces sites initiée au sein de l'OFEN lors du changement de mandataire n'a pas été menée à terme.

L'analyse présentée démontre, d'une part, la nécessité de reconduire une réflexion de fond sur les objectifs du site ENET et sur les synergies potentielles et souhaitables avec d'autres sites de l'OFEN. D'autre part, la séparation des responsabilités de maintenance/gestion (TEMAS) et de développement stratégique (OFEN) mais également la dispersion des responsabilités en termes de contenu (trois mandataires différents et relativement autonomes) sont deux éléments qui ne facilitent pas l'optimisation des synergies.

Dans le cadre d'ENET, Internet doit être identifié comme l'outil réunificateur par excellence de toutes les actions d'information et de communication. Actuellement, un grand potentiel de synergies entre ces actions demeure largement sous-exploité.

3.4 News-Ticker

- Le service News-Ticker offre chaque semaine par courrier électronique un condensé des informations pertinentes dans les domaines choisis par le destinataire et signale les nouvelles publications du réseau.

3.4.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités

Le service News-Ticker vise un public-cible averti (responsables de service cantonaux, autorités, spécialistes) et a pour objectif d'informer ce public des résultats de recherches particulièrement prometteurs, des dernières publications de l'OFEN en matière de recherche énergétique ainsi que des manifestations à venir.

Le service News-Ticker n'est pas décrit dans le cahier des charges de l'OFEN ; il a été proposé par le mandataire ENET comme un complément au service de publications et à l'agenda des manifestations. L'offre du mandataire relative à ce service²³ précise que ce complément vise une meilleure exploitation des potentialités du médium Internet. L'OFEN a souscrit à cette proposition au vu de son caractère innovant et de ses coûts modérés mais également par le fait qu'elle entre dans la perspective du cahier des charges « publier : c'est à dire faire une publicité permanente périodique (...) » et « soutien de la scène de la RD&D énergétique suisse en assurant une présence permanente et actuelle sur Internet, avec les liens nécessaires à une image complète de la RD&D énergétique de Suisse (...) ».

L'OFEN laisse, pour l'instant²⁴, toute latitude à ENET pour l'organisation et la réalisation de ce service, y compris le choix des thèmes et la nature du contenu. ENET assure la gestion de la base de données des abonnés, le contenu et la forme des News-Ticker, ainsi que les modalités de l'envoi (fréquence, langues, etc.). Il n'y a pas de validation de la part de l'OFEN du bulletin avant son envoi.

3.4.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies

La sélection du contenu des messages transmis par le News-Ticker est effectuée par un collaborateur de ENET à partir d'une dizaine de magazines spécialisés internationaux (germanophones et anglophones), du calendrier des manifestations ainsi que des publications récentes de l'OFEN. Les RD&CP de l'OFEN ont la possibilité, à tout moment, de suggérer des liens ou toutes autres informations utiles à l'élaboration de messages de qualité.

Les News-Ticker contiennent généralement entre cinq et dix comptes-rendus d'innovations technologiques, d'événements et de publications importants référencés sur Internet. Ces comptes-rendus sont rédigés en allemand ou français, selon la langue du texte original. Ils sont envoyés à un rythme hebdomadaire à quelques 1'900 abonnés. L'abonnement est gratuit, l'inscription peut être effectuée en ligne. Lors de l'inscription, l'abonné peut choisir, dans une liste, les thèmes et les sujets en fonction de son intérêt ; ce choix servira à filtrer l'information contenue dans le bulletin qu'il recevra. A ce jour, le masque d'inscription à News-Ticker est exclusivement en allemand.

²³ Version 1999

²⁴ Cette prestation est encore en phase d'introduction.

3.4.3 L'évaluation de la transmission d'information

Le flux d'information est régulier et contribue à une meilleure information sur la recherche énergétique. L'information est ciblée et adéquate dans la mesure où c'est l'utilisateur qui choisit ses thèmes de préférence. Toutefois, les informations concernant les liens proposés sont peu nombreuses et pour se faire une idée précise du contenu, il faut accéder au site proposé.

Le bulletin ne propose pas de lien permettant d'accéder au site ENET, alors que cela permettrait une valorisation du site. De même, il n'est pas offert à l'utilisateur un lien lui permettant d'accéder directement à la page de sélection des thèmes, soit pour qu'il puisse les changer, soit pour se désabonner du bulletin électronique.

3.4.4 Evaluation de la mise en relation

Le traitement de ce service est informatisé. La mise en page est inexistante, sans logos ni image, le texte est en allemand. Aucun message de mise en relation (bienvenue, salutations, etc.) n'est inséré. Ces éléments rendent la communication anonyme.

Pour l'utilisateur francophone ou italophone, la relation est perturbée par le fait que la quasi-totalité des liens proposés renvoient à des sites en allemand. La page du site Internet permettant l'inscription est d'ailleurs exclusivement en allemand. Dans l'optique d'une uniformisation du site et d'une adéquation aux récepteurs, il serait judicieux de traduire ces quelques lignes en français et en italien.

Des formulaires d'inscription à des manifestations ou de commande de publication sont attachés aux messages électroniques. Ces formulaires peuvent être renvoyés par fax ou par courrier, mais pas par e-mail, ce qui oblige l'utilisateur à changer de support de communication. Le potentiel de l'outil Internet n'est ainsi pas totalement exploité.

3.4.5 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs

L'étude et l'analyse de l'outil sous l'angle de la communication révèlent que, du point de vue de la diffusion d'informations, ce service permet de fournir une information ciblée à un public acquis, de façon continue. Dans ce sens, il répond aux objectifs de constitution d'un flux d'information sur la recherche énergétique.

En l'absence complète d'objectifs formulés par l'OFEN, il est difficile de juger de la prestation. Il convient alors de l'analyser à la lumière des moyens déployés et de newsletter similaires. On pourrait également mesurer son succès par le nombre de commandes des publications et le nombre d'inscription aux manifestations, au risque de sous-estimer son impact en termes de mise en réseau et de transfert technologique au sens large.

Hormis une publicité systématique sur les nouveaux rapports recensés dans le catalogue des publications, le contenu des liens proposés dans le bulletin électronique n'a pas pu être évalué faute de critères définis.

3.4.6 Le point de vue des abonnés

Comme il s'agit d'un vecteur ayant un public identifiable (les abonnés), l'outil le plus direct pour connaître la satisfaction du public est l'enquête. Ainsi ; pour connaître l'opinion des abonnés et de

pouvoir apporter des améliorations au service, le mandataire ENET a réalisé de sa propre initiative une enquête²⁵ auprès des abonnés en été 2002.

Les résultats de cette enquête de satisfaction montrent que les abonnés ont globalement un avis positif sur ce service. Ainsi, l'utilité et la longueur des News-Ticker ainsi que l'actualité des thèmes abordés sont autant d'éléments appréciés par les abonnés. Toutefois, la présentation des News-Ticker déplaît à 4 abonnés sur 10 et la fréquence de parution est trop élevée pour près de 3 abonnés sur 10. Par ailleurs, le domaine le moins satisfaisant traité dans les News-Ticker est très clairement celui des « nouveaux produits ».

Une deuxième enquête a été réalisée fin 2002 par nos soins dans le cadre plus large de l'évaluation de la plate-forme ENET et du magazine *ENET-News* en particulier. Une partie des commentaires et suggestions relevées dans ce deuxième questionnaire permettent de mieux cibler les raisons de l'insatisfaction des abonnés ou tout au moins du faible usage qu'ils font de la prestation²⁶. Les critiques portent principalement sur trois points : la présentation, le rôle et la langue du bulletin électronique.

Le format des News-Ticker est considéré comme très peu attractif et pas clair ce qui contribue à diminuer son utilisation par les abonnés. Les répondants ne se contentent pas de signaler la confusion mais font des propositions concrètes d'amélioration pour structurer différemment l'information : introduire des sous-titres comme par exemple « nouveaux rapports, indications bibliographiques importantes, indications sur les nouvelles technologies, etc. ».

Les répondants francophones s'estiment oubliés et souhaitent que le bulletin électronique soit traduit en français ou en anglais. Par ailleurs, l'axe germanophone du bulletin a un autre désavantage : les exemples et les applications qui sont réalisés en Suisse romande ou dans les pays francophones ne sont pas couverts.

Enfin, le rôle du service News-Ticker est obscur pour certains répondants du fait qu'il n'y a pas de ligne rédactionnelle claire et que le choix des thèmes et des sujets abordés n'est jamais explicité.

3.4.7 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des acteurs externes

De l'avis de certains RD&CP de l'OFEN, ce service est cohérent dans le sens que les ressources et moyens affectés à sa réalisation sont adéquats en regard des objectifs. L'information en elle-même est jugée comme « nice to have », sans qu'elle ne parvienne à enrichir en substance l'information sur la recherche énergétique. Certains soulèvent que les sources d'information sont en partie peu crédibles, provenant de magazines de vulgarisation scientifique.

Les avis des interlocuteurs du groupe « relais » sont tout aussi contrastés. Pour les uns, ce service est considéré comme utile, pratique et consulté régulièrement. Pour d'autres, il n'est pas suffisamment intéressant et n'est en conséquence pas ou peu consulté. D'autre part, sa lecture semble compromise par l'existence d'une infinité de "newsletters" électroniques sur des sujets aussi divers que variés.

²⁵ Les résultats de l'enquête de satisfaction du service ENET News-Ticker se trouve à l'annexe 2 du présent rapport.

²⁶ Les résultats exhaustifs de l'enquête se trouvent à l'annexe 1 du présent rapport.

3.4.8 Ressources et analyse coûts-bénéfices

Actuellement la prestation News-Ticker est réalisée dans le cadre d'un ensemble d'autres bulletins électroniques également réalisés par le mandataire ENET. Un collaborateur s'occupe de l'ensemble des bulletins électroniques, News-Ticker occupe 40% de son temps.

Tâche	Budget 2002
réalisation	58'610
réalisation de la version française	17'969

(incl. TVA)

La réalisation de la version française figurant dans les objectifs 2002 n'a pas été observée jusqu'à ce jour, car les résultats de la présente évaluation sont attendus auparavant. Les fonds correspondants dans le budget ont été affectés à d'autres activités d'ENET en accord avec l'OFEN.

Une analyse coûts-bénéfices de la prestation News-Ticker n'est pas possible dans la mesure où le temps nécessaire pour effectuer les recherches documentaires en préparation du bulletin (choix des liens proposés) ne peut être estimé qu'avec difficulté. L'OFEN n'a pas fixé de critères sur le contenu et, pour notre part, nous ne disposons pas d'indications complètes sur la manière dont TEMAS effectue le choix des informations proposées. Il semble que certaines informations utilisées pour d'autres gazettes électroniques soient également utilisées pour le News-Ticker ce qui permet au mandataire ENET de réaliser une économie d'échelle. Dans le cadre d'une négociation quant à l'avenir de cette prestation, une clarification de ces points serait souhaitable.

Sur le plan stratégique, on peut se demander si cette prestation, même si elle pèse peu dans le budget général d'ENET, justifie son coût sous cette forme car plusieurs personnes nous disent recevoir une grande quantité de gazettes électroniques et ne plus avoir le temps de les lire réellement. Il est certain qu'en cas de maintien de cette prestation, des améliorations doivent y être apportées sans que le coût n'augmente.

3.4.9 Recommandations opérationnelles

- Amélioration de la mise en page
- Renforcement des messages relationnels, en particulier sur les critères de choix de publications et sur la nature des sources (publications scientifiques, publications de vulgarisation, etc.)
- Rajout d'un lien pour accéder au site Internet (soit pour changement des thèmes sélectionnés, soit pour annulation de l'abonnement, soit pour accéder au site lui-même)
- Hiérarchisation de l'information
- Couverture plus équilibrée des sources possibles sur le plan linguistique (meilleure couverture de sources francophones et latines en général)

3.4.10 Éléments de réflexion stratégique

Le bulletin électronique est un moyen de communication fréquemment utilisé et l'idée du News-Ticker connaît un certain succès.

Cependant, il est nécessaire de définir les objectifs de cette prestation, des critères de contenu, ainsi que de pertinence et de crédibilité des sources d'information. Le risque étant que la généralisation de ces gazettes électroniques simplifiées diminue d'autant leur intérêt réel pour les destinataires, News-Ticker se perdant ainsi dans la masse. Il faut donc que ce service offre une réelle valeur ajoutée, spécifique, en synergie avec l'ensemble des prestations ENET, mais une telle approche a très probablement des incidences sur les coûts car elle suppose un investissement plus important.

Le bulletin électronique pourrait être un bon moyen de mieux cibler l'information en fonction des différents publics-cible afin de mieux répondre à leurs besoins. En termes de contenus, le bulletin pourrait contribuer à trouver les difficiles équilibres entre les articles de vulgarisation et les articles spécialisés, ainsi qu'entre les articles orientés sur la recherche et ceux sur les applications pilote. En effet, le choix par le lecteur des thèmes comme proposé actuellement pourrait être complété par des rubriques « vulgarisation/spécialisation » et « recherche/application ».

Le maintien de cette prestation motivé par son faible coût ne se justifie pas, il est nécessaire de mener une réflexion de fond sur les objectifs de cette prestation.

3.5 Service de presse

Le service de presse constitue également un vecteur d'information sur le contexte de la RD&D énergétique. Il vise le placement d'articles dans la presse spécialisée et dans la presse grand public pour toucher un plus large public ainsi que la diffusion d'informations liées aux projets de recherche par le biais des communiqués de presse.

3.5.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités

Le service de presse d'ENET fait l'objet de deux mandats séparés. Il s'agit d'une part (a) de la rédaction et de la diffusion régulière de communiqués de presse sur les résultats de la recherche et du développement énergétiques (ENET) et d'autre part (b) du placement d'articles sur les installations pilote et de démonstration dans la presse spécialisée et grand public (services offerts par Oerlikon Journalisten, un mandataire travaillant en sous-traitance pour ENET).

Le cahier des charges d'ENET mentionne le travail de presse sous la rubrique « publier : c'est à dire faire une publicité permanente périodique (...) et envoyer de la réclame dans d'autres périodiques et autres institutions ». Par ailleurs, le point 3 prévoit « la réalisation (rédaction, publication et distribution) de rapports de synthèse sur divers projets marquants, ou particulièrement réussis, ou riches en possibilités de transfert *success stories* ». Ce passage indique donc clairement les critères de choix, d'après lesquels tout travail de communication d'ENET doit s'orienter.

(a) La diffusion de communiqués de presse est une prestation récente, initiée en 2001, et une mesure supplémentaire envisagée pour atteindre les objectifs prévus dans le concept de communication (BRO 2000). Les communiqués de presse complètent l'information diffusée par *ENET-News*, en mettant l'accent sur les lecteurs de la presse spécialisée. Les buts visés sont la sensibilisation des divers publics-cible et la communication sur des personnalités de la recherche énergétique, les programmes de l'OFEN et les prestations d'ENET en général.

(b) L'attribution d'un mandat de l'OFEN relatif au travail de presse est antérieure à la création de la plate-forme ENET. Dans les années 70, l'OFEN a externalisé le placement d'articles sur des sujets liés à l'énergie dans la presse grand public et spécialisée. Ce mandat a été conservé sous sa forme initiale jusqu'à nos jours et il n'existe en conséquence pas de cahier de charges récent. A l'heure actuelle, le travail de presse vise plus particulièrement la presse grand public et l'objectif est d'informer le public sur les installations pilote et de démonstration. Cette démarche traduit d'ailleurs la volonté formulée dans le plan directeur de la recherche énergétique de l'OFEN de promouvoir ces installations dans le but de faciliter la percée des innovations technologiques sur le marché. Le travail de presse doit contribuer à informer la population sur les résultats de la recherche énergétique. Le mandataire est également chargé du travail de presse pour le programme SuisseEnergie.

Depuis 2001, et pour des raisons d'économies de frais et de potentiel de synergies, le mandat du travail de presse est confié dans sa totalité (partie (a) et (b)) à ENET. Le consortium de mandataires est ainsi le seul interlocuteur formel de l'OFEN. Toutefois ENET sous-traite la partie (b) à un mandataire qui entretient des contacts directs avec les responsables de l'OFEN pour la réalisation de ses articles. ENET représente donc uniquement l'intermédiaire administratif alors que, sur le fond, le sous-traitant a une grande autonomie.

ENET entretient un contact régulier avec le sous-traitant afin d'harmoniser leurs travaux respectifs, en délimitant les domaines à traiter. Cependant, leurs démarches et le public-cible de leurs activités étant très différents, les possibilités d'un travail en commun sont réduites.

3.5.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies

(a) En raison de son étroite collaboration avec les RD&CP de l'OFEN pour la rédaction du magazine *ENET-News*, ENET est à la source des derniers résultats de la recherche énergétique. Le choix des thèmes pour les communiqués de presse suit de près les priorités données dans le magazine et ne nécessite donc pas de recherches journalistiques supplémentaires. Signalons que ces communiqués de presse s'apparentent à des communiqués diffusés par les entreprises privées qui présentent leurs activités ; leur contenu est en conséquence davantage le fruit d'une stratégie politique de communication que le résultat d'une enquête journalistique. Le rôle des RD&CP est donc prééminent.

(b) La fréquence d'occurrence des installations pilote et de démonstration (P&D) oriente largement le choix de la thématique des articles respectifs. L'analyse documentaire de la revue de presse²⁷ a révélé une forte disparité d'occurrence entre les différents programmes de l'OFEN.

En l'absence volontaire d'une procédure standardisée ou formalisée, l'initiative des journalistes d'ENET ainsi que les propositions des RD&CP lors de rencontres annuelles compte pour beaucoup dans le choix des thèmes. Ces derniers travaillent selon une matrice, où l'axe vertical représente les projets P&D, tandis que l'axe horizontal représente les catégories de presse. A chaque projet P&D est attribué un certain nombre de catégories de presse, selon des considérations d'opportunité de publication. Les articles doivent répondre à la fois à des exigences thématiques (degré de vulgarisation scientifique) et de pertinence régionale propres à chaque magazine (emplacement des installations pilote et de démonstration). Ainsi, les articles d'ENET sont écrits sur mesure pour pouvoir répondre à ces diverses exigences formulées par la presse concernée.

3.5.3 Evaluation de la transmission d'information

(a) En 2001, ENET a diffusé une douzaine de communiqués de presse, à cadence régulière, à une cinquantaine de représentants de la presse spécialisée alémanique. Ils n'ont pas été traduits en français. Par manque de moyens financiers, les retombées médiatiques n'ont pas été mesurées par la suite.

(b) Le mandataire ENET recense 114 articles dans sa revue de presse 2001, publiés dans 44 journaux et magazines (20 journaux destinés au grand public, 24 journaux spécialisés)²⁸. 63% des articles ont été publiés dans la presse spécialisée. Les 42 articles recensés dans la presse grand public ont été publiés dans 20 journaux différents. La fréquence de publication est assez régulière tout au long de l'année, ce qui offre une présence continue du thème des installations pilote et de démonstration liées à la recherche énergétique.

Il faut cependant remarquer que si la presse spécialisée – et cela semble normal – recueille le plus grand nombre d'articles, le grand public n'est pas touché de la façon la plus optimale. Tout d'abord, la Suisse romande est totalement oubliée dans le travail des relations médias, puisque 96% des articles ont été publiés dans des journaux alémaniques. Seul un article en français a été publié dans un quotidien généraliste.

Ensuite, nous pouvons souligner que le grand public n'a que peu accès à une information sur les projets pilote. A part le *Tages Anzeiger*, journal supra régional qui publie neuf articles durant 2001, les journaux généralistes publient entre un et trois articles par année. La majorité des lecteurs ne lisant qu'un seul journal, la fréquence des contacts avec le grand public est ainsi très faible.

Ces deux éléments – absence d'information en Suisse romande et faiblesse de la fréquence des contacts – soulignent que les objectifs d'une communication démocratique et à grande échelle ne sont pas atteints.

²⁷ Voir à ce sujet l'analyse détaillée de la revue de presse à l'annexe 5 du présent rapport.

²⁸ Idem

3.5.4 Evaluation de la mise en relation

De nombreux articles produits par ENET mentionnent les coordonnées des installations pilote présentées. Cet élément est intéressant dans l'optique de favoriser les échanges entre les acteurs concernés par la thématique. Cependant, la mention d'ENET est inexistante, ce qui ne permet pas une ouverture sur d'autres projets. Quant à la mention de l'OFEN ou d'EnergieSuisse, elle apparaît dans 52% des articles, souvent comme contributeur financier du projet. Il serait cependant judicieux de publier les références d'ENET afin de favoriser la connaissance, de la part d'une partie du grand public, de ce projet. N'oublions pas que la presse grand public offre une existence symbolique et une crédibilité à certains thèmes publiés régulièrement, et que cette presse est lue également par les publics plus spécifiques (comme les collaborateurs de l'OFEN et ses partenaires provenant de la recherche et de l'économie).

3.5.5 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs

Le cahier des charges initial d'ENET ne prévoyait pas de communiqués de presse. Ce service s'est ajouté par la suite et n'a en conséquence pas été décrit formellement en termes d'objectifs à atteindre. En l'absence d'une revue de presse, jugée par ENET comme étant trop coûteuse à réaliser, il est difficile d'analyser la qualité de cette prestation. On peut toutefois admettre que l'échange régulier entre les représentants d'ENET et de l'OFEN, dans le cadre de la réalisation d'*ENET-News*, garantit que les communiqués de presse répondent aux exigences formulées par l'OFEN.

De manière semblable, le mandat attribué au sous-traitant d'ENET ne fait pas l'objet d'une définition d'objectifs à atteindre et sa conformité aux objectifs ne peut donc pas être évaluée *stricto sensu*. A défaut, le sous-traitant lui-même évalue son succès en fonction de deux critères que sont le rapport entre coût de production et nombre de lecteurs atteints, d'une part, et l'effet économique sur une nouvelle technologie engendré par la publication d'un article, d'autre part. Selon ces deux critères, il pense fournir un travail satisfaisant dans un contexte médiatique qu'il estime peu favorable à la thématique de l'énergie. Il a procédé récemment à une redéfinition des canaux de diffusion de ses articles en y intégrant progressivement la presse électronique et les gazettes d'entreprises. Il estime jouir d'un grand respect dans le milieu journalistique, ce qui lui garantirait des résultats satisfaisants sur le plan de la fréquence et de l'impact des publications.

3.5.6 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des mandataires

Les RD&CP considèrent que le travail de presse fourni par le mandataire ENET est un complément nécessaire à leurs activités. Ce travail pourrait en principe être réalisé directement par les RD&CP, mais ces derniers estiment que son attribution à un service indépendant favorise une communication plus cohérente et plus harmonieuse. Une majorité des participants à l'atelier s'exprime clairement en faveur du maintien de ce service.

Les RD&CP identifient également un manque de cohérence dans la communication à l'échelle de l'OFEN et relèvent que ce constat est reconnu par les services concernés. Certains RD&CP expriment leur souhait que le travail de presse d'ENET s'accorde aux futures directives de l'OFEN.

Un obstacle à la bonne réalisation du travail est soulevé par le sous-traitant d'ENET : l'accès aux informations relatives aux installations pilote et de démonstration semble souffrir d'une inertie en termes de temporalité. Deux éléments sont cités comme étant à la source de ce retard dans la transmission de l'information : la structure décentralisée de l'OFEN et l'absence d'un procédé standardisé d'échange d'informations entre les responsables de l'OFEN et le sous-traitant d'ENET.

3.5.7 Ressources et analyse coûts-bénéfices

(a) Le rédacteur du magazine *ENET-News* est également en charge de la rédaction des communiqués de presse. Le temps consacré à cette tâche est négligeable en comparaison à celui employé pour *ENET-News*. Le budget 2002 alloué à cette activité se répartit de la manière suivante :

Communiqués de presse	
Tâche	Budget 2002
Organisation	7'000.-
Recherche	10'000.-
Contacts de presse, travail de contact	8'826.-
Rédaction	12'500.-
Total	38'000.-

(incl. TVA)

(b) En ce qui concerne le sous-traitant d'ENET, une bonne moitié du budget disponible est consacrée aux tâches de recherche et rédaction des journalistes. Quelques 30% sont réservés à des tiers pour les mises en page et les photographies, et les 10% restants contribuent à l'administration. Une petite partie de ces dépenses est rétribuée par les honoraires journalistiques. Leur budget pour l'année 2002 est le suivant :

Travail de presse	
Tâche	Budget 2002
Organisation	8'000.-
Recherches	70'000.-
Photos	11'300.-
Société suisse d'information de recherche	24'000.-
Total	113'000.-

(incl. TVA)

Les retombées médiatiques d'un travail de presse sont une bonne mesure de son impact. Pour nuancer davantage l'analyse, on peut pondérer la revue de presse en fonction du tirage des articles. On obtient alors un quotient entre les coûts du travail et le nombre de lecteurs atteints.

Pour des questions de coûts, le mandataire a cependant renoncé à recenser les retombées médiatiques de ses communiqués de presse, et il n'est donc pas possible de mesurer le résultat du travail effectué. Au demeurant, les coûts liés à ce travail sont relativement faibles par rapport au budget global d'ENET et au nombre de communiqués diffusés annuellement.

En renonçant ici à une réflexion plus large sur les bénéfices de cette prestation en termes de communication, on peut toutefois signaler que cette prestation peut s'appuyer largement sur les recherches journalistiques menées pour le magazine *ENET-News* et que cette synergie contribue à diminuer les coûts de production de communiqués de presse. La prestation est ainsi fournie à un coût moindre.

Le travail de presse fourni par le sous-traitant entraîne des coûts plus importants. Il existe par ailleurs une revue de presse, comptabilisant pour l'année 2001 114 articles (sur environ 40-50 installations pilote et de démonstration). Faute de moyens de comparaison, le ratio entre frais et nombre d'articles ne peut cependant être jugé qu'avec prudence.

L'enquête auprès des abonnés du magazine *ENET-News* donne une indication intéressante : les articles de la presse spécialisée sont cités par près de deux tiers des répondants comme étant une des

sources d'information privilégiées. Le travail de presse a donc un potentiel très important et l'on peut en déduire que cette prestation a une réelle utilité.

3.5.8 Recommandations opérationnelles

Le thème de la recherche énergétique n'est pas des plus médiatiques. Cependant, les projets P&D semblent bénéficier d'un plus grand potentiel d'accès aux médias, de par leur nouveauté ou originalité. Un effort plus conséquent envers la presse grand public (surtout romande) peut être envisagé, ce qui implique une production systématique des communiqués de presse aussi en français, voire en italien, ainsi qu'une couverture équilibrée de projets localisés dans les différentes régions linguistiques du pays ou à l'étranger. De même, une meilleure interaction entre le travail de relations médias et le site Internet permettrait une meilleure diffusion de l'information et une meilleure mise en relation des acteurs. La publication des articles et des communiqués de presse sur le site d'ENET (page Médias) permettrait d'élargir le public potentiel, tandis que la mention de l'adresse du site ENET dans les articles de presse permettrait un renvoi des lecteurs vers le site, et donc vers plus d'information.

Par ailleurs, un suivi de l'impact de cette activité médiatique mérite d'être mis en place, malgré les coûts, en raison de l'information très utile qu'un tel suivi fournirait, non seulement pour cette prestation-ci, mais pour la plate-forme ENET en général.

3.5.9 Éléments de réflexion stratégique

Cette prestation fait certainement un sens et elle est mise en œuvre de manière assez satisfaisante, sauf en ce qui concerne l'aspect linguistique. Par contre, une réflexion stratégique élargie doit avoir lieu, surtout dans l'optique des synergies entre les différentes prestations ENET et de leur cohérence, mais aussi dans l'optique des publics-cible. Si l'objectif de vulgariser largement des innovations technologiques dans le domaine de l'énergie, en présentant des cas d'installations pilotes par exemple, fait partie des missions d'ENET, alors un effort plus conséquent dans ce sens doit être fourni.

3.6 Service des manifestations

- Le service des manifestations offre un soutien logistique pour l'organisation et le suivi de séminaires, congrès et conférences dans le domaine de la recherche énergétique. Cet appui est offert aux chefs de programme de l'OFEN dans le cadre de leurs recherches ainsi qu'aux institutions de recherche et aux entreprises ayant des activités publiques similaires. Un calendrier des manifestations ENET permet aux acteurs intéressés de s'informer et de s'inscrire en ligne sur les manifestations dans le domaine de l'énergie.

3.6.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités

Selon le cahier des charges, une des tâches prévue dans le cadre d'ENET vise à « organiser et diriger des manifestations, séminaires, conférences et congrès en collaboration avec les acteurs de la recherche énergétique suisse ».

Cette tâche a été attribuée à ENET, dans le cadre de son mandat d'information et de communication. Sa participation à l'organisation de ces événements est définie par la consultation et l'accompagnement des RD&CP, ainsi que la gestion d'une base de données d'adresses et les listes de participants. Le mandataire est sollicité sur le plan logistique et non, en principe, sur le plan thématique.

ENET contribue également aux manifestations dans le cadre de son mandat de transfert technologique, dans la mesure où ces événements sont un lieu privilégié d'échanges entre les milieux de la recherche et l'économie. Cette tâche sera discutée dans le chapitre consacré à la prestation « transfert technologique »²⁹.

Le mandataire ENET gère sur le site "energieforschung.ch" un calendrier des manifestations, dans lequel les RD&CP peuvent inscrire les manifestations à venir. En 2002, le calendrier a annoncé quelques 40 événements. Ne disposant pas d'informations plus détaillées sur ce service (nombre de visiteurs sur la page Internet, etc.), nous ne l'avons pas analysé davantage dans le présent rapport.

3.6.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies

La procédure usuelle prévoit que l'initiative d'organiser une manifestation revient aux RD&CP, ces derniers choisissant le contenu ainsi que les intervenants. Ils peuvent recourir aux prestations de la plate-forme ENET pour bénéficier d'un soutien logistique : TEMAS met à disposition la base de données d'adresses, tandis que BRO est en charge de l'envoi des invitations, de la gestion de la liste des participants ainsi que des contacts avec les intervenants.

L'organisation d'une manifestation demande environ deux semaines de travail du côté d'ENET, réparties sur une demi-année. Hormis son mandat pour l'OFEN, le mandataire organise des manifestations pour divers clients et dispose ainsi d'un réseau de contacts qui lui facilite la tâche.

Cette prestation a connu une évolution sensible depuis sa création, le nombre de manifestations organisées ayant fortement diminué depuis la reprise du mandat par le consortium. Cette diminution peut être expliquée partiellement par le fait que, durant l'année de transition entre l'ancien et le nou-

²⁹ Cf. détails au chapitre 3.7.

veau mandataire en 1999, aucune activité n'a été organisée. Ainsi les chefs de programmes se seraient tournés vers d'autres organisateurs de manifestations et n'auraient pas repris l'habitude de travailler avec ENET pour les manifestations au moment de l'attribution de cette prestation. Une autre explication a trait à l'attitude des mandataires. Le précédent mandataire était proactif et sollicitait les RD&CP, et ainsi une série de manifestations avait été organisée sur son initiative. Finalement, il faut mentionner que les ressources financières attribuées par l'OFEN pour l'organisation de manifestations ont été supprimées au profit d'une logique d'autofinancement (par le biais des frais d'inscription et de sponsoring notamment).

Ainsi, au cours de l'année 2002, le soutien logistique à l'organisation de manifestations par le biais d'ENET n'a été sollicité par les RD&CP qu'à trois reprises. Il s'agit du colloque sur les pompes à chaleur, du « Holzsymposium » et de la conférence sur les nanotechnologies (les deux dernières manifestations ayant été organisées exceptionnellement par TEMAS en raison de leurs connaissances spécifiques en la matière).

ENET rappelle régulièrement aux chefs de programmes qu'ils ont la possibilité de bénéficier du service de manifestations dans le cadre de ses prestations.

3.6.3 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs

Le cahier des charges ne prévoit aucun objectif relatif à l'organisation de manifestations, ni sur le nombre, ni sur le contenu et leur qualité. Du fait que cette prestation est en quelque sorte « à la demande », il pourrait être possible de juger de son efficacité par la faculté de donner suite aux demandes. Toutefois, cette demande est actuellement trop faible pour procéder à une telle analyse.

Le chef de programme pour la manifestation sur le thème du bois ne désirait expressément aucune auto-évaluation de la manifestation, en disant disposer lui-même de contacts suffisamment étroits avec les participants pour connaître leur appréciation. À l'interne, le mandataire ENET affirme discuter intensément et de manière informelle des améliorations organisationnelles à apporter aux manifestations. Ces discussions ont permis d'apporter des améliorations, notamment par l'introduction d'un « contact corner ».

L'évaluation ENET réalisée en 1996 soulevait le haut degré de satisfaction des responsables des manifestations envers les prestations logistiques apportées par le mandataire de l'époque. Une telle évaluation sur le degré de satisfaction des participants n'a pas été réalisée par rapport au nouveau mandataire du fait que seules trois manifestations ont été organisées.

Une enquête réalisée par ENET auprès des responsables de domaine et de programme en 2000 sur leurs besoins futurs en soutien et appui relatifs à l'organisation de manifestations a mis en exergue la nécessité de redéfinir le mandat « manifestations ». Selon cette enquête, ce besoin de définition découle également du constat effectué sur la perte d'influence d'ENET dans ce domaine.

Dans le cadre de l'élaboration d'*ENET-News*, ENET se trouve en contact permanent avec les chefs de programmes et estime être à même de pouvoir répondre avec précisions à leurs demandes en matière d'organisation de manifestations.

3.6.4 Points de vue des RD&CP de l'OFEN

Seuls deux représentants des RD&CP ont fait recours récemment au service des manifestations pour l'organisation d'un événement. Ils relèvent que le caractère "luxueux" et coûteux des manifestations organisées dans le cadre d'ENET (par TEMAS) correspondait à la renommée des manifestations en question.

Toutefois, certains RD&CP doutent qu'il soit possible d'organiser de telles manifestations pour des domaines où les moyens à disposition sont beaucoup plus faibles (énergies renouvelables). Ainsi nombreux sont les RD&CP qui disposent de leurs propres contacts pour organiser les manifestations.

Ils estiment de plus que la renommée d'ENET n'est pas suffisante pour attirer un public nombreux et considèrent que des intermédiaires tels que les EPF représentent une meilleure option.

En 2000, une analyse des besoins des RD&CP dans ce domaine avait déjà fait ressortir des problèmes liés au service des manifestations et attiré l'attention sur la nécessité de réviser ce mandat.

3.6.5 Ressources et analyse coûts-bénéfices

Sur le plan financier, aucun budget n'est prévu par l'OFEN pour l'organisation des manifestations dans le cadre d'ENET. L'organisateur doit s'assurer que les frais de l'événement seront couverts par les recettes (inscription des participants, sponsoring).

Pour cette prestation, l'analyse coûts-bénéfices n'est pas possible en tant que telle car il n'y a pas de budget régulier dédié et chaque manifestation doit couvrir ses coûts. Les échos reçus montrent que la prestation est d'excellente qualité mais d'un coût assez élevé (se traduisant par des frais d'inscription élevés pour les participants à ces manifestations) d'où l'image évoquée de prestation haut de gamme, pas toujours adéquate pour des manifestations souhaitant un profil plus modeste. Nous ne disposons pas d'information sur le détail des coûts des manifestations organisées par le passé, et en particulier sur le bilan financier (équilibre entre recettes et dépenses, et marge éventuelle).

Dès lors que la prestation ne pèse pas sur le budget régulier d'ENET il n'y a pas non plus de raison de la remettre en cause sur son principe. Toutefois, on pourrait envisager d'inciter le mandataire à offrir un service à la carte concernant le profil de coûts, donc de pouvoir aussi assurer l'option de manifestations à un coût plus modeste.

3.6.6 Recommandations opérationnelles

Il est peu pertinent, dans ce cas, de formuler des recommandations opérationnelles, puisqu'il s'agit d'une prestation au cas par cas, et peu sollicitée par les principaux bénéficiaires prévus, les RD&CP.

On peut, tout au plus, suggérer que cette prestation soit différenciée aussi en fonction des coûts, permettant un appui plus modeste pour des manifestations ne disposant pas d'un budget important.

3.6.7 Éléments de réflexion stratégique

Le service des manifestations n'est pratiquement plus sollicité par les RD&CP, il est dès lors nécessaire de se pencher sur la redéfinition de ce service dans le cadre d'ENET.

Deux stratégies peuvent être poursuivies : la première consiste à maintenir la situation actuelle, dans laquelle le service des manifestations d'ENET se présente comme un prestataire parmi d'autres. Selon cette logique, chaque RD&CP choisit son partenaire pour l'organisation d'événements. L'OFEN n'apporte pas d'aide financière et cette option n'implique pas de changements fondamentaux. Mais cette option implique d'une part, la perte d'un potentiel éventuel en économies d'échelle et en décharge logistique des RD&CP, respectivement des relais avec qui ils travaillent, et d'autre part le risque d'une absence de cohérence dans le profil de ces manifestations sur le plan de l'image.

La deuxième stratégie repose sur l'idée que l'OFEN pourrait donner une visibilité plus grande à la plate-forme ENET et imposer une « ligne communicationnelle » en limitant le choix de l'organisateur des manifestations. Dans ce cas, il s'agit de redéfinir le cahier des charges des RD&CP et celui du mandataire mais également d'initier une réflexion de fond sur la politique de communication d'ENET. Il faudrait veiller, dans ce cas, à valoriser l'apport spécifique de chaque RD&CP pour une manifestation, en particulier en termes de connaissance du sujet et de réseau de contacts pour la mise au point du programme et la diffusion des invitations. La prestation devrait alors être conçue de manière à garantir son efficacité et sa pertinence, avec un mécanisme de suivi qualitatif.

3.7 Transfert technologique

3.7.1 Objectifs, organisation générale et responsabilités

Le transfert technologique (TT) est défini par le plan directeur de la recherche énergétique de la Confédération 2000-2003. Dans son paragraphe sur les impératifs de la politique de la recherche, ce texte mentionne, entre autres, les principes directeurs suivants³⁰, avec un accent mis sur le point a :

- a. Le transfert des résultats de la recherche vers le marché fait partie intégrante des tâches des collectivités publiques qui soutiennent la recherche. Dans cette optique, le financement de projets pilote et de démonstration ainsi que la collaboration étroite avec l'économie privée sont une absolue nécessité. Il s'agit d'accélérer le lancement de techniques énergétiques durables.
- b. On s'emploiera à multiplier les liens entre les institutions de recherche et d'enseignement, qui constituent des centres de compétences spécifiques.
- c. Le grand public doit être largement informé sur ce qui a trait aux travaux de recherche énergétique et de développement, à l'échéance du lancement de nouveaux produits, à leurs implications sur les coûts et les bénéfices, et à leur impact sur l'environnement.

La prestation de transfert technologique (TT) a été introduite dans la plate-forme ENET lors de son attribution au nouveau mandataire en 2000. Auparavant, chaque RD&CP était en charge de cette activité et en assurait seul la mise en œuvre. Si le TT est aujourd'hui confié au mandataire externe, cette tâche est toujours inscrite dans le cahier des charges des RD&CP.

Le cahier des charges d'ENET circonscrit le transfert technologique de deux manières : d'une part, ENET doit « soutenir la scène de la RD&D énergétique suisse », par le biais de l'organisation de manifestations et « en cultivant les contacts avec d'autres services d'information apparentés ainsi qu'avec les institutions de transfert technologique et avec les médias ». D'autre part, dans le cadre d'ENET, le TT doit viser à « encadrer des candidats faisant une offre de RD&D énergétique, en leur indiquant les besoins actuels de la RD&D énergétique suisse, les institutions soutenant la RD&D et les voies de financement suisses et européennes, en les aidant aussi à formuler leurs offres et en les informant également sur les questions de brevets et de protection intellectuelle ». Ces objectifs liés au transfert technologique ne sont pas précisés dans le cahier des charges général d'ENET de manière opérationnelle, ni sur leur qualité ni sur leur quantité.

Par contre, les actions opérationnelles menées par ENET sont définies dans un programme annuel établi par ENET après discussion avec les RD&CP et soumis pour approbation à l'OFEN³¹.

3.7.2 Mise en œuvre, procédures et stratégies

La société TEMAS (mandataire principal d'ENET) est spécialisée dans le management technologique et dans le conseil de gestion à l'implantation d'innovations technologiques sur le marché. Les compétences à disposition ont trait à divers domaines scientifiques et TEMAS dispose d'un réseau de contacts important à la fois avec la communauté scientifique et avec l'économie. Ces éléments ont été prépondérants dans le choix du mandataire lors de l'attribution du mandat par l'OFEN.

³⁰ Plan directeur de la recherche énergétique de la Confédération 2000-2003, élaboré par la Commission fédérale pour la recherche énergétique CORE, Office fédéral de l'énergie, novembre 1999, p. 17.

³¹ Nous n'avons pris connaissance de l'existence de ces programmes annuels qu'à la fin de notre mandat.

Dans son offre de prestation datant de 1999, le mandataire ENET formule sa vision du concept de TT en deux volets. Le premier, intitulé « support de la recherche énergétique », décrit des tâches d'information des différents publics-cible à proprement parler. Cette information est proposée par le biais de manifestations, de conseils ponctuels et/ou sur demande, ainsi qu'au travers d'une plateforme électronique de communication (Internet, e-commerce, base de données d'adresses). ENET cherche à atteindre un échange actif d'informations entre les partenaires de la recherche, mais également à connaître les besoins de l'économie.

Le deuxième volet, intitulé : « Conseil, coaching et assistance pour les projets R&D », entend assister les projets par une aide plus substantielle, notamment technique, commerciale et relationnelle. Ainsi, les candidats de projet doivent pouvoir recevoir un conseil en matière de commercialisation, être renseignés sur l'état de la recherche scientifique, les brevets et le cadre économique ainsi que sur les besoins perçus par les divers acteurs. Finalement, ENET propose d'intervenir comme médiateur entre candidats et économie, et entre candidats et centres de compétences.

Le mandat initial prévoyait que le mandataire en charge de la prestation de TT devait être proactif et prendre l'initiative. Certains RD&CP se sont cependant opposés à cette procédure, leur principal grief étant qu'ils n'étaient pas consultés dans la démarche d'ENET. Rapidement l'OFEN a revu ses attentes et le TT est aujourd'hui confié à ENET uniquement sur demande expresse de l'OFEN et de manière subsidiaire.

3.7.3 Garantie de qualité, conformité avec les objectifs

La mise en œuvre du transfert technologique par ENET peut être appréciée à la lumière des actions réalisées. Ainsi, on relève dans le rapport annuel 2000 la prise de contact avec la communauté scientifique (12 contacts), les institutions et administrations (9 contacts), les RD&CP (13 contacts) et l'économie (15 contacts). Trois ateliers ont été organisés (sciences et économie) et trois projets accompagnés sur les plans conceptuel, technique et commercial. Finalement, ENET a été présente lors de quatre manifestations technologiques, y compris pour prendre des contacts.

Dans le rapport annuel 2001, il est fait mention d'un soutien donné à 6 projets, entre autre sous forme d'organisation de séminaires. Trois projets ont par ailleurs été accompagnés dans leur phase de commercialisation (business-plan, étude de faisabilité, appui dans les négociations). Sur demande de l'OFEN et du Conseil des EPF (ETH-Rat), ENET a également développé un concept pour la création d'un nouveau programme au sein de l'OFEN, nommé « Zero Emission Systems (ZES) », qui devrait couvrir les technologies de combustion et de propulsion (Verbrennungs- und Antriebstechnologie), le programme n'a cependant pas encore été lancé.

En 2002, ENET a poursuivi ses activités de TT avec un volume semblable à celui des années précédentes³². ENET articule actuellement son travail autour de quatre modules : les événements, l'accompagnement des projets (liés à l'OFEN), l'accompagnement de start-up et les entretiens stratégiques avec des représentants de l'économie.

Les objectifs ne sont toutefois que partiellement atteints dans la mesure où seule une petite minorité des RD&CP de l'OFEN fait recours au service d'appui au TT proposé par ENET.

Différentes raisons contribuent à la non-utilisation de la prestation, la principale ayant trait au flou qui entoure le concept de transfert technologique. Les RD&CP ont pratiquement tous une définition différente de ce concept et ils relèvent le manque d'unité de doctrine sur ce concept. De part et d'autre, la non-utilisation des services d'ENET a également été identifiée comme étant la conséquence d'une situation de concurrence, sur le plan de la répartition des compétences, entre ENET et les RD&CP. Or,

³² Toutes ces remarques se basent sur les rapports annuels, que nous avons à disposition. En fin de mandat, nous avons pris connaissance de l'existence de programmes annuels.

comme le montrent les résultats de l'analyse des besoins futurs en services ENET en 2000³³, la répartition des compétences ne fait pas l'unanimité des interrogés et actuellement les responsabilités n'ont pas été redéfinies par l'OFEN.

3.7.4 Points de vue des RD&CP de l'OFEN et des mandataires

La majorité des RD&CP déclarent ne pas faire appel à ENET pour la mise en œuvre du TT parce qu'ils estiment que les prestations proposées ne correspondent pas à leurs besoins et leur approche en matière de TT.

Les RD&CP se rejoignent sur un point : le TT doit être pratiqué lorsque cela semble pertinent aux RD&CP et non pas seulement pour les domaines de recherche à forte valeur ajoutée. Actuellement, ils estiment que la pratique du TT par le mandataire ENET suit cette logique de valeur ajoutée et regrettent que l'identification des besoins ne se fasse pas de façon objective. De l'avis des RD&CP, ENET a tendance à sélectionner les technologies les plus lucratives et ne s'intéresser qu'aux technologies du domaine industriel et jamais du domaine artisanal. Cette approche fait l'objet de nombreuses critiques de la part des RD&CP qui ne voient plus l'intérêt de solliciter un mandataire qui « choisit » les thèmes sur lesquels il accorde sa collaboration.

Certains de nos interlocuteurs expriment une forte insatisfaction et, suite à des désaccords avec le mandataire ENET sur la manière de procéder au TT, ont renoncé à une collaboration avec ce dernier. A ces différends sur la manière de travailler s'ajouteraient des difficultés interpersonnelles entre les représentants d'ENET et certains RD&CP.

Un autre élément concerne le mode de financement de la prestation. Le mandataire a facturé une fois directement à l'un des RD&CP un complément de prestations non-comprises dans le cadre d'ENET, pour des raisons spécifiques et en accord avec l'OFEN. Mais ce cas a généré une impression de manque de clarté sur les règles du jeu et les RD&CP souhaiteraient clarifier la délimitation des prestations fournies dans le cadre d'ENET.

Un autre constat ressort de la discussion avec les RD&CP : en matière d'appui au transfert technologique, les contacts et l'accès à un réseau professionnel sont jugés plus importants que les connaissances propres de la technologie dont il est question. Ils mettent donc en avant le fait qu'aucun mandataire ne peut disposer d'un réseau opérationnel dans tous les domaines de l'énergie et qu'il serait plus utile de constituer un pool de mandataires spécialisés en TT dans des domaines particuliers.

En 2000, le mandataire ENET fait part à l'OFEN de son insatisfaction envers la manière dont cette tâche est réalisée et formule un concept de transfert technologique. Au-delà des mesures d'information et de mise en réseau des divers publics-cible figurant déjà dans l'offre de service, il propose « d'accompagner et préparer activement la création d'entreprises jusqu'au stade d'autonomie ». La proposition met l'accent sur le marketing, le plan de financement et la recherche de partenaires, soit une prestation active de transfert technologique, comprenant des tâches les plus diverses dans la commercialisation des innovations technologiques.

Actuellement, seuls trois RD&CP font recours aux services d'ENET, ce qui démontre sa difficulté de se positionner au sein de l'OFEN³⁴. Au demeurant, ENET attend une redéfinition de son mandat relatif

³³ « Bedürfnisanalyse für künftige BFE Dienstleistungen aus der Sicht der Bereichs- und Programmleiter », TEMAS, 2000.

³⁴ Ces 3 cas sont intégrés dans le programme annuel de TT adopté pour 2002; le mandataire ENET serait disposé à en faire plus tout en évitant de disperser les ressources afin d'augmenter les chances de succès en ciblant sur quelques projets chaque année. Ceci étant, la plupart des RD&CP affirment ne pas prévoir de travailler avec ENET pour des activités de TT. Le choix de ces 3 cas ne correspond pas seulement à une logique de sélection de projets porteurs et pertinents, mais aussi aux disponibilités de coopération des RD&CP.

au TT et aimerait se voir confier plus de responsabilités, voire devenir l'unique service pratiquant le TT pour les RD&CP de l'OFEN.

3.7.5 Ressources et analyse coûts-bénéfices

Le montant attribué par l'OFEN pour le TT dépend étroitement de la marge de manœuvre qui est consentie à ENET par les RD&CP. Ainsi, le budget TT est alloué en fonction du volume de la demande provenant de ces derniers. Contrairement aux autres prestations d'ENET, ce montant peut varier sensiblement. Toutefois un plafond est déterminé par le budget global attribué à ENET (un million de francs par année).

Transfert Technologique	
Tâche	Budget 2002
accompagnement spinoff	40'160
accompagnement projets	40'160
support chef de programme	29'438
support en géné- ral	39'084
Total	149'000
	<i>(incl. TVA)</i>

Le volume de ressources alloué à ce volet étant directement lié, au cas par cas, aux projets proprement dits, donc à la demande exprimée par les RD&CP, une analyse globale coûts-bénéfices n'est pas possible. Il faudrait effectuer des études de cas approfondies sous cet angle-là toutefois il faut relever que cette prestation correspond à une activité très particulière et ayant un caractère qualitatif marqué, avec une situation spécifique pour chaque cas. De plus, toute tentative de transfert technologique visant la commercialisation d'un résultat de recherche implique par définition une prise de risques et il faut donc admettre un échec de temps à autre. Un système performant de transfert technologique génère une situation où un succès occasionnel compense très largement les échecs ou les résultats en demi-teinte.

Pour cette prestation, toute discussion sur les coûts doit donc s'insérer dans un débat plus large sur la prestation elle-même, en termes stratégiques, telle qu'évoquée ci-dessus et ci-après, ainsi que dans les conclusions de ce rapport.

Dans le cas d'ENET, l'impression qui se dégage est une divergence fondamentale d'approche entre la majorité des RD&CP et le mandataire. Les premiers estiment que le mandataire adopte une attitude de choix sélectif, consistant à identifier les quelques projets qui, d'une part, correspondent à leurs champs de compétence et, d'autre part, offrent une perspective élevée de réussite. Or le transfert technologique financé par des fonds publics vise justement à donner une chance à des idées n'ayant pas une portée commerciale immédiatement visible, et pas de soutenir en priorité des projets qui sont suffisamment mûrs pour percer sans aide publique. De son côté, le mandataire s'oppose par principe à adopter une politique de l'arrosoir, consistant à tenter des activités de TT sur de nombreux projets en même temps. Le mandataire admet que les perspectives prévisibles de succès économique jouent un rôle dans l'analyse de faisabilité pour l'un ou l'autre des projets envisagés et donc dans la sélection de projets proposés.

3.7.6 Recommandations opérationnelles

Là aussi des recommandations opérationnelles sont difficiles à formuler dans une perspective à court terme sans les placer dans un cadre stratégique.

3.7.7 Éléments de réflexion stratégique

Le service d'appui au transfert technologique souffre actuellement de l'absence d'une unité de doctrine. Mandants et mandataire divergent largement sur la perception de la répartition des tâches et des responsabilités. Ces divergences et désaccords contribuent à une utilisation marginale des prestations prévues dans le cadre d'ENET. De plus, il existe des visions très différentes au sein même des RD&CP en matière de TT (concepts et pratiques), avec peu d'échange d'opinions et d'expériences à ce sujet.

Le contrat laisse toute latitude au mandataire sur la manière de procéder au TT, ce qui n'est pas satisfaisant. Une redéfinition de fond du concept de transfert technologique et des prestations pouvant être offertes en appui aux RD&CP est impérative. La répartition des responsabilités entre RD&CP et mandataires et la répartition du financement doivent également faire l'objet d'une réflexion. Ainsi, l'idée d'un réseau de mandataires, incluant également les services d'appui TT des hautes écoles, et couvrant un éventail élargi de spécialités, pourrait constituer une alternative viable à l'idée d'un mandataire exclusif.

Afin d'obtenir une véritable unité de doctrine en matière de transfert technologique, un cycle de formation interne devrait être envisagé, ainsi que la mise en place de mécanismes systématiques d'échange d'expérience entre RD&CP et avec les membres du réseau de mandataires externes, afin de favoriser un apprentissage mutuel sur le plan des méthodes.

4 La plate-forme ENET

4.1 La cohérence de la plate-forme

L'approche d'ENET dans son ensemble s'est révélée difficile dans la mesure où tant les acteurs participant à sa mise en œuvre (RD&CP de l'OFEN, chercheurs, mandataires) que les bénéficiaires (abonnés ENET-News, abonnés News-Ticker, relais, etc.) ont relevé dès le début de notre travail la difficulté d'identifier une unité des services.

Nous avons toutefois tenté de dégager, tout au long du processus d'évaluation, les raisons de cette incapacité à donner une appréciation sur la plate-forme ENET dans son ensemble. Ce chapitre relate les points de vue des différents acteurs sur ce plan.

4.1.1 L'opinion des RD&CP

Lors de l'atelier de réflexion avec les RD&CP de l'OFEN, nos interlocuteurs ont rapidement exprimé la difficulté de répondre à des questions globales sur ENET et leurs propos ont été pondérés en fonction des différentes prestations.

Certains considèrent que la plate-forme ENET dans son ensemble ne peut pas être cohérente du fait que le mandat attribué par l'OFEN est assumé par trois mandataires autonomes sur des prestations différentes en termes de contenu. Ainsi ils ne peuvent se prononcer sur la qualité ou sur la pertinence d'une prestation qu'en tenant compte de tous les paramètres qui l'entoure (le mandataire, le financement, etc.). Ce constat ne représente cependant pas à leurs yeux un inconvénient majeur dans la mesure où chacune des prestations peut être cohérente pour elle-même si elle atteint ses objectifs. Ainsi, pour les RD&CP, la cohérence entre les prestations est jugée subsidiaire en ce qui concerne leur contenu.

De plus, les RD&CP représentent la clé de voûte d'ENET en termes de contenu puisque ce sont eux qui alimentent la plate-forme. De ce point de vue ils estiment que les tâches effectuées par les mandataires sont essentielles et répondent à un réel besoin. La sous-traitance d'un certain nombre de leurs tâches leur semble être la solution adéquate au problème de surcharge chronique de travail à laquelle ils sont confrontés. Ils ont relevé un certain nombre de difficultés par prestation, et ces dernières ont été présentées dans les chapitres précédents. Ils estiment qu'ils peuvent contribuer à l'amélioration des prestations au cas par cas.

Par contre, en matière de communication, les RD&CP relèvent que la cohérence des messages de communication entre les prestations fait défaut et que cet aspect est dommageable pour l'ensemble d'ENET. Sur ce plan également ils jugent que l'attribution du mandat à différents mandataires autonomes est à l'origine du manque de continuité. Ils soulignent cependant que ces reproches envers ENET en matière de communication sont à relativiser en l'absence d'une politique de communication claire au sein de l'OFEN.

4.1.2 L'opinion des acteurs du groupe relais

Les acteurs du groupe relais ont un point de vue différent. Ils relèvent tout d'abord qu'ENET est un service d'information parmi d'autres et qu'ils font recours à de nombreuses sources pour s'informer sur l'actualité de leurs domaines respectifs. Si la plupart des interlocuteurs de ce groupe reconnaissent qu'ENET est leur principale source d'information en matière d'énergie, ils n'ont généralement pas une vue d'ensemble de la plate-forme ENET car ils font usage d'une ou de deux prestations seulement tout en ignorant les autres.

En fait, il ressort des entretiens que ENET n'est pas connu en tant que tel, et la confusion entre ENET, SuisseEnergie et l'OFEN est fréquente. Par ailleurs, la plate-forme ENET, et le site Internet en particulier, est perçue par certaines personnes interrogées comme étant réservée aux initiés. Cette impression est renforcée par la difficulté qu'ils ont à naviguer dans le site Internet et à repérer l'émetteur de l'information. Certaines personnes nous ont signalé qu'elles préféreraient utiliser leurs réseaux de relations personnelles plutôt que de faire appel à un service anonyme.

4.1.3 L'opinion du groupe scientifique

Les scientifiques interrogés connaissent peu les prestations offertes par ENET en dehors de la prestation d'appui au transfert technologique. Ils estiment que l'appui fourni par un mandataire externe dans ce domaine est très important. Ce besoin concerne notamment l'accès à un réseau de contact avec les acteurs de l'économie. La prestation de ENET sous la forme de mise en contact a été jugée positivement par une personne ayant bénéficié de ce support.

Les scientifiques ont relevé un besoin pas couvert par le projet ENET : l'aide financière au démarrage d'un projet de commercialisation. C'est la Commission de la technologie et de l'innovation (CTI) de l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie qui joue un rôle prééminent pour ce type d'aides financières. Selon les chercheurs, la CTI a également l'avantage, par rapport à ENET, de ne pas se limiter à un domaine spécifique.

Les interlocuteurs de ce groupe n'ont donc pas de vision globale de la plate-forme ENET du fait qu'ils ne sont utilisateurs que d'une des prestations offertes.

4.2 Identification et visibilité d'ENET

En résumé, les interlocuteurs des différents groupes estiment, globalement, ne pas avoir la capacité de juger de la cohérence de la plate-forme dans son ensemble car ils sont utilisateurs ou fournisseurs d'une partie seulement des éléments d'ENET. Il en découle que chaque prestation est conçue et considérée comme indépendante des autres.

La plate-forme ENET est ainsi segmentée en plusieurs prestations autonomes, avec plusieurs mandataires agissant de manière indépendante. Hormis les RD&CP de l'OFEN, les acteurs et utilisateurs de prestations proposées dans le cadre d'ENET ne l'identifient pas comme une plate-forme globale visant à favoriser l'intégration des innovations de la recherche technologique dans la pratique.

Ce manque d'identification a plusieurs causes. La première a été identifiée par l'évaluation de la mise en relation entre l'émetteur et le récepteur. Notre analyse a démontré une confusion importante entre les différents vecteurs de mise en œuvre de la politique énergétique (acteurs, programmes ou plate-formes: OFEN, ENET, Suisse Energie). Il n'existe pas d'organigramme général présentant la structure et les liens entre ces différents vecteurs. De plus, le site "energy-research.ch" ajoute à la confusion en présentant sur le même niveau des structures de niveau hiérarchique différent. Si l'émetteur n'est pas clairement identifié, la relation ne peut exister de façon harmonieuse car la connaissance du contexte - indispensable à toute interprétation d'un message - n'est pas assurée.

De plus, le nom de personnes de référence est rarement mentionné, de même que la possibilité d'entrer en contact avec un responsable (pas d'adresse e-mail depuis le site ou le News-Ticker Service, pas de responsable depuis le magazine). Au niveau de la forme, élément également indispensable pour créer une bonne relation, seul le magazine obtient une bonne appréciation. La navigation confuse du site Internet (liens inutiles, pages en allemand, hiérarchie peu convaincante), l'anonymat du bulletin sont autant de faiblesses empêchant une bonne identification d'ENET.

L'analyse, orientée sur la mise en oeuvre des différentes prestations, a démontré que l'évolution d'ENET est, de fait, davantage le résultat d'une accumulation de circonstances particulières et d'une évolution historique (changement de mandataire, nouvelles prestations proposées spontanément par les mandataires) que le fruit de demandes explicites de la part du mandant formel (OFEN), sur la base d'une stratégie évoluant selon un processus structuré et explicite. Cette évolution par accumulation a été dommageable pour la vision globale de la plate-forme.

5 Exemples étrangers

L'objectif de ce chapitre est de situer l'offre et la qualité des prestations du site Internet d'ENET en comparaison avec des structures similaires développées dans d'autres contextes nationaux. Nous avons sélectionné deux sites étrangers, TEKES pour la Finlande et NOVEM pour les Pays-Bas.

En préambule, il nous faut pourtant souligner que le niveau d'analyse n'est pas équivalent. En effet, tant TEKES que NOVEM sont à situer au niveau d'un Office de politique énergétique nationale, tandis qu'ENET concerne un projet spécifique, celui du transfert de technologie en matière de RD&D. Les sites finnois et hollandais seraient ainsi, au niveau d'une approche structurelle, plutôt similaires à celui de l'OFEN. Cette différence pourrait expliquer les logiques spécifiques qui sous-tendent ces sites. En effet, et nous le développerons ci-après, d'un côté ENET se distingue par une offre d'information importante mais un lien relationnel faible, de l'autre TEKES et NOVEM proposent une plate-forme tournée vers les échanges et la relation, la transmission d'informations étant plus limitée. Si l'analyse des différences de contenu reste pertinente, cette mise en contexte incite à relativiser la comparaison et offre des éléments d'explication.

5.1 TEKES-ENET

L'approche communicationnelle est différente entre les deux sites : ENET présente sur sa homepage, au même niveau, les liens avec d'autres sites et l'accès à ENET en tant que fournisseur d'information. TEKES met en avant son existence, sa philosophie et le réseau finnois et international. TEKES présente les informations par thèmes dans un menu déroulant depuis le sommaire général, ENET propose une séparation entre les infos par thèmes (depuis la partie du site d'ENET, il faut retourner à la homepage pour visiter d'autres sites, ce qui n'est pas le cas pour TEKES). TEKES propose également une carte du site, permettant une visualisation des informations proposées, ce qui est un service pour l'utilisateur.

Au niveau du réseau, la différence est aussi fondamentale. Aucune indication de contact n'est fournie depuis ENET, alors que TEKES fournit un maximum de références de responsables, avec adresse de contact et surtout des e-mails. Un organigramme très complet est aussi présenté sur TEKES, et non sur ENET comme cela a été souligné précédemment. Sur ENET, le réseau n'est ainsi pas identifié.

Dans sa volonté de fournir des informations, ENET propose un lien sur le site adéquat, en fonction du thème choisi. TEKES propose la même structure d'information pour chaque thème (news, event, programme technologique, équipe TEKES, publications, liens utiles), mais de plus, l'information est produite par TEKES et procède de la même mise en forme. Il y a donc une unité, ce qui n'est pas le cas pour ENET.

Au niveau du sommaire, un chapitre « feedback » montre la volonté de TEKES de créer un lien de communication avec ses publics. Ce n'est pas le cas avec ENET.

TEKES cherche une uniformité dans la forme et le fond. ENET présente plusieurs mises en page, n'a pas le même nom que son adresse Internet, crée la confusion avec d'autres logos (OFEN, SuisseEnergie). De plus, TEKES informe sur la structure de la recherche en Finlande, ses contacts avec les autres centres de recherche dans le monde, et propose même un plan de situation. Un effort de situation et de présentation du réseau est donc notable. Ce n'est pas le cas pour ENET.

5.2 NOVEM-ENET

Dans cette partie, nous décrivons le site de NOVEM, ENET ayant déjà été comparé dans le sous-chapitre précédent.

NOVEN met en avant sa raison d'être, sa structure et son rôle en tant que service gouvernemental. Sur sa homepage, une description de Novem est présentée selon quatre axes : ses objectifs, ses activités, sa position dans la structure gouvernementale et son potentiel (nombre d'employés). Son sommaire propose les liens suivants : qui ils sont, les programmes internationaux, les domaines d'expertise, son mode de fonctionnement, des publications, une liste de liens vers d'autres sites du même domaine. Chacun de ces chapitres est lui-même décomposé en plusieurs sous-chapitres. Depuis sa homepage, NOVEM indique qu'il suit la politique gouvernementale en matière de développement, dans les domaines de l'énergie et du développement. Le site est principalement dédié à présenter les différents programmes menés pour assurer la politique énergétique.

L'ergonomie du site est très conviviale, il est possible de retourner à la homepage depuis n'importe quelle page, des liens hypertextes permettent de naviguer facilement dans le texte, le graphisme est uniforme et conforme à l'identité du site (les couleurs sont douces, un oiseau fait office de logo - symbolique naturelle). L'utilisateur est ainsi à l'intérieur d'un environnement cohérent et convivial.

NOVEM fournit beaucoup d'informations sur lui-même (sa structure, ses objectifs, sa philosophie) et propose différents moyens de contact (même un plan pour y accéder physiquement). Il donne ainsi les moyens à l'utilisateur de clairement identifier l'émetteur du message, rendant la communication facilitée par la définition du contexte. Par contre, il fournit peu d'informations sur les réalisations technologiques en matière d'énergie et d'environnement. Une liste de publications est proposée, avec une quarantaine de titres que l'utilisateur peut commander par mail ou par fax. Le site NOVEM propose également de nombreux liens renvoyant aux sites internationaux et nationaux en matière d'énergie. Certains liens sont accompagnés d'un commentaire décrivant l'intérêt du site, ce qui est un service pour l'utilisateur.

5.3 Evaluation de la mise en relation

La principale différence entre d'un côté ENET et de l'autre TEKES et NOVEM concerne la relation établie avec l'utilisateur. Nous l'avons relevé ci-dessus, les sites finnois et hollandais ont consacré beaucoup d'efforts à clairement indiquer qui ils sont, comment ils fonctionnent et comment entrer en relation avec eux. Du côté d'ENET, ce point n'est pas rempli.

Au niveau de la structure des sites, ENET ne présente pas la même qualité ergonomique et graphique. TEKES et NOVEM présentent des sites plus modernes, cohérents dans leur structure et leur layout, permettant une navigation facilitée. L'utilisateur est aidé dans ses choix, comme par exemple les parties dédiées aux listes de liens, où quelques mots donnent une première indication sur le contenu du site.

Au niveau graphique, TEKES se positionne clairement du côté de la technologie, les couleurs sont froides (blanc, bleu, rouge), les photos représentent des professionnels en action, autant d'éléments connotés symboliquement au monde de la technologie. NOVEM, quant à lui, se positionne plus du côté de la nature, tant au niveau des couleurs plus douces que du logo (un oiseau). ENET est difficilement identifiable, le logo n'étant pas représentatif et les couleurs variables (rouge, vert et jaune pour le logo et un graphique – ce qui pourrait être connoté au domaine thermique – rouge ou rouge et gris pour certaines pages).

Le site de NOVEM présente peu d'informations directement utilisables, contrairement à ENET qui propose de nombreuses informations (catalogue des publications, calendrier des manifestations, etc....).

Nous voyons ici la différence fondamentale entre ces deux sites, NOVEM se concentrant sur sa relation avec l'utilisateur et la compréhension du domaine de l'énergie et de l'environnement, ENET sur la transmission d'informations. TEKES remplit les deux pôles de la communication, à savoir une bonne relation avec l'utilisateur et une forte transmission d'informations. Pour ce dernier point, mentionnons la mise en ligne de tous les communiqués publiés dans le cadre du programme TEKES (classés par thème), ce qui offre une base de données d'informations très utile. A cette partie est rajoutée la liste de tous les professionnels et experts (avec leurs coordonnées) travaillant dans le domaine sélectionné, ainsi que les programmes y relatifs.

Si NOVEM se concentre sur son rôle de plate-forme d'échanges dans le domaine de l'énergie, TEKES va un peu plus loin en proposant des informations sur la Finlande. Cet élément nous montre que les concepteurs de ce programme sont tournés vers l'étranger, donc vers une coopération internationale. L'utilisateur étranger est donc intégré comme public-cible.

6 Conclusions

6.1 Sous l'angle de la communication

En préambule, soulignons que la stratégie de communication ENET ne définit pas des objectifs mesurables, atteignables, réalistes et situés dans le temps. Ces éléments manquants, il est relativement difficile d'évaluer si les objectifs ont été atteints. Notre conclusion portera donc essentiellement sur des appréciations qualitatives.

Si nous considérons le programme ENET du point de vue de l'information, nous pouvons estimer que l'offre est plutôt abondante et le flux d'informations régulier, grâce à l'utilisation de plusieurs supports interconnectés : un site Internet, un magazine, une base de données de documentation, des manifestations, un bulletin électronique, des relations médias. De plus, l'utilisation de l'outil interactif qu'est Internet permet également un accès qui va au-delà des contraintes de temps et d'espace. Ces outils permettent de toucher les différents publics-cible visés par la stratégie de communication d'ENET.

A un niveau cognitif, nous postulons une confusion entre l'identité de l'émetteur et l'image présentée ayant pour conséquence une perturbation de la communication. Dans un processus de communication, la compréhension d'une information est totalement déterminée par son contexte, dont l'identité de l'émetteur est un des éléments. En observant les différents outils d'ENET, nous constatons que l'identité de l'émetteur n'est pas toujours clairement présentée ou floue (comme dans le cas du site "energieforschung"), mais surtout pas située (à quel niveau de la structure de l'OFEN se situe ENET ?).

Nous pouvons également souligner que ENET fait partie des outils développés pour soutenir la politique énergétique de l'OFEN, donc sa politique de communication. Il est ainsi surprenant de ne trouver sur aucun support les messages de communication de Suisse Energie. La diffusion de messages publicitaires de Suisse Energie permettrait pourtant, non seulement d'augmenter l'impact de leur campagne de communication, mais de situer ENET au cœur même de la politique de l'OFEN.

Il est notable que les efforts de communication sont tournés vers la Suisse alémanique. Outre l'utilisation trop fréquente de l'allemand, c'est l'analyse des relations médias qui nous renforcent dans cette opinion. A part quelques exceptions, seuls les médias alémaniques relaient les informations liées à la R&D énergétique et aux projets pilote. Sans le soutien des médias, il est quasi-impossible d'amener une thématique à un certain niveau d'importance. Ce constat n'est pas seulement applicable au grand public, mais également aux décideurs. Ceux-ci s'informent en effet aux mêmes sources d'information que le grand public (sauf bien sûr pour les informations spécifiques à leur champ d'activité) et ils sont ainsi sensibles à ce qui est d'actualité. L'agenda médiatique est en effet créateur de réalité et constitue ainsi un puissant moteur de changement ou d'évolution. Pour que la R&D énergétique devienne un thème d'actualité et d'importance en Suisse romande, il est nécessaire de s'appuyer sur les médias romands.

6.2 Sous l'angle de l'analyse coûts-bénéfices

Comme nous avons cherché à le montrer tout au long de notre analyse des prestations d'ENET, l'analyse coûts-bénéfices varie beaucoup d'un cas à l'autre, d'une part en termes de faisabilité et d'autre part en termes de résultats. Cette diversité a pour conséquence de rendre difficile une analyse globale synthétique d'ENET pouvant répondre simplement à la question: est-ce que le million que coûte ENET est bien utilisé? La réponse varie d'une prestation à l'autre, sur deux plans:

- Dans certains cas l'analyse est difficile parce que nous n'avons pas examiné tous les éléments spécifiques des coûts réels de la prestation et de la mise en relation correspondante avec le budget alloué (ou avec d'autres recettes), car une analyse détaillée des coûts réels aurait dépassé le cadre de ce

mandat d'évaluation. Dans d'autres cas l'analyse était difficile faute d'une base adéquate de comparabilité avec des prestations similaires (par exemple comparer plusieurs magazines équivalents); enfin, dans certains autres cas encore, la prestation fonctionne sur un budget spécifique de cas en cas, devant au moins couvrir les dépenses, et nécessitant donc une analyse spécifique individuelle.

- Par ailleurs, pour la plupart des prestations et donc pour la plate-forme dans son ensemble, l'analyse ne peut pas se limiter au niveau opérationnel (est-ce que la qualité de la prestation justifie son coût?) mais elle doit aussi avoir lieu au niveau stratégique (est-il pertinent d'investir des fonds dans cet ordre de grandeur pour telle prestation, au regard de son utilité et de sa pertinence?).

De plus, le véritable "bénéfice" d'ENET se situerait au niveau de son impact sur le transfert technologique (commercialisation réussie de résultats de la recherche énergétique), ce qui est particulièrement difficile à mesurer. La seule mesure possible est de nature indirecte, en tenant compte des échos recueillis de la part des publics-cible concernés par le transfert, ce qui a été présenté auparavant.

Sur un plan global, et sans entrer dans des détails chiffrés, on peut arriver à la conclusion que ENET dispose d'un bilan plutôt favorable en moyenne sur le plan de la relation entre coûts et bénéfices. Toutefois, quelques facteurs qui ont un impact plutôt négatif sur ce bilan doivent être mentionnés et constituent des pistes de réflexion stratégique et d'amélioration:

- L'éclatement de la plate-forme en prestations entre lesquelles les potentiels de synergie et d'économies d'échelle ne sont pas pleinement exploités, tout en maintenant une structure commune en apparence, doit être certainement relevé. En termes de coûts, l'avenir passe soit par une plate-forme réellement commune et coordonnée, au service du transfert technologique, soit par une gestion autonome de chaque prestation, avec une coordination opérée depuis l'OFEN, en synergie avec les autres instruments de communication et de coordination en politique énergétique.

- Afin de faciliter à l'avenir une analyse coûts-bénéfices pertinente, un système de monitoring devrait être mis en place, prévoyant des objectifs opérationnels explicites pour chaque année, dont découlerait le budget. Dans la mesure où il s'agit d'un contrat de longue durée, avec des phases de fonctionnement courant et des phases d'investissement, une meilleure délimitation des flux financiers et de leur affectation, en particulier pour les prestations dont la mise en œuvre et/ou le résultat ne bénéficient pas exclusivement à ENET, ainsi qu'une séparation entre honoraires, frais de fonctionnement réguliers et frais d'investissement ponctuels, seraient souhaitables.

- Dès lors que la gestion des prestations ENET est confiée partiellement ou entièrement à une entreprise privée, le souhait d'y trouver aussi un bénéfice (ou au moins une couverture intégrale des frais) est tout à fait légitime, mais doit s'inscrire dans une démarche transparente et raisonnable, accompagnée d'un suivi des performances et des résultats. C'est pourquoi tout nouveau mandat à une entreprise privée (ou une organisation à but non-lucratif, par analogie) devrait se faire sur la base d'un contrat de prestations incluant des objectifs qualitatifs et/ou quantitatifs, ainsi que des indicateurs de résultat.

- Pour le cas particulier de projets de transfert technologique proprement dits, une solution passant par une mise en réseau de plusieurs acteurs privés ou associatifs actifs dans ce contrat paraîtrait plus performante qu'un contrat exclusif avec un seul bureau. Une mise en concurrence occasionnelle des différents bureaux ou organismes par appel d'offres peut compléter ce dispositif de cas en cas.

6.3 Constats généraux

L'aspect le plus complexe dans le cadre de la réalisation de ce mandat a été l'approche d'ENET dans son ensemble. L'analyse et l'évaluation spécifiques des différentes prestations proposées sont intéressantes et utiles dans une optique d'amélioration concrète et immédiate de ces prestations, mais

donne une vision segmentée d'ENET, ceci découlant de l'incapacité pour nos différents interlocuteurs de se prononcer sur une vision globale qui est censée sous-tendre ENET: mandat général, objectifs opérationnels, attentes, stratégies de mise en oeuvre, synergies entre prestations, monitoring, etc.

Les constats majeurs suivants ont nourri notre réflexion sur la formulation de recommandations sur un plan stratégique :

- L'évolution d'ENET est plus le résultat d'une accumulation de circonstances particulières et d'une évolution historique (changement de mandataire, nouvelles prestations proposées par les mandataires) que de demandes explicites de la part du mandant formel (OFEN), sur la base d'une stratégie évoluant selon un processus structuré et explicite.
- Les synergies potentielles entre les différents outils d'ENET sont actuellement sous-utilisées, et la cohérence entre les différentes prestations d'ENET n'est pas toujours apparente par rapport aux objectifs d'origine, indépendamment du fonctionnement de chaque prestation.
- Les publics-cible sont très divers et variés, ainsi que leur besoins et attentes, et nous n'avons pas constaté l'existence d'une réflexion structurée et suivie sur l'adéquation entre ces outils, les publics-cible et leurs besoins, sur la base d'une vue d'ensemble d'ENET.
- La notion de transfert technologique est censée être l'élément transversal à tous les outils de la plate-forme ENET dans la mesure où la finalité d'ENET est l'aboutissement du TT, mais cette dimension ne semble pas présente de manière explicite et cohérente, au même degré, dans les différentes prestations d'ENET.

Dès lors toute discussion sur l'avenir d'ENET devait s'orienter selon une approche en scénarios, impliquant des choix stratégiques préalables, avant de mettre en oeuvre des modifications opérationnelles sur les prestations actuelles.

Indépendamment du scénario retenu, tout mandat confié à un ou plusieurs mandataire(s) externe(s) devrait faire l'objet d'un véritable contrat de prestations, avec un suivi actif des performances.

Une question subsidiaire porte sur le maintien ou la suppression du label ENET à l'avenir. La réponse dépend bien entendu du scénario choisi ; si la volonté de l'OFEN est de conserver la plate-forme sous une forme ou une autre, un label spécifique comme celui d'ENET se justifie. Toutefois il est alors impératif de définir une stratégie cohérente de communication afin d'assurer une meilleure identification de la plate-forme dans son ensemble.

6.4 Développement de scénarios

6.4.1 Scénario 1 : statu quo amélioré

Les recommandations d'ordre opérationnel proposées dans le rapport visent une amélioration des prestations actuelles sans changement du contexte général d'ENET.

On présuppose que toutes les prestations perdurent sous leur forme actuelle, il s'agit donc d'un scénario de statu quo avec des améliorations ponctuelles, correspondant aux recommandations opérationnelles énoncées pour chaque prestation au chapitre 3. L'évaluation est utilisée pour améliorer ponctuellement les prestations sur la base des points de vue collectés, y compris sur le plan de l'adéquation entre le coût et le résultat. Ces ajustements sont directement liés aux prestations, et visent le ou les mandataires actuellement en charge de la réalisation de la prestation, sans remise en question fondamentale des mandataires.

6.4.2 Scénario 2 : Renforcement de l'axe Transfert Technologique

La prestation « Transfert Technologique » est la plus controversée, tant du point de vue du mandataire que des RD&CP de l'OFEN. Il faut reconnaître qu'organiser le transfert technologique proprement dit est une tâche particulièrement complexe et difficile, mais c'est aussi la plus importante et la plus productive.

Sur ce plan, nous avons constaté une insatisfaction presque générale, à la fois parce que la prestation tente de couvrir un besoin pas facile à définir et à mettre en oeuvre, et parce que le mandataire ENET ne parvient pas à répondre aux nombreuses attentes spécifiques en matière de TT. Nous avons pu constater que la définition même de ce qu'est censé être le TT sur le plan opérationnel variait selon les personnes et les circonstances.

Par ailleurs, les interlocuteurs « relais » et « chercheurs » ont également des besoins non-couverts actuellement par la plate-forme ENET en matière de TT.

D'autre part, le TT est un élément transversal à ENET puisque toutes les prestations contribuent, d'une manière ou d'une autre, à favoriser son aboutissement.

Le champ d'intervention est très vaste et il est très difficile qu'un seul mandataire puisse prendre en charge l'entièreté des domaines de la recherche là où une prestation de TT est nécessaire. Actuellement, le rôle de coordinateur (au sens d'interface et de centre de compétences) est attribué à ENET mais il est peu utilisé par les RD&CP de l'OFEN. ENET n'intervient plus que sur demande, et seule une minorité de ces RD&CP y font appel.

Nous proposons, dans ce scénario intermédiaire, le rapatriement du rôle de coordinateur du pôle TT au sein de l'OFEN et de développer une logique de travail en réseau plutôt qu'une logique de mandataire unique. Le collaborateur de l'OFEN ou un groupe opérationnel ad hoc, occuperait une fonction de « gate keeper », pour les RD&CP ou pour d'autres personnes identifiées (en particulier les chercheurs) pour l'accès à un réseau de mandataires potentiels. Les offres pourraient faire alors l'objet d'une mise en concurrence, l'avantage étant également d'élargir le potentiel de compétences techniques et thématiques qu'un seul bureau ne peut couvrir, aussi compétent et dynamique soit-il.

Dans cette optique, la notion de transfert technologique doit être définie de manière précise, quitte à admettre une diversité de méthodes et d'approches en fonction des thèmes et des cas, et une liste de mandataires potentiels devrait être envisagée. Ces éléments ne doivent cependant surtout pas être statiques. Dans ce sens, un groupe opérationnel qui mettrait régulièrement à jour la stratégie TT et sa mise en oeuvre, sur la base des expériences acquises et de l'évolution du réseau, serait un atout pour l'OFEN. Le cœur de ce groupe serait constitué de RD&CP et de quelques autres personnes qualifiées, par exemple des représentants de centres TT des hautes écoles.

De l'avis des acteurs externes, chercheurs et associations professionnelles, il existe un besoin en formation : qu'est-ce que le TT, comment y procéder, etc. Les fonctions des acteurs externes peuvent être très variées et il conviendrait de proposer des séminaires ou des formations en fonction de publics-cible très bien définis.

Le pôle « communication et transmission de l'information » (magazine, service de documentation, travail médias, etc.) peut être renforcé par le biais des recommandations opérationnelles. Une interaction suffisante doit être assurée avec le pôle TT tel que décrit ci-dessus.

En termes de gestion de ressources humaines, si la création de nouveaux postes à l'OFEN pour le pôle TT est considérée comme peu probable en termes budgétaires, il serait souhaitable d'étudier comment externaliser un peu plus certaines des tâches habituelles des responsables de domaine afin de dégager des ressources en faveur du TT (d'où l'enjeu de la formation dans ce domaine!).

Ce rééquilibrage en faveur du pôle TT, dans le cadre d'un budget d'ENET global stable, implique également une baisse du coût du pôle « communication et transmission de l'information ». Les presta-

tions peuvent soit être redéfinies et revues à la baisse (standards de publication plus légers pour ENET-News ; ...) en vue de diminuer leurs coûts, soit faire l'objet d'une nouvelle procédure d'appel d'offres en vue d'obtenir les mêmes prestations mais à un meilleur coût (adéquation coûts-résultats).

6.4.3 Scénario 3 : Rénovation complète de la plate-forme ENET

Ce scénario vise une redéfinition complète d'ENET sur la base des attentes et des besoins de l'OFEN.

La plate-forme ENET actuelle correspond-elle toujours à un besoin réel en termes d'investissement stratégique ? Pour répondre à cette question, l'OFEN doit clarifier ses attentes et les formuler de manière explicite, en tenant compte d'une part de l'expérience acquise d'ENET jusqu'à présent et, d'autre part, de l'évolution des priorités stratégiques de l'OFEN. De plus, cette remise en question devrait également viser une meilleure articulation avec les objectifs de communication du programme SuisseEnergie.

Les éléments décrits dans le scénario intermédiaire (renforcement de l'axe Transfert Technologique) sont repris dans ce troisième scénario qui implique également une redéfinition stratégique du pôle « communication et transmission de l'information » dans la réalisation des prestations (ENET-News, etc.).

Cette approche représente une coupure avec une évolution itérative basée sur des facteurs historiques, circonstanciels ou conjoncturels qui sont aujourd'hui à la base d'un projet devenu un « agglomérat » dont la cohérence et la pertinence ne sont plus garanties. Concrètement, une fois que l'OFEN a redéfini ses objectifs dans ce domaine, une procédure d'appel d'offres peut avoir lieu sur la base d'un cahier des charges correspondant. Il est évident que les mandataires actuels pourront postuler.

Bundesamt für Energie BFE

Worbentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern
Tel. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · office@bfe.admin.ch · www.admin.ch/bfe

BBL Bestellnummer 805.546.f / 09.03 / 100

Analyse de la plate-forme ENET

Annexes

Annexe 1 : Rapport d'analyse du questionnaire <i>ENET-News</i> ...	2
Annexe 2 : Rapport d'analyse du questionnaire <i>News-Ticker</i> .	40
Annexe 3 : Analyse du site ENET.....	49
Annexe 4 : Analyse du site « energy-research »	53
Annexe 5 : Analyse de la revue de presse 2001	56
Annexe 6 : Prise en compte de l'évaluation 1996.....	63
Annexe 7 : Liste des interlocuteurs.....	65

Annexe 1 : Rapport d'analyse du questionnaire *ENET-News*

Table des matières

1	Contexte	3
1.1	Objectifs généraux	3
1.2	Objectifs particuliers	3
1.3	La population cible	3
1.4	Elaboration et validation des questionnaires	3
1.5	Contenu du questionnaire	4
1.6	Mise en œuvre de l'enquête	4
1.7	Analyse des données	5
1.8	Analyse des données textuelles	5
1.9	Représentativité des réponses	5
2	Analyse des résultats	6
2.1	Les publics-cible du magazine	6
2.1.1	Le profil des répondants	6
2.1.2	A qui devrait s'adresser en priorité ENET-News ?	8
2.2	Les prestations d'ENET en général et la connaissance des prestations	10
2.2.1	Les canaux de diffusion d'ENET	10
2.2.2	Les sources d'informations privilégiées	11
2.2.3	Les catégories d'information	11
2.2.4	La fréquence d'utilisation des prestations et leur pertinence	12
2.2.5	A propos du bulletin électronique News-Ticker (commentaires)	15
2.2.6	Identification et communication ENET (commentaires)	15
2.3	L'usage des prestations de la plateforme ENET	16
2.4	Evaluation du bulletin ENET-NEWS	18
2.4.1	Les caractéristiques de la lecture du magazine	18
2.4.2	Impact de la lecture du magazine ENET-News	18
2.4.3	L'interaction entre les prestations d'ENET	20
2.4.4	Les appréciations sur le magazine	20
2.4.5	Présentation de ENET-News (commentaires)	21
2.4.6	Agencement du magazine (commentaires)	22
2.4.7	Contenu (commentaires)	22
2.4.8	Vulgarisation versus spécialisation (commentaires)	22
2.4.9	Traduction (commentaires)	23
2.4.10	Changement de formule	23
2.4.11	Rythme de parution et nombre de pages	24
2.4.12	Divers et remarques sur le questionnaire	24
3	Fréquences des réponses	25

1 Contexte

L'objectif du magazine *ENET-News* est d'informer le public-cible des programmes de l'OFEN sur la recherche et le développement soutenus par l'OFEN. Le magazine *ENET-News* publie des reportages, des rapports, des articles suggestifs, etc. sur l'ensemble du domaine de la recherche énergétique et de sa mise en pratique. Il constitue également un vecteur d'information sur le contexte international de la RD&D énergétique.

Les articles du magazine font référence aux activités des responsables de secteur et de programme. Le magazine est réalisé par la société BRO, en étroite collaboration avec les responsables de domaine et de programme de l'OFEN.

Le magazine est produit en deux langues, allemand et français. Le magazine contient 44 pages et traite une douzaine de programmes de l'OFEN par édition dans environ 16 articles, avec un programme prioritaire. La structure du magazine est calquée sur la structure de l'OFEN, ainsi les secteurs de l'OFEN sont les grands thèmes du magazine. Le magazine paraît trois fois l'an, le tirage est d'environ 5500 exemplaires, dont un peu plus de 1000 en français.

1.1 Objectifs généraux

L'enquête par questionnaire vise à atteindre les lecteurs et lectrices abonnés au magazine afin de mettre en exergue leur perception de la qualité (contenu et forme) de la prestation par rapport à leurs attentes ainsi que de proposer un questionnement plus global sur les autres prestations de la plateforme ENET.

1.2 Objectifs particuliers

Le questionnaire vise à récolter et à analyser les avis, les opinions et les suggestions des lecteurs et lectrices de *ENET-News* afin de restituer des constats pertinents sur la qualité du magazine et d'identifier les impacts en termes d'utilisation de l'information. Il cherche également à explorer plus finement les éléments constitutifs de la satisfaction des lecteurs ou de leur insatisfaction : quelles insatisfactions, sur quoi, provoquées par quoi et adéquation en termes d'attente et de besoin des lecteurs et lectrices.

1.3 La population cible

La population visée par l'enquête par questionnaire est composée des lecteurs et lectrices du magazine *ENET-News*. La base de données des abonnés est gérée par la société Temas AG. Ce fichier d'adresses utilisé, pour l'envoi du magazine, ne contient pas de données socio-démographiques spécifiques permettant de catégoriser les différents publics-cible.

1.4 Elaboration et validation des questionnaires

Le travail de définition des objectifs, essentiel pour la formulation adéquate des questions, a été réalisé sur une base documentaire et après discussion avec le groupe d'accompagnement. Ce dernier a validé le questionnaire.

1.5 Contenu du questionnaire

Le questionnaire vise l'identification des perceptions et des avis des lecteurs et lectrices à propos du magazine et de la plateforme ENET plus généralement.

Les questions posées sont principalement de type fermé (échelles de valeur et d'appréciation) ou des réponses à choix multiples. Le questionnaire se trouve en annexe en fin de rapport.

Les questions traitent les thèmes suivants :

- Éléments de "mise en situation" : questions pour identifier les différents canaux d'information utilisés par les lecteurs, questions relatives à la connaissance des différentes prestations de la plateforme ENET.
- Perspectives d'utilisation des prestations ENET : questions pour déterminer les types d'utilisation des informations diffusées par ENET en vue de les mettre en exergue en regard des différents publics-cible.
- Image et perceptions du magazine *ENET-News* : questions sur la qualité du magazine (forme et contenu), sur l'amélioration par rapport à l'ancienne version, afin de faire un bilan de la satisfaction des lecteurs et lectrices.
- Evaluation de l'effet de l'information diffusée : questions visant à comprendre si le magazine contribue à améliorer la connaissance en la matière et à influencer le comportement des lecteurs et lectrices.
- Définition des publics-cible : questions sur l'identification des répondants, cartouche identité-profil pour collecter des informations permettant de définir les publics-cible (activité professionnelle, extra-professionnelle, position hiérarchique et lieu de travail).
- Proposition d'amélioration : questions ouvertes permettant aux sondés de s'exprimer librement ou de formuler des propositions d'amélioration et une question sur la pertinence du questionnaire lui-même.

1.6 Mise en œuvre de l'enquête

Le questionnaire a été inclus dans l'envoi du magazine numéro 53 le 9 décembre 2002, il a ainsi été proposé à tous les abonnés (5588 personnes ont reçu le questionnaire). Le choix de la langue (allemand / français) a été effectué sur la base du fichier d'adresses géré par la société Temas AG¹. Une enveloppe-commerciale réponse a été fournie. D'autre part, le questionnaire a été élaboré sous forme électronique pour permettre à ceux qui le désiraient de répondre via Internet. Le délai de réponse a été fixé au 12 janvier 2003.

Un rappel (bilingue) a été effectué le 6 janvier via le News-Ticker² en proposant l'URL des enquêtes pour permettre de remplir le questionnaire en ligne. Cette procédure de rappel a été choisie pour limiter les coûts, le nombre d'abonné au service News-Ticker est nettement inférieur à celui du magazine. Le rappel n'a ainsi touché qu'une petite partie des abonnés au magazine. Une trentaine de personnes supplémentaires ont répondu suite à ce rappel.

¹ Principal mandataire du projet ENET.

² ENET News-Ticker est un bulletin électronique envoyé par e-mail à 1900 abonnés environ.

Les réponses envoyées par voie postale ou par le biais Internet ont été prises en compte jusqu'au 23 janvier 2003. A cette date, 577 questionnaires ont été retournés. Le taux de réponse s'élève à 10.3%.

1.7 Analyse des données

Pour l'analyse de données, nous avons procédé en cinq étapes :

1. « Toilettage » des données et recodage
2. Production des fréquences (en annexe)
3. Analyse des non-réponses
4. Etablissement de la liste des variables dépendantes et indépendantes
5. Analyses bivariées

Le toilettage des données a été effectué à l'aide d'une série de tests de cohérence sur les réponses. Nous avons ensuite effectué un recodage de certaines variables pour leur analyse. Le lecteur trouvera toutes les fréquences des réponses en annexe.

Une analyse des non-réponses aux différentes questions nous a montré que leur pourcentage a été très élevé sur les questions relatives aux prestations de la plateforme ENET autres que le magazine *ENET-News* (notamment service des publications, News-Ticker et service des manifestations). Ceci laisse penser que les lecteurs d'*ENET-News* ne sont pas forcément des usagers des autres prestations ; ne les connaissant pas ils n'ont ainsi pas pu donner leur avis. Ce sont les mêmes personnes qui n'ont pas répondu aux questions de l'utilisation et de la pertinence des différentes prestations, il y a ainsi une bonne cohérence interne des réponses sur ce plan.

Pour les questions relatives au magazine, le pourcentage de non-réponses est assez faible, ceci laisse penser qu'aucune question n'a été problématique pour les répondants. Le lecteur intéressé trouvera les nombres et pourcentages de non-réponses dans l'annexe des fréquences.

1.8 Analyse des données textuelles

Le traitement des questions ouvertes a été effectué à l'aide d'un logiciel d'analyse lexicale. Ce dernier permet la recherche automatique des concordances et des vocabulaires spécifiques pour aboutir à une approximation lexicale par le calcul de la fréquence d'apparition des mots en vue de quantifier le texte. Une nouvelle variable dépendante est ainsi créée et peut être analysée en regard de variables indépendantes.

Une fois la sélection des mots les plus fréquemment utilisés dans le lexique, le logiciel permet d'observer les mots « pivots » utilisés juste avant ou juste après dans le texte des répondants. Cette phase permet de s'assurer de la bonne compréhension du mot dans son contexte et de lister les réponses par catégories.

1.9 Représentativité des réponses

Il ne nous a pas été possible de vérifier la représentativité de l'échantillon notamment par rapport aux catégories professionnelles des répondants puisque cette donnée n'était pas disponible dans la base de données adresses.

En ce qui concerne les régions linguistiques, les romands sont légèrement surreprésentés et les alémaniques sous-représentés.

2 Analyse des résultats

2.1 Les publics-cible du magazine

- Cette section définit le profil des répondants au questionnaire et vise à donner des indications sur l'adéquation entre le message et le récepteur (public-cible).

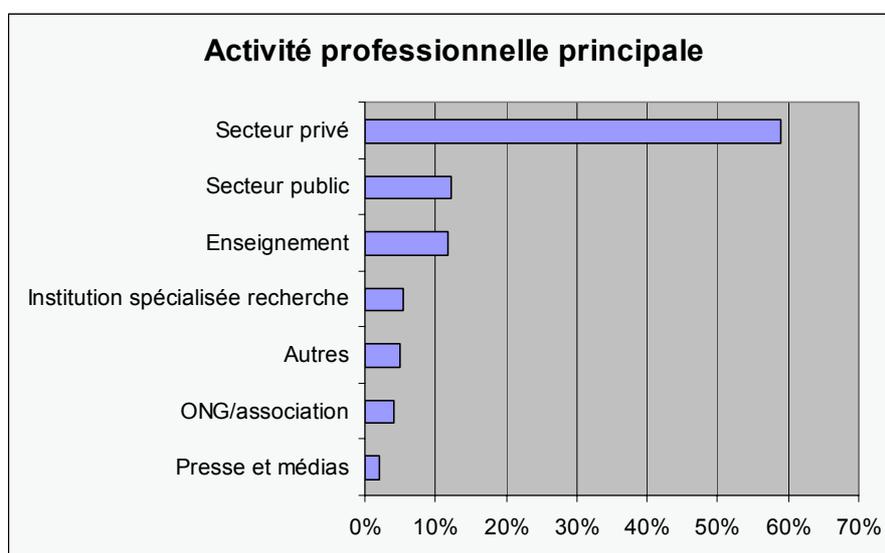
Le magazine s'adresse aux publics-cible suivants : collaborateurs OFEN, services cantonaux, professionnels des branches concernées et associations professionnelles, instituts de recherche et universités, médias, ainsi que toutes personnes intéressées. Les abonnés du magazine sont ainsi d'origines diverses et variées.

Rappelons que le fichier d'adresses des abonnés ne contient pas d'informations permettant de différencier les catégories socio-professionnelles des publics-cible.

2.1.1 Le profil des répondants

Les répondants de notre échantillon sont principalement actifs dans le secteur privé, leur répartition en termes d'activité professionnelle est la suivante :

Figure 1 : activité professionnelle des répondants



La moitié des répondants sont impliqués d'une manière ou d'une autre dans la société civile. Parmi ceux-ci, nombre d'entre eux sont actifs dans une association professionnelle ou une organisation non-gouvernementale (ONG). Il s'agit donc d'un public particulièrement averti.

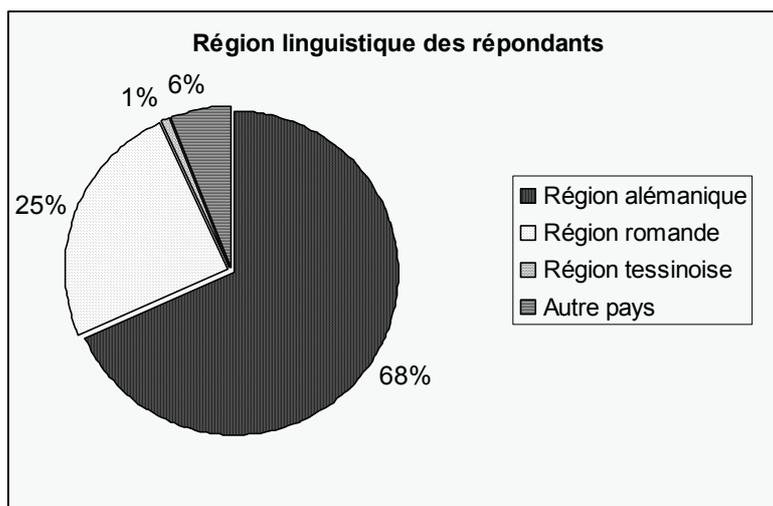
Figure 2 : type d'activité extra professionnelle

	Nb. cit.	Fréq.
Association professionnelle	134	46.4%
Organisation non gouvernementale	76	26.3%
Conseil communal	27	9.3%
Enseignement comme activité annexe	11	3.8%
Activité politique (autre que parlements)	6	2.1%
Parlement cantonal	3	1.0%
Parlement fédéral	1	0.3%
Autres	31	10.7%
TOTAL CIT.	289	100%

La répartition linguistique des répondants correspond plus ou moins à la répartition habituelle. Par rapport au fichier d'adresses pour l'envoi, les répondants de la région romande sont légèrement surreprésentés dans notre échantillon.

En ce qui concerne les autres pays, il s'agit principalement de personnes travaillant dans les pays germanophones (Allemagne, Autriche, Liechtenstein).

Figure 3 : région linguistique



Enfin, la question du type d'emploi ou de la position hiérarchique des répondants montre qu'une majorité de répondants sont indépendants.

Figure 4 : niveau hiérarchique des répondants

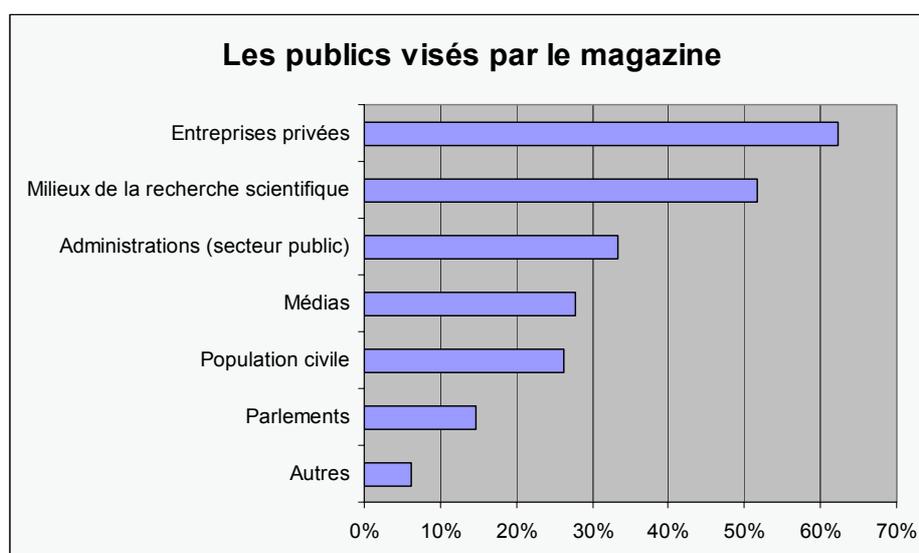
	Nb. cit.	Fréq.
Indépendant	160	27.7%
Cadre moyen ou similaire	147	25.5%
Cadre supérieur ou similaire	114	19.8%
Employé ou similaire	108	18.7%
Etudiant ou similaire	6	1.0%
Non-réponse	42	7.3%
TOTAL OBS.	577	100%

2.1.2 A qui devrait s'adresser en priorité ENET-News ?

Afin de déterminer si le lecteur a le sentiment que le magazine lui est effectivement destiné, une question indirecte a été posée : selon eux, à qui s'adresse en priorité *ENET-News* ?

On observe dans la figure ci-dessous que les répondants mettent l'accent sur les catégories « entreprises privées » et « milieux de la recherche » ; toutefois les catégories « administrations », « médias » et « population civile » collectent aussi de nombreuses voix.

Figure 5 : les publics-cible



Le tableau suivant donne en ligne l'origine des répondants et en colonne les publics qui, selon les répondants, devraient être visés en particulier.

On observe que la concordance entre l'activité professionnelle des répondants et le public auquel devrait s'adresser le magazine est bonne. On peut en déduire que les lecteurs et lectrices du magazine estiment en général que le magazine leur est adressé.

Figure 6 : adéquation du public abonné et prioritaire

	Administrations	Médias	Milieus de la recherche scientifique	Entreprises privées	Parlements	Population civile
Secteur public	64.80%	18.30%	35.20%	59.20%	11.30%	29.60%
Presse et médias	50.00%	75.00%	58.30%	41.70%	25.00%	16.70%
Institution spécialisée recherche	21.90%	28.10%	37.50%	53.10%	18.80%	40.60%
Enseignement	25.00%	35.30%	69.10%	42.60%	14.70%	29.40%
ONG/association	43.50%	47.80%	69.60%	34.80%	30.40%	30.40%
Secteur privé	30.00%	25.30%	51.50%	70.60%	13.80%	22.40%

La rubrique des commentaires libres donne des indications intéressantes en prolongement de ce tableau. Une série de remarques sont formulées à l'égard de l'équilibre des thèmes traités et du niveau de spécialisation de leur contenu. Il s'agit de la catégorie des chercheurs qui ne se reconnaissent pas dans cette publication trop vulgarisée à leur avis. Le tableau ci-dessous démontre d'ailleurs ce phénomène.

Un autre groupe de répondants estiment qu'*ENET-News* ne leur est pas destiné ; les professionnels de la branche de la construction, architectes et entrepreneurs-constructeurs. Ces derniers sont d'avis qu'*ENET-News* correspond aux besoins de grandes entreprises ainsi qu'aux chercheurs et qu'il devrait exister une revue destinée à promouvoir l'application des innovations par les professionnels de la construction ou du moins qu'une rubrique de *ENET-News* leur soit plus directement consacrée.

2.2 Les prestations d'ENET en général et la connaissance des prestations

- Cette section permet d'identifier les canaux d'information utilisés par les lecteurs pour repérer l'existence d'ENET et la connaissance qu'ont les lecteurs d'ENET-News des autres prestations de la plateforme ENET.

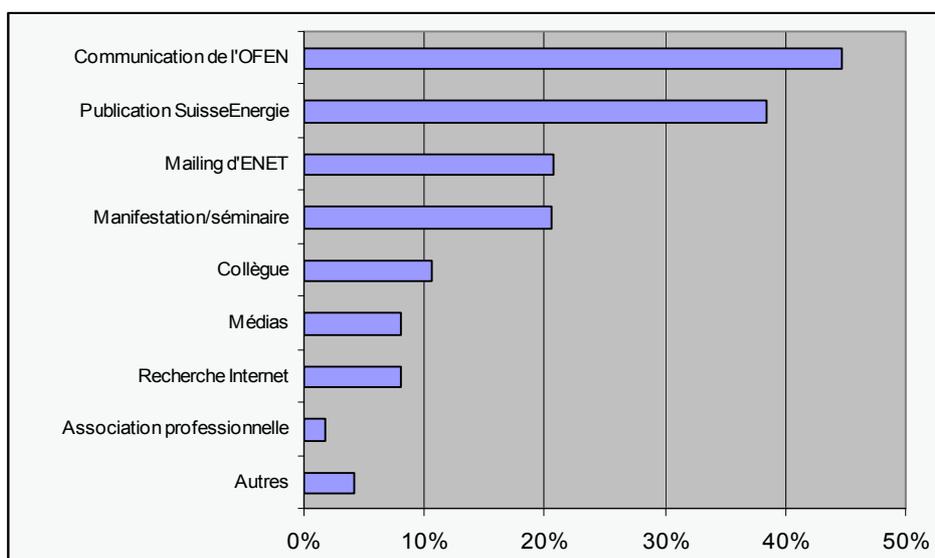
2.2.1 Les canaux de diffusion d'ENET

Un des objectifs particuliers de la plateforme ENET est de favoriser la diffusion et les applications pratiques des nouvelles technologies ; pour ce faire il est nécessaire que les publics-cible aient accès à l'information.

Le graphe ci-dessous illustre que l'effort de diffusion de l'information de la part de l'OFEN est bon puisque la plupart des répondants au questionnaire ont pris connaissance des prestations d'ENET par ce biais, qu'il s'agisse d'une communication ad hoc ou par le biais du programme SuisseEnergie.

Signalons que les médias ainsi que la recherche sur Internet ne contribuent que pour une faible part à l'information des publics de l'existence d'un réseau d'information (ces deux canaux seulement sont cités par 8% des répondants).

Figure 7 : les divers canaux de connaissance du réseau ENET



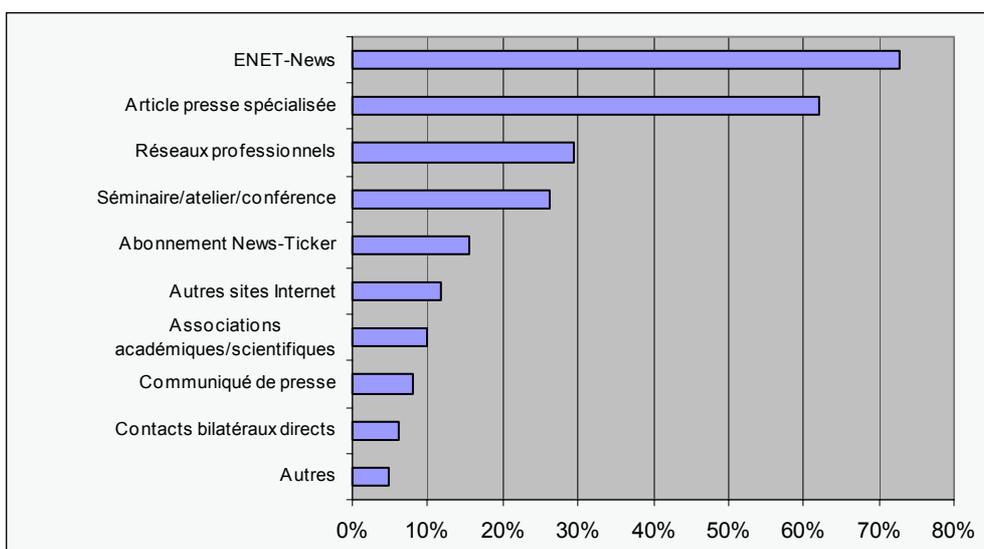
Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (3 au maximum).

2.2.2 Les sources d'informations privilégiées

Parmi les items proposés figurait le magazine *ENET-News* afin que la liste soit complète, il est ainsi normal que cette source soit citée par près de trois quarts des répondants, tous abonnés au magazine.

La figure ci-dessous illustre un point plus intéressant, les articles de la presse spécialisée sont cités par près de deux tiers des répondants. Cette indication n'est pas négligeable dans la mesure où l'une des prestations de la plateforme ENET (Travail de presse) consiste à placer des articles sur les installations pilote et de démonstration dans les presses spécialisée et grand public. On peut donc déduire que cette prestation a une réelle utilité.

Figure 8 : Les sources d'information préférées



Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (3 au maximum).

2.2.3 Les catégories d'information

Trois catégories-type ont été proposées aux lecteurs du magazine afin de distinguer les attentes en termes de contenu : « informations concernant l'énergie en général », « information concernant la recherche énergétique » et « information concernant le transfert de technologie : Installations pilotes et démonstration ». Ces catégories-type ont pour but d'investiguer les attentes des lecteurs.

La moitié des répondants s'intéresse en priorité aux informations sur l'énergie en général et l'autre moitié se répartit entre les deux catégories plus spécifiques³.

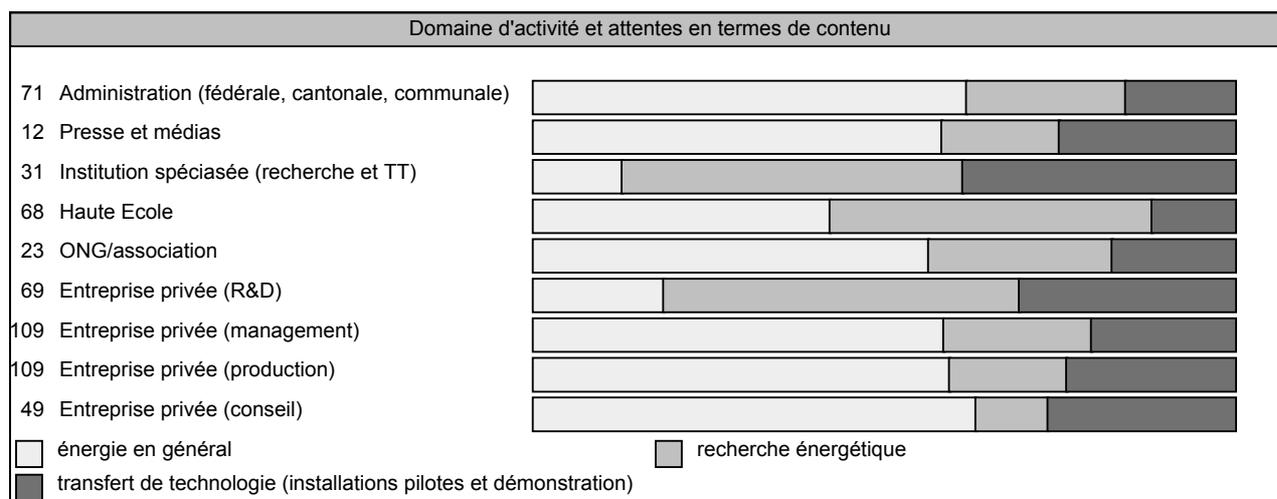
Dans le détail, on observe une prédominance des répondants de la région romande (et Tessin) pour la catégorie « Installations pilotes » et de répondants des pays étrangers pour la catégorie « recherche énergétique ».

³ énergie en général 50%; recherche énergétique 28%; transfert de technologie - installations pilotes et démonstration 22%

Le tableau suivant montre la répartition des attentes en fonction du domaine d'activité des répondants. On observe que les répondants des catégories « Institutions spécialisées et Entreprise privée (R&D) » sont avant tout intéressés par une information de type spécifique ayant trait à la recherche énergétique et au transfert de technologie, alors que les autres publics portent leur attention sur le domaine de l'énergie en général.

Cet élément est intéressant dans la mesure où il permet de vérifier que le public cible visé par *ENET-News* n'est pas exclusivement composé des spécialistes du domaine de la recherche mais comprend également des professionnels voire des consommateurs intéressés par la problématique au sens large.

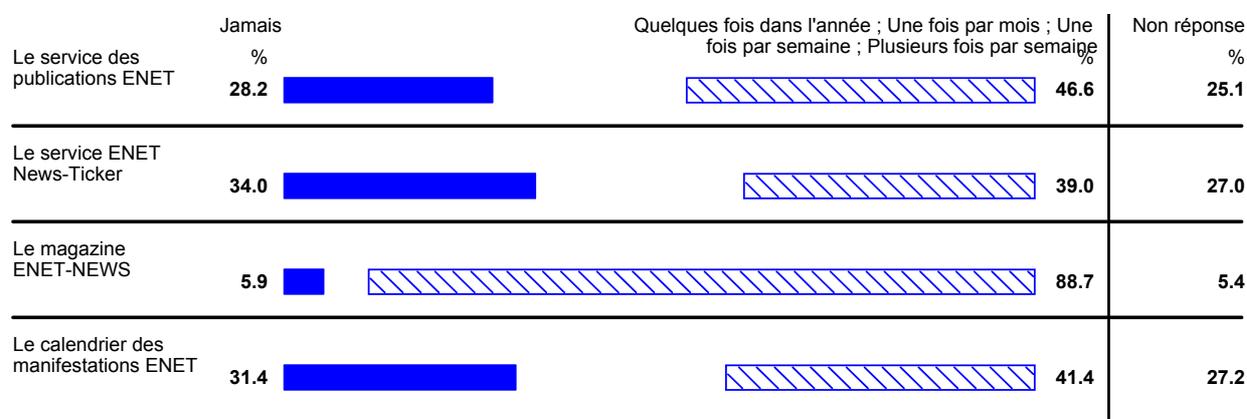
Figure 9 : le domaine d'activité des répondants et leurs attentes



2.2.4 La fréquence d'utilisation des prestations et leur pertinence

Les questions sur la fréquence d'utilisation et sur la pertinence des prestations de la plateforme ENET ont pour objectifs de mettre le répondant en situation par rapport aux différents outils de cette plateforme et d'appréhender l'interconnexion entre les outils.

Figure 10 : la fréquence d'utilisation des prestations ENET

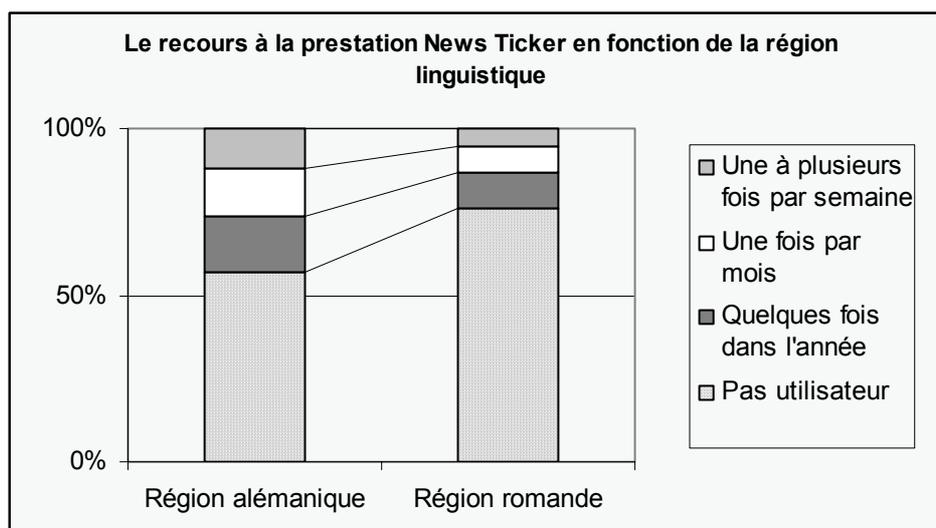


Une première remarque concerne les prestations autres qu'*ENET-News*⁴ : le taux de non-réponse est très élevé (un quart des répondants) et sur ces trois prestations, la modalité « jamais » a été cochée par environ 30% des répondants. Nous avons fait l'hypothèse que les non-réponses peuvent être assimilées à la modalité « jamais » et ont peut donc en déduire que les lecteurs d'*ENET-News* ne font pas, pour une majorité, recours aux autres prestations de la plateforme ENET.

Une deuxième remarque porte sur la fréquence d'utilisation des prestations. A nouveau, à l'exception du magazine qui paraît trois fois par an, les autres services sont soit hebdomadaires (News-Ticker), soit disponibles en tout temps puisqu'en ligne sur le site Internet. On constate que la fréquence du recours à ces prestations est relativement faible. En ce qui concerne les News-Ticker, parmi les utilisateurs⁵, un quart consulte effectivement ce service chaque semaine. Pour le service des publications et le calendrier des manifestations, plus de deux tiers des répondants-utilisateurs en font un usage seulement quelques fois dans l'année.

Dans le détail, si l'on considère les non-réponses et les modalités « jamais », on observe la prédominance des répondants de la région romande pour le service de publication et pour le service News-Ticker. Ceci n'est pas surprenant puisque ces deux services sont quasi exclusivement proposés en allemand.

Figure 11 : News-Ticker et région linguistique des répondants



En ce qui concerne la pertinence des différentes prestations ENET, le taux de non-réponses est élevé à l'instar de celui relevé par rapport à la fréquence d'utilisation des prestations : entre 38% et 42% de non-réponses à la question de la pertinence (pour les prestations autres que *ENET-News*). En effet, les personnes qui n'ont pas répondu à la question de la fréquence d'utilisation des prestations n'ont pas non plus répondu à celle sur la pertinence.

⁴ News-Ticker, Service des publications, Calendrier des manifestations.

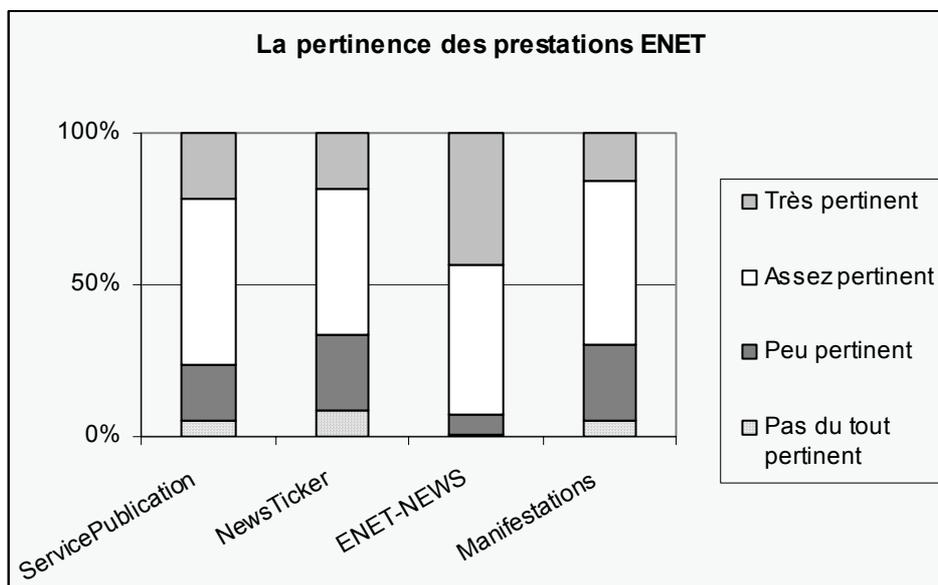
⁵ non-réponses et modalité « jamais » non comprises.

Figure 12 : la pertinence des prestations ENET

	Pas du tout pertinent ; Peu pertinent		Assez pertinent ; Très pertinent		Non réponse
	%		%		%
Le services des publications ENET	14.6			47.3	38.1
Le service ENET News-Tiker	19.2			37.6	43.2
Le magazine ENET-NEWS	6.4			84.2	9.4
Le calendrier des manifestations ENET	18.7			42.8	38.5

Le tableau suivant montre que parmi les utilisateurs⁶, les prestations sont jugées pertinentes dans leur ensemble. Le magazine *ENET-News* récolte en particulier une opinion très positive de la part des lecteurs.

Figure 13 : La pertinence des prestation pour les utilisateurs



⁶ Les non-réponses et la modalité « jamais » de la question sur l'utilisation ont été supprimées.

2.2.5 A propos du bulletin électronique News-Ticker (commentaires)

Une grande partie des commentaires incluent des remarques sur la prestation News-Ticker. Les critiques portent principalement trois points : la présentation, le rôle et la langue du bulletin électronique.

Le format des News-Ticker est considéré comme peu attractif et pas clair ce qui contribue à diminuer l'utilisation par les abonnés des informations transmises par ce vecteur. Les répondants ne se contentent pas de signaler la confusion mais font des propositions concrètes d'amélioration pour structurer différemment l'information : introduire des sous-titres comme par exemple « nouveaux rapports, indications bibliographiques importantes, indications sur les nouvelles technologies, etc. ».

Les répondants francophones s'estiment oubliés et souhaitent que le bulletin électronique soit traduit en français ou en anglais. Par ailleurs, l'axe germanophone du bulletin a un autre désavantage : les exemples et les applications qui sont réalisés en Suisse romande ou dans les pays francophones ne sont pas relatés.

Le rôle du service News-Ticker est obscure pour certains répondants du fait qu'il n'y pas de ligne clairement explicitée pour le choix des thèmes et des sujets abordés.

2.2.6 Identification et communication ENET (commentaires)

Plusieurs remarques libres ont été émises au sujet de l'identité ENET et de la relation entre le lecteur et ENET. Des questions sont posées par les lecteurs : que veut dire l'acronyme ENET ? qui sont les personnes ou les services qui font ENET ? et que veut ENET ?

Des commentaires sont aussi formulés sur le nom lui-même : « Le nom ENET n'est pas assez convaincant ».

Certains lecteurs relèvent le manque d'interaction directe avec la « clientèle ENET », diverses suggestions sont avancées pour y remédier. Tout d'abord améliorer les possibilités d'entrer en contact avec les rédacteurs, pour permettre de prolonger le contact et d'approfondir un sujet si nécessaire. L'adresse électronique des contacts cités dans les articles est souhaitée par les lecteurs (particulièrement dans les articles explicitant des éléments pratiques).

Les lecteurs sollicitent la création d'une liaison entre eux et les auteurs des articles ; ainsi la création d'une page « courrier des lecteurs » pour leur donner la parole. Enfin, une proposition va plus loin et concerne la création d'un forum "entièrement ouvert" sur le site Internet pour discuter de toutes les questions d'énergie.

Certains répondants se demandent comment ils pourraient soumettre des articles de presse, et le cas échéant, quels sont les critères de sélection de la rédaction. Ils demandent également de quelle façon sont sélectionnés les thèmes prioritaires.

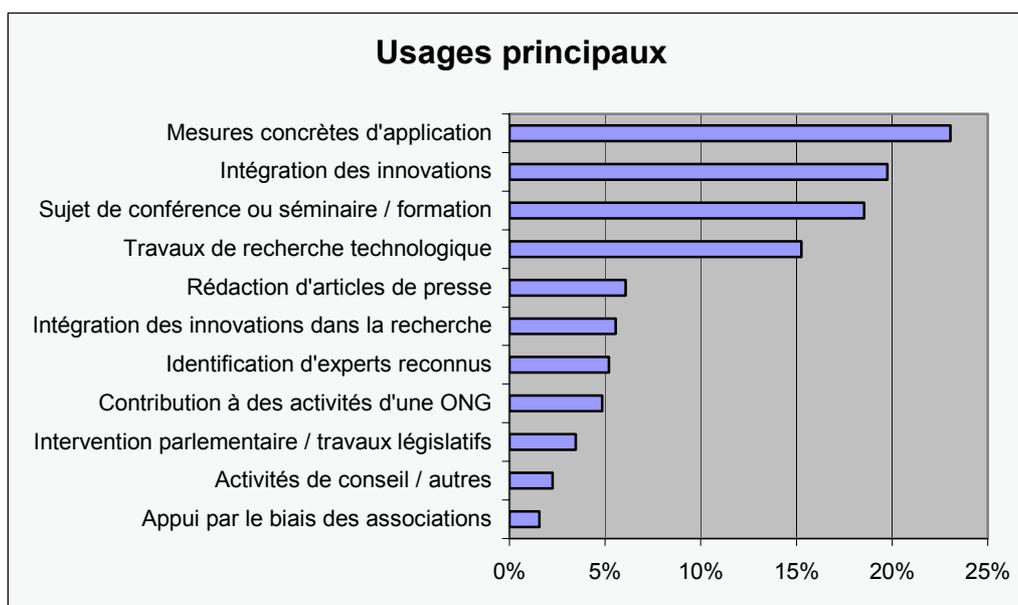
2.3 L'usage des prestations de la plateforme ENET

- Cette section vise à identifier à quelles fins les lecteurs utilisent les informations diffusées par ENET et dans quel cadre, ainsi que de mettre en exergue ces utilisations en regard des différents publics-cible.

L'information personnelle est un élément cité par plus de 8 répondants sur 10, il est donc primordial pour les répondants d'avoir un ou des outils qui leur permettent d'enrichir leurs propres connaissances même si la matière est en dehors de leur champ d'activité. Les commentaires libres donnent une précision sur ce point : les répondants apprécient d'avoir un regard et des informations qui couvrent l'ensemble de la matière et qui ne se cloisonnent pas à leur propre champ d'activité.

Les modalités autres que « information personnelle » sont listées dans la Figure 14 dans l'ordre d'importance.

Figure 14 : les principales utilisations



On observe que les deux premières catégories⁷ concernent une utilisation concrète des informations et révèlent un effet du transfert technologique : les informations transmises par le biais des prestations ENET contribuent à modifier les pratiques et sont réellement intégrées dans l'activité économique.

La modalité « appui aux professionnels par le biais des associations professionnelles » a été proposée dans le but de savoir si ces associations pouvaient être considérées comme un acteur « relais » de l'information. Sur la base des réponses obtenues par le biais de l'enquête, on constate que les répondants n'utilisent que très peu ENET dans ce but.

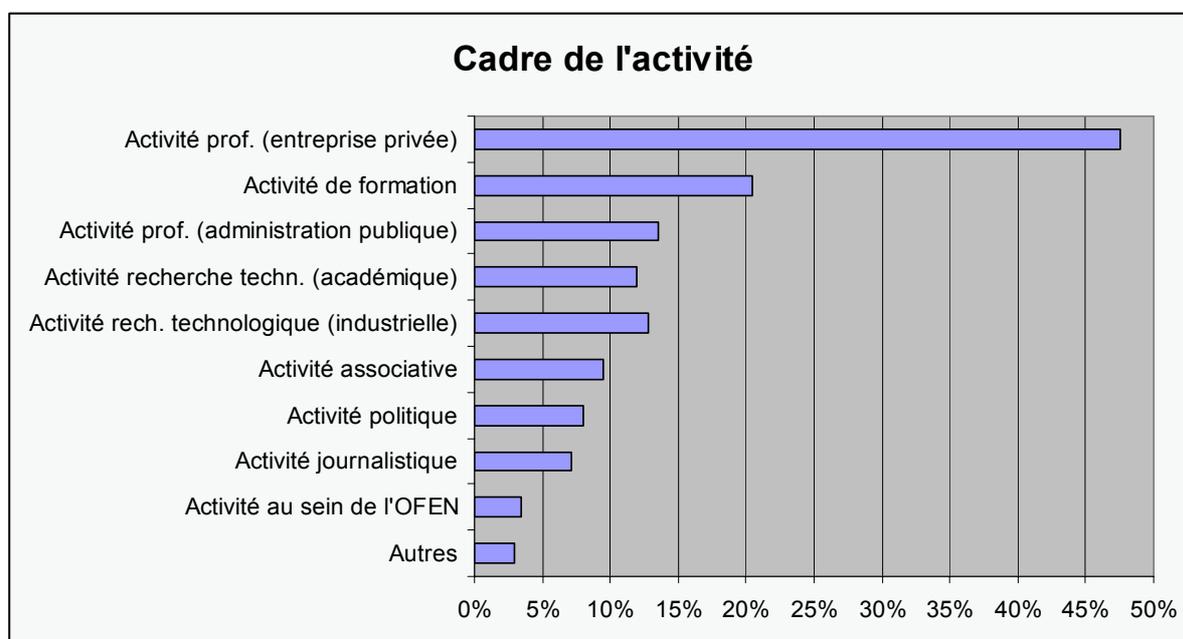
⁷ pourcentage calculé sur le nombre de citations

La modalité « activités relatives aux travaux législatifs / interventions parlementaires » a récolté peu de voix.

Afin de compléter les différents usages potentiels des prestations ENET, les répondants ont cité le cadre dans lequel ils en font usage. A l'instar du type d'utilisation, le cadre le plus cité est l'intérêt personnel (plus de 6 répondants sur 10 l'ont cité).

Si l'on ne tient compte que des modalités autres que l'intérêt personnel, il ressort que près de la moitié⁸ des répondants utilise les prestations d'ENET dans le cadre d'une activité professionnelle de type entreprise privée. Bien que les répondants soient près de 60% à avoir une activité professionnelle dans le secteur privé⁹, cette utilisation concrète tend à renforcer la remarque sur l'impact en termes de transfert technologique émise dans le paragraphe précédent. Les informations transmises par la plateforme ENET sont utilisées à des fins d'intégration des innovations dans l'activité économique et sont appliquées concrètement.

Figure 15 : le cadre de l'utilisation des prestations



⁸ calculé sur le nombre de citations

⁹ cf. 2.1 Les publics-cible du magazine

2.4 Evaluation du bulletin ENET-NEWS

- Le questionnaire a été inséré dans l'envoi du magazine lors de la parution du numéro de décembre 2002. Parmi les différentes prestations d'ENET, c'est donc en priorité le magazine qui est visé par l'évaluation.
- Cette section est centrée sur l'évaluation de la qualité du magazine (forme et contenu) et sur l'amélioration par rapport à l'ancienne version, afin de faire un bilan de la satisfaction des lecteurs et lectrices et de l'impact de l'information diffusée.

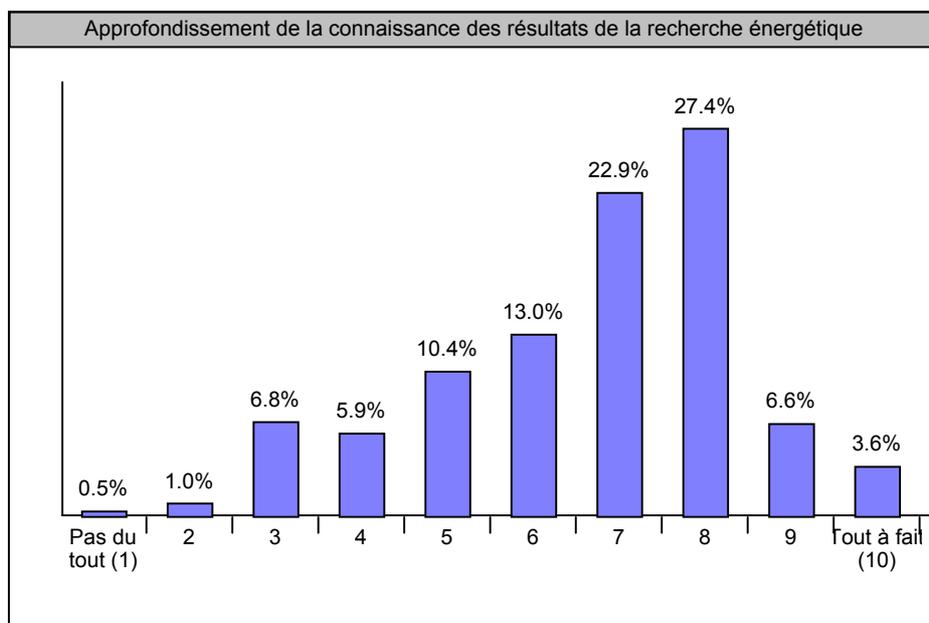
2.4.1 Les caractéristiques de la lecture du magazine

Les répondants font une lecture assidue et sélective du magazine. La lecture se fait de préférence à la maison, enfin plus de 8 personnes sur 10 lisent le magazine régulièrement en choisissant des articles correspondants à leur intérêt.

2.4.2 Impact de la lecture du magazine ENET-News

Pour une grande majorité des répondants la lecture du magazine *ENET-News* a des effets perceptibles. Les informations transmises par ce vecteur permettent aux lecteurs d'approfondir leur connaissance des résultats de la recherche énergétique : sur cet aspect la moyenne des notes attribuées est de 6.64¹⁰ et la distribution est détaillée dans la figure suivante.

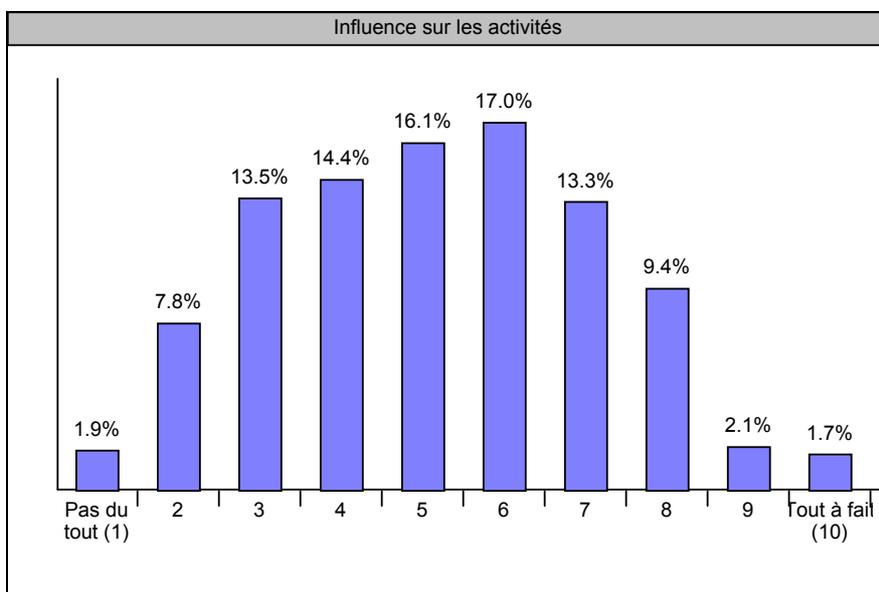
Figure 16 : impact sur la connaissance



¹⁰ Les paramètres sont établis sur une notation de « Pas du tout » (1) à « Tout à fait » (10), écart-type : 1.84

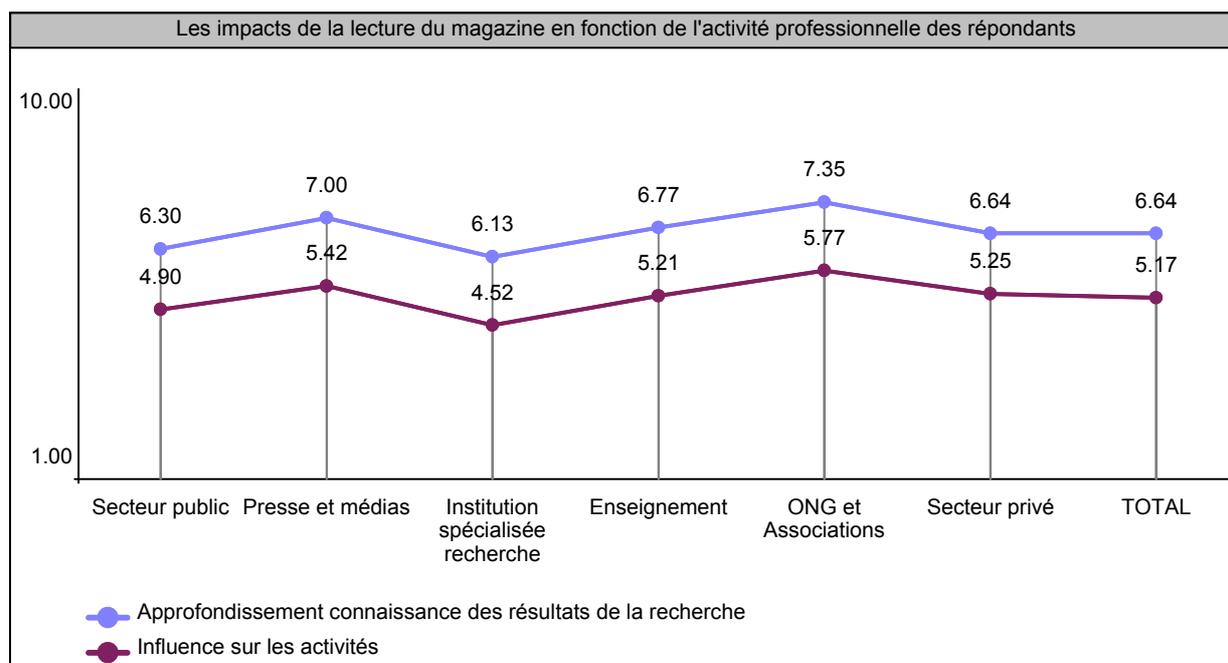
En ce qui concerne la mise en pratique de ces connaissances, les répondants sont un peu plus sceptiques, la moyenne des notes attribuées est de 5,17¹¹ et la distribution est la suivante :

Figure 17 : impact sur les activités



Le graphe ci-dessous illustre les moyennes attribuées en fonction de l'activité professionnelle des répondants. On constate que les chercheurs (répondants dont l'activité principale est la recherche) sont plus sévères notamment quant à la capacité, pour un magazine de ce type, d'influencer leurs activités.

Figure 18 : impacts en fonction de l'activité professionnelle



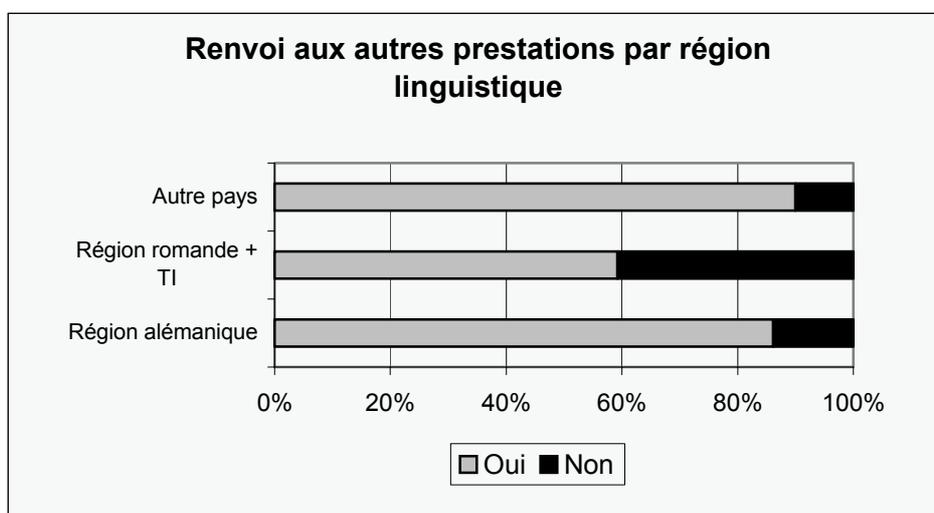
¹¹ Ecart-type : 2.02

2.4.3 L'interaction entre les prestations d'ENET

Les réponses à la question de l'interaction entre les diverses prestations sont intéressantes : deux tiers des répondants affirment que la lecture d'*ENET-News* les a renvoyé aux autres prestations de la plateforme ENET. Ainsi le lien entre les différents services de la plateforme semble être garanti, notamment dans le sens magazine versus autres prestations.

Si l'on considère les réponses négatives, le sous-groupe des répondants de la région romande est prédominant. Les commentaires libres apportent un éclairage sur cet élément, les romands regrettent que l'information transmise via News-Ticker soit quasi exclusivement en allemand. A nouveau, il s'agit d'un problème linguistique plus que d'un problème de qualité des prestations.

Figure 19 : interaction entre les diverses prestation par région linguistique



2.4.4 Les appréciations sur le magazine

Concernant la satisfaction des abonnés, une remarque liminaire s'impose : un grand nombre de commentaires libres contiennent, outre des suggestions diverses, des félicitations tant sur le contenu que sur la forme du magazine.

Les lecteurs et lectrices sont nombreux à penser que la qualité de son contenu est très bonne et ils souhaitent que *ENET-News* perdure sous sa forme actuelle. Par ailleurs, les abonnés soulignent l'engagement de la rédaction en faveur de technologies innovatrices et du domaine de l'énergie renouvelable.

Divers éléments du magazine ont été soumis à l'appréciation des lecteurs. Le baromètre¹² de satisfaction représenté dans la Figure 20 montre que les répondants sont extrêmement positifs et aucun élément n'est à considérer comme problématique.

Figure 20 : la satisfaction des lecteurs et lectrices



Les appréciations des répondants ont souvent été complétées par des commentaires libres, les paragraphes ci-après donnent un prolongement qualitatif au degré de satisfaction exprimé ainsi que des suggestions d'amélioration.

2.4.5 Présentation de ENET-News (commentaires)

Bien que la qualité graphique et le layout du magazine soient appréciés par un grand nombre de répondants, l'utilisation d'un papier glacé et de son emballage plastique est critiqué avec insistance.

Les lecteurs estiment que cette revue est lue une seule fois, les articles intéressants sont archivés, ainsi le magazine devrait être imprimé sur du papier recyclé, ou plus fin, avec moins de couleurs. Certains relèvent que des économies pourraient être faites sur les frais d'impression et servir par exemple à améliorer les efforts de traduction.

Des commentaires portent sur la page du site Internet consacrée au magazine *ENET-News*, ils ont trait au fait qu'actuellement les fichiers au format « pdf » sont très lourds à charger et pas prévus pour être imprimés. Un lecteur propose qu'en fin d'année tous les numéros soient gravés sur un CD-Rom et envoyés sur demande.

¹² Les avis négatifs sont illustrés à gauche en gras (insatisfaction) et les avis positifs en hachuré à droite (satisfaction). Les items négatifs « pas du tout satisfait, plutôt pas satisfait » et les positifs « plutôt satisfait, tout à fait satisfait » ont été agrégés. Les pourcentages cumulés des prises de position sont chiffrés aux deux extrêmes des barres.

2.4.6 Agencement du magazine (commentaires)

D'une manière générale, les commentaires sur l'agencement et la structure du magazine sont très positifs.

Le fait d'avoir un article sur une page ou sur une double page est notamment relevé par les lecteurs : cela permet d'archiver facilement certains articles. Une proposition est formulée pour améliorer l'archivage : commencer l'article de préférence sur le côté droit afin d'avoir un page détachable (recto-verso) qui peut être classée.

Une autre suggestion d'amélioration de l'agencement concerne la mise en évidence du message de l'article : pour chaque article, avoir un résumé ou une introduction de quelques lignes mentionnant le domaine traité et le message principal. Ceci afin de faciliter la transmission en cascade de l'information, ainsi les arguments forts seraient plus facilement assimilables par les lecteurs et donc pourraient être retransmis à d'autres personnes (amis /collègues).

Les abréviations et acronymes utilisés ne sont pas toujours connus de l'ensemble des lecteurs, un effort de clarification de ces derniers est demandé.

2.4.7 Contenu (commentaires)

Globalement la qualité des articles, en termes de contenu, est relevée par de nombreux répondants. Toutefois, l'analyse de leurs suggestions et commentaires laisse entrevoir encore diverses attentes.

Une demande récurrente concerne le besoin d'avoir des informations « critiques », à savoir ne pas éviter la controverse lors de la présentation de projets et donner les arguments pro et contra pour permettre au lecteur de se faire une opinion. Il s'agirait également de parler des « mauvais projets » ou des difficultés non résolues.

Des attentes sont exprimées par rapport à la couverture d'événements internationaux, les articles portant sur des activités menées à l'étranger sont jugés insuffisants. Une mise en perspective avec les développements similaires à l'étranger est souhaitée.

Quelques répondants souhaitent que le magazine intègre aussi les activités de la recherche « non payée », de la recherche privée et indépendante de l'OFEN. Ils souhaitent que *ENET-News* soit aussi un lieu d'échange d'idées.

En ce qui concerne les thèmes abordés, de nombreuses suggestions de sujet sont avancées : technique d'accumulation de la chaleur naturelle, énergie du vent, accumulation d'énergie superflue, voitures hybrides, motos (efficacité, technique), chauffage au bois, énergie renouvelable, etc.

Quelques remarques ont trait à l'information des plus jeunes, une rubrique plus didactique est souhaitée pour contribuer à améliorer le message sur les énergies durables.

2.4.8 Vulgarisation versus spécialisation (commentaires)

Bon nombre de commentaires concernent les thèmes traités (domaines) mais également la manière de les traiter (contenu). Compte tenu du grand spectre de publics visés par *ENET-News*, l'équilibre entre les articles de vulgarisation et les articles spécialisés et très techniques est un des points soulevés par les lecteurs.

En effet, le public « averti », spécialiste d'un domaine a tendance à regretter que les articles soient parfois superficiels ou vulgarisés. A l'inverse, le « grand public » déplore que certains articles soient trop spécialisés et pas à leur portée.

Le même phénomène est relevé pour l'équilibre entre les sujets de recherche et ceux de l'application concrète. Certains répondants attendent plus d'articles sur la phase de démonstration et d'application pilote, tandis que d'autres souhaitent que la phase initiale de la recherche soit prioritaire. Une fois encore la question de l'équilibre est sujette à controverse du fait d'un public-cible très varié.

2.4.9 Traduction (commentaires)

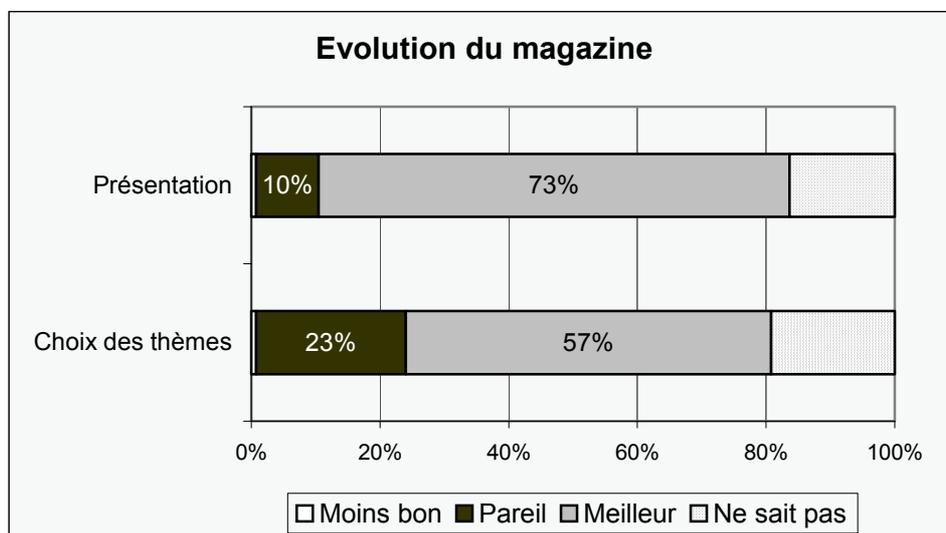
Les commentaires libres ont été utilisés par les lecteurs francophones pour mentionner qu'ils apprécient grandement de recevoir une revue de l'OFEN en français mais que l'effort de traduction doit être renforcé. Une quinzaine de répondants relèvent que les légendes des graphiques et des illustrations ne sont pas traduites, ce qui ne facilite pas la compréhension d'un article pour le lecteur francophone.

Les problèmes linguistiques sont également soulevés pour le bulletin électronique News-Ticker, qui est essentiellement en allemand, mais également sur l'absence de traduction des résumés de rapport dans les différentes langues nationales.

2.4.10 Changement de formule

En comparaison avec l'ancienne formule du magazine (jusqu'en 2000), les répondants sont très positifs sur la nouvelle version : ils sont plus de la moitié à estimer que le choix des thèmes est meilleur et près de trois quarts à relever l'amélioration de la présentation.

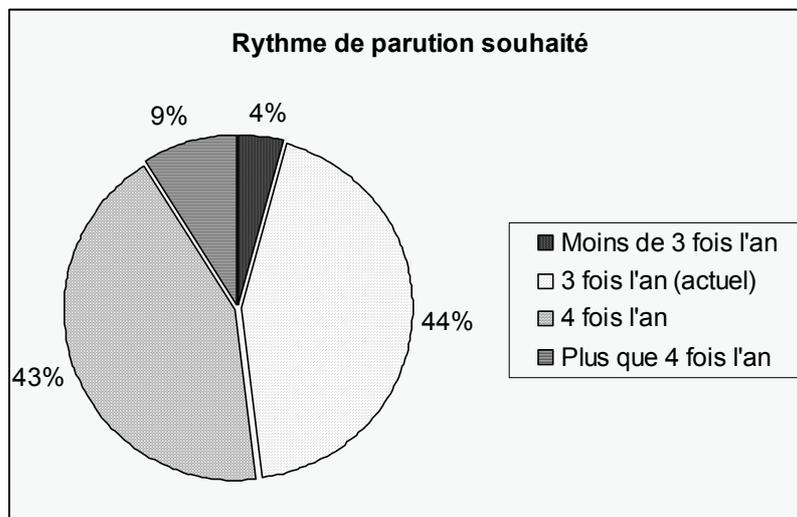
Figure 21 : l'appréciation de l'évolution du magazine



2.4.11 Rythme de parution et nombre de pages

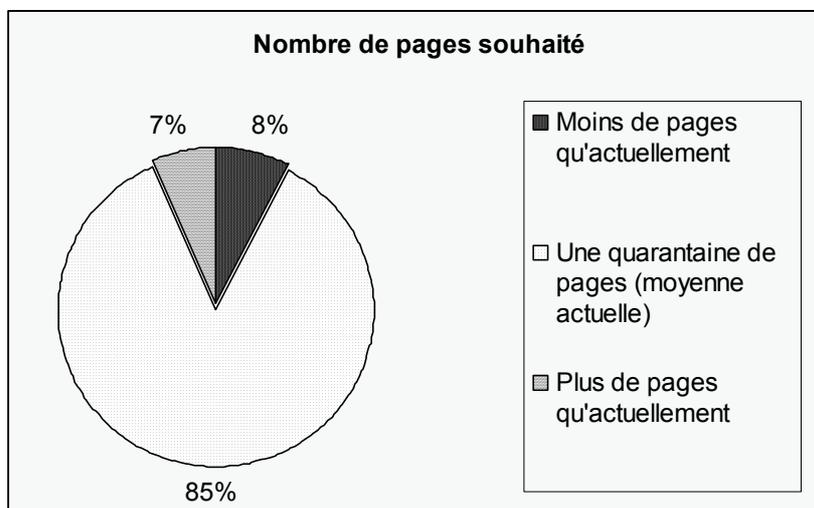
Le rythme de parution actuel semble être adéquat. Si un changement devait s'opérer, se serait pour une augmentation du nombre de numéro à 4 par année.

Figure 22 : l'appréciation du rythme de parution



Le nombre de pages est également très satisfaisant pour une grande majorité des répondants.

Figure 23 : l'appréciation du nombre de page



2.4.12 Divers et remarques sur le questionnaire

Une partie des répondants souhaiteraient, au sein du magazine, une petite rubrique consacrée aux offres et aux demandes d'emploi dans le domaine de la recherche énergétique.

Le questionnaire a été bien reçu par la plupart des répondants. Certains auraient préféré un questionnaire plus orienté sur le contenu du magazine (sujets et thèmes), d'autres ont relevé que l'aspect anonyme n'était pas indispensable dans ce cas. Enfin, certains lecteurs souhaitent avoir un feedback des résultats de l'enquête.

3 Fréquences des réponses

3.1 Par quel(s) canal(s) avez-vous pris connaissance des services d'ENET?

	Nb. cit.	Fréq.
Par une communication de l'OFEN	258	44.7%
Par une publication du programme SuisseEnergie	222	38.5%
Par un mailing d'ENET	120	20.8%
Par une manifestation/séminaire sur un domaine de la recherche énergétique	118	20.5%
Par un collègue	61	10.6%
Par les médias	46	8.0%
Lors d'une recherche Internet	46	8.0%
Autres	26	4.5%
Par une association professionnelle	10	1.7%
Ne sait pas	6	1.0%
Non réponse	4	0.7%
TOTAL OBS.	577	

Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (3 au maximum).

3.2 Pour vous informer sur des questions relatives à la recherche, développement et démonstration en matière d'énergie, quelles sont les sources que vous utilisez de préférence?

	Nb. cit. ¹³	Fréq.
ENET-News	420	72.8%
Article dans la presse spécialisée	359	62.2%
Réseaux professionnels	170	29.5%
Séminaire/atelier/conférence	151	26.2%
Abonnement ENET-Tickers	89	15.4%
Autres sites Internet	68	11.8%
Associations académique et scientifique	57	9.9%
Communiqué de presse/conférence de presse	47	8.1%
Contacts bilatéraux directs	36	6.2%
Autres	27	4.7%
Non réponse	1	0.2%

3.3 Parmi les trois catégories suivantes, laquelle retient principalement votre intérêt?

	Nb. cit.	Fréq.
Informations concernant l'énergie en général	288	49.9%
Informations concernant la recherche énergétique	159	27.6%
Informations concernant le transfert de technologie énergétique (installations pilotes et démonstration)	125	21.7%
Non réponse	5	0.9%
TOTAL OBS.	577	100%

¹³ Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (3 au maximum).

3.4 Le service des publications ENET

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	145	25.1%
Jamais	163	28.2%
Quelques fois dans l'année	209	36.2%
Une fois par mois	44	7.6%
Une fois par semaine	16	2.8%
Plusieurs fois par semaine	0	0.0%
TOTAL OBS.	577	100%

3.5 Le service ENET News-Ticker

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	156	27.0%
Jamais	196	34.0%
Quelques fois dans l'année	90	15.6%
Une fois par mois	76	13.2%
Une fois par semaine	57	9.9%
Plusieurs fois par semaine	2	0.3%
TOTAL OBS.	577	100%

3.6 Le magazine ENET-NEWS

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	31	5.4%
Jamais	34	5.9%
Quelques fois dans l'année	344	59.6%
Une fois par mois	153	26.5%
Une fois par semaine	12	2.1%
Plusieurs fois par semaine	3	0.5%
TOTAL OBS.	577	100%

3.7 Le calendrier des manifestations ENET

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	157	27.2%
Jamais	181	31.4%
Quelques fois dans l'année	191	33.1%
Une fois par mois	43	7.5%
Une fois par semaine	5	0.9%
Plusieurs fois par semaine	0	0.0%
TOTAL OBS.	577	100%

3.8 Le services des publications ENET

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	220	38.1%
Pas du tout pertinent	18	3.1%
Peu pertinent	66	11.4%
Assez pertinent	195	33.8%
Très pertinent	78	13.5%
TOTAL OBS.	577	100%

3.9 Le service ENET News-Ticker

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	249	43.2%
Pas du tout pertinent	27	4.7%
Peu pertinent	84	14.6%
Assez pertinent	157	27.2%
Très pertinent	60	10.4%
TOTAL OBS.	577	100%

3.10 Le magazine ENET-NEWS

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	54	9.4%
Pas du tout pertinent	2	0.3%
Peu pertinent	35	6.1%
Assez pertinent	259	44.9%
Très pertinent	227	39.3%
TOTAL OBS.	577	100%

3.11 Le calendrier des manifestations ENET

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	222	38.5%
Pas du tout pertinent	19	3.3%
Peu pertinent	89	15.4%
Assez pertinent	190	32.9%
Très pertinent	57	9.9%
TOTAL OBS.	577	100%

3.12 Quelle(s) utilisation(s) faites-vous PRINCIPALEMENT des prestations offertes par ENET?

	Nb. cit.	Fréq.
Information personnelle	478	82.8%
Mesures concrètes d'application	164	28.4%
Intégration des innovations dans l'activité économique	139	24.1%
Contribution à la mise au point d'une formation	108	18.7%
Travaux de recherche technologique	96	16.6%
Identification d'experts reconnus	90	15.6%
Intégration des innovations dans la recherche	55	9.5%
Sujet de conférence ou séminaire	50	8.7%
Autres	42	7.3%
Rédaction d'articles de presse	38	6.6%
Contribution à des activités d'une ONG	35	6.1%
Appui aux professionnels par le biais des associations	32	5.5%
Préparation des travaux législatifs	23	4.0%
Non réponse	9	1.6%
Intervention parlementaire	7	1.2%
TOTAL OBS.	577	

3.13 Dans quel cadre utilisez-vous les informations diffusées par ENET?

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	11	1.9%
Intérêt personnel	345	59.8%
Activité professionnelle (entreprise privée)	274	47.5%
Activité de formation	118	20.5%
Activité professionnelle (administration publique)	78	13.5%
Activité de recherche technologique (académique)	69	12.0%
Activité de recherche technologique (industrielle)	74	12.8%
Activité associative	55	9.5%
Activité politique	46	8.0%
Activité journalistique	41	7.1%
Activité au sein de l'OFEN	20	3.5%
Autres	17	2.9%
TOTAL OBS.	577	

3.14 Lisez-vous le magazine ENET-News:

	Nb. cit.	Fréq.
Régulièrement	472	81.8%
Occasionnellement	100	17.3%
Non réponse	3	0.5%
Jamais	2	0.3%
TOTAL OBS.	577	100%

3.15 Lisez-vous ENET-News:

	Nb. cit.	Fréq.
Certains articles ciblés (choix des thèmes de préférence)	388	67.2%
Dans sa totalité	98	17.0%
En diagonale	85	14.7%
Non réponse	6	1.0%
TOTAL OBS.	577	100%

3.16 Quand lisez-vous le magazine ENET-News?

	Nb. cit.	Fréq.
Chez vous	335	58.1%
Durant vos heures de travail	178	30.8%
Durant vos pauses	53	9.2%
Non réponse	11	1.9%
TOTAL OBS.	577	100%

3.17 Selon vous, à qui s'adresse EN PRIORITE le magazine ENET-News?

Public Cible	Nb. cit.	Fréq.
Entreprises privées	359	62.2%
Milieus de la recherche scientifique	298	51.6%
Administrations	193	33.4%
Médias	160	27.7%
Population civile	152	26.3%
Parlements	85	14.7%
Autres	35	6.1%
Non réponse	19	3.3%
TOTAL OBS.	577	

3.18 ENET-News vous permet-il d'approfondir votre connaissance des résultats de la recherche énergétique?

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	11	1.9%
Pas du tout (1)	3	0.5%
2	6	1.0%
3	39	6.8%
4	34	5.9%
5	60	10.4%
6	75	13.0%
7	132	22.9%
8	158	27.4%
9	38	6.6%
Tout à fait (10)	21	3.6%
TOTAL OBS.	577	100%

3.19 La lecture d'ENET-News influence-t-elle vos activités?

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	16	2.8%
Pas du tout (1)	11	1.9%
2	45	7.8%
3	78	13.5%
4	83	14.4%
5	93	16.1%
6	98	17.0%
7	77	13.3%
8	54	9.4%
9	12	2.1%
Tout à fait (10)	10	1.7%
TOTAL OBS.	577	100%

3.20 La lecture d'ENET-News vous renvoie-t-elle aux autres services d'ENET (site Internet, manifestations, ENET News-Ticker)?

	Nb. cit.	Fréq.
Oui	389	67.4%
Non	102	17.7%
Non réponse	86	14.9%
TOTAL OBS.	577	100%

3.21 Du choix des thèmes traités

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	23	4.0%
Pas du tout satisfaisant	2	0.3%
Plutôt pas satisfaisant	31	5.4%
Plutôt satisfaisant	364	63.1%
Tout à fait satisfaisant	157	27.2%
TOTAL OBS.	577	100%

3.22 De la qualité rédactionnelle des articles

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	26	4.5%
Pas du tout satisfaisant	2	0.3%
Plutôt pas satisfaisant	18	3.1%
Plutôt satisfaisant	261	45.2%
Tout à fait satisfaisant	270	46.8%
TOTAL OBS.	577	100%

3.23 Du graphisme et de la mise en page

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	31	5.4%
Pas du tout satisfaisant	5	0.9%
Plutôt pas satisfaisant	30	5.2%
Plutôt satisfaisant	235	40.7%
Tout à fait satisfaisant	276	47.8%
TOTAL OBS.	577	100%

3.24 Des graphiques et photos

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	29	5.0%
Pas du tout satisfaisant	6	1.0%
Plutôt pas satisfaisant	40	6.9%
Plutôt satisfaisant	221	38.3%
Tout à fait satisfaisant	281	48.7%
TOTAL OBS.	577	100%

3.25 Des informations annexes (calendrier, liens Internet, ...)

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	59	10.2%
Pas du tout satisfaisant	5	0.9%
Plutôt pas satisfaisant	47	8.1%
Plutôt satisfaisant	320	55.5%
Tout à fait satisfaisant	146	25.3%
TOTAL OBS.	577	100%

3.26 De l'accessibilité en termes de contenu

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	50	8.7%
Pas du tout satisfaisant	7	1.2%
Plutôt pas satisfaisant	50	8.7%
Plutôt satisfaisant	333	57.7%
Tout à fait satisfaisant	137	23.7%
TOTAL OBS.	577	100%

3.27 Choix des thèmes abordés

	Nb. cit.	Fréq.
Meilleur	310	53.7%
Pareil	127	22.0%
Moins bon	4	0.7%
Ne sait pas	105	18.2%
Non réponse	31	5.4%
TOTAL OBS.	577	100%

3.28 Présentation du magazine

	Nb. cit.	Fréq.
Meilleur	398	69.0%
Pareil	53	9.2%
Moins bon	4	0.7%
Ne sait pas	89	15.4%
Non réponse	33	5.7%
TOTAL OBS.	577	100%

3.29 Quel est le rythme de parution du magazine que vous souhaitez?

	Nb. cit.	Fréq.
Plus que 4 fois l'an	51	8.8%
4 fois l'an	242	41.9%
3 fois l'an (actuel)	249	43.2%
Moins de 3 fois l'an	23	4.0%
Non réponse	12	2.1%
TOTAL OBS.	577	100%

3.30 Quel est le nombre de pages que vous souhaitez?

	Nb. cit.	Fréq.
Plus de pages qu'actuellement	38	6.6%
Une quarantaine de pages (moyenne actuelle)	482	83.5%
Moins de pages qu'actuellement	43	7.5%
Non réponse	14	2.4%
TOTAL OBS.	577	100%

3.31 Dans la liste suivante, quelle est votre activité professionnelle PRINCIPALE?

	Nb. cit.	Fréq.
Entreprise privée (management)	110	19.1%
Entreprise privée (production)	110	19.1%
Entreprise privée (R&D)	70	12.1%
Entreprise privée (ingénieur conseil)	50	8.7%
Administrations cantonales et communales	46	8.0%
Haute Ecole universitaire	36	6.2%
Autres	28	4.9%
Administration fédérale	25	4.3%
Institution publique de recherche	24	4.2%
Organisation non gouvernementale/association	23	4.0%
Haute Ecole spécialisée	23	4.0%
Presse et médias	12	2.1%
Autres écoles	9	1.6%
Institution spécialisée dans le transfert de technologie	8	1.4%
Non réponse	3	0.5%
TOTAL CIT.	577	100%

Autre regroupement

	Nb. cit.	Fréq.
Secteur privé	340	58.9%
Enseignement / recherche (domaine public)	92	15.9%
Secteur public	71	12.3%
Autres	28	4.9%
Organisation non gouvernementale/association	23	4.0%
Presse et médias	12	2.1%
Institution spécialisée dans le transfert de technologie	8	1.4%
Non réponse	3	0.5%
TOTAL CIT.	577	100%

3.32 Exercez-vous des activités extra-professionnelles?

	Nb. cit.	Fréq.
Association professionnelle	134	46.4%
Organisation non gouvernementale	76	26.3%
Autres	31	10.7%
Conseil communal	27	9.3%
Enseignement comme activité annexe	11	3.8%
Activité politique (autre que parlements)	6	2.1%
Parlement cantonal	3	1.0%
Parlement fédéral	1	0.3%
TOTAL CIT.	289	100%

3.33 Quel est votre lieu de travail?

	Nb. cit.	Fréq.
ZH	142	24.6%
BE	67	11.6%
VD	66	11.4%
AG	56	9.7%
Autre pays	34	5.9%
GE	28	4.9%
SG	25	4.3%
NE	18	3.1%
BS	16	2.8%
BL	15	2.6%
LU	14	2.4%
FR	13	2.3%
GR	11	1.9%
SO	11	1.9%
VS	11	1.9%
ZG	11	1.9%
Non réponse	11	1.9%
TG	9	1.6%
TI	6	1.0%
SZ	3	0.5%
JU	3	0.5%
OW	2	0.3%
UR	1	0.2%
NW	1	0.2%
SH	1	0.2%
GL	1	0.2%
AR	1	0.2%
AI	0	0.0%
TOTAL OBS.	577	100%

3.34 Région linguistique :

	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	11	1.9%
Région alémanique	387	67.1%
Région romande	139	24.1%
Région suisse-italienne	6	1.0%
Autre pays	34	5.9%
TOTAL CIT.	577	100%

3.35 Quel est le niveau hiérarchique de la fonction que vous occupez?

	Nb. cit.	Fréq.
Indépendant	160	27.7%
Cadre supérieur ou similaire	114	19.8%
Cadre moyen ou similaire	147	25.5%
Employé ou similaire	108	18.7%
Etudiant ou similaire	6	1.0%
Non réponse	42	7.3%
TOTAL OBS.	577	100%

3.36 A votre avis, ce questionnaire est:

	NB. CIT.	FRÉQ.
Non réponse	52	9.0%
Pas du tout pertinent	9	1.6%
Peu pertinent	94	16.3%
Assez pertinent	353	61.2%
Très pertinent	69	12.0%
TOTAL OBS.	577	100%

Annexe 2 : Rapport d'analyse du questionnaire *News-Ticker*

1 Contexte et méthodologie

1.1 ENET News-Ticker

Le service ENET *News-Ticker* délivre à ses abonnés chaque semaine de brefs e-mails sur les événements et informations pertinentes et importantes de l'ensemble du domaine énergétique ainsi que sur toutes les nouvelles publications enregistrées par le service des publications ENET.

Une enquête de satisfaction a été menée conjointement par l'OFEN et TEMAS dans le but d'améliorer cette prestation.

1.2 Le questionnaire

Le questionnaire a été rédigé par la société TEMAS en charge du service ENET *News-Ticker*. Il a été envoyé à tous les abonnés de ce service (1913 abonnés) dans un format téléchargeable (pdf) et retourné par courrier postal ou par fax à l'OFEN.

Le questionnaire comprenant principalement des questions fermées permettant de dégager le degré de satisfaction des abonnés. Les échelles de valeur utilisées sont composées de 3 modalités, mais ne sont pas toujours symétriques. Une question permet aux personnes sondées de s'exprimer librement sur d'éventuels suggestions ou commentaires.

La question sur l'information (en termes de contenu) des différents domaines traités dans les *News-Ticker* contient, par exemple, les modalités « hoch – ausreichend – zu gering ». Il y a dans cette question deux problèmes : le premier concerne le choix des modalités, la modalité « hoch » n'est pas l'opposée de « zu gering ». Le deuxième concerne la non concordance entre la question et les modalités de réponse : la question traite de la qualité du contenu, tandis que les modalités de réponses de la quantité du contenu. De ce fait, l'interprétation des réponses n'est pas aisée.

A notre connaissance le questionnaire n'a pas été testé.

1.3 Dépouillement et saisie des données

Nous avons procédé au dépouillement des 121 réponses reçues soit par courrier soit par fax. Compte tenu du taux de réponse (6.3%), il convient de prendre les résultats obtenus avec une très grande prudence, une généralisation des résultats n'est pas, du point de vue statistique, possible.

Les données collectées ont été codées dans une base de données ad hoc pour permettre un traitement statistique quantitatif et qualitatif des réponses. La saisie des données a été effectuée par nos soins et une partie des questionnaires a été saisi à double afin de garantir une parfaite fiabilité des données. La partie qualitative a été traitée sous l'angle de l'analyse de contenu.

Nous avons traduit les modalités de réponse afin de proposer un texte cohérent du point de vue linguistique.

1.4 Analyse des données

Pour l'analyse de données, nous avons procédé au nettoyage des données, à la production des tableaux de fréquences, ainsi qu'à l'analyse des questions ouvertes.

Les analyses statistiques sont principalement descriptives (fréquences des réponses, proportions relatives).

Aucune variable indépendante (les variables permettant d'identifier le public cible), n'a été prévue dans le questionnaire, il n'est donc pas possible de proposer une analyse bivariée des données collectées en regard des populations cibles notamment.

1.5 Représentativité des réponses

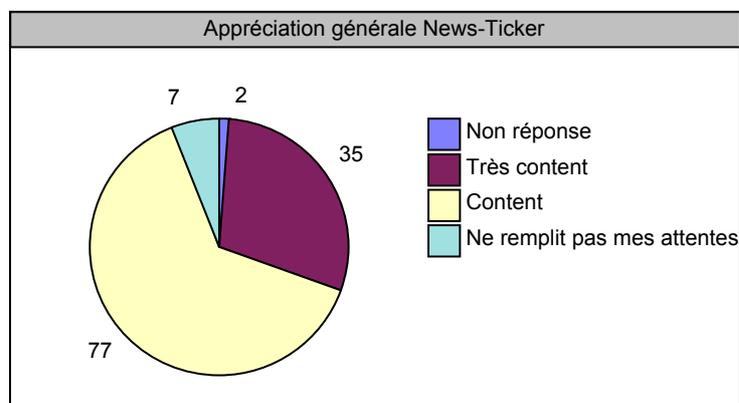
La représentativité des réponses ne peut pas être établie. Aucune variable ne permet de comparer l'échantillon ayant répondu au questionnaire avec la population mère (base de données des abonnés).

2 Les résultats

2.1 Appréciation générale des services News-Ticker

D'une manière générale, les répondants donnent une appréciation positive du service *News-Ticker*. On observe qu'approximativement 3 répondants sur 10 sont « très contents », deux tiers s'estiment « contents » et moins de 6% déclarent que le *News-Ticker* ne correspond pas à leur attente.

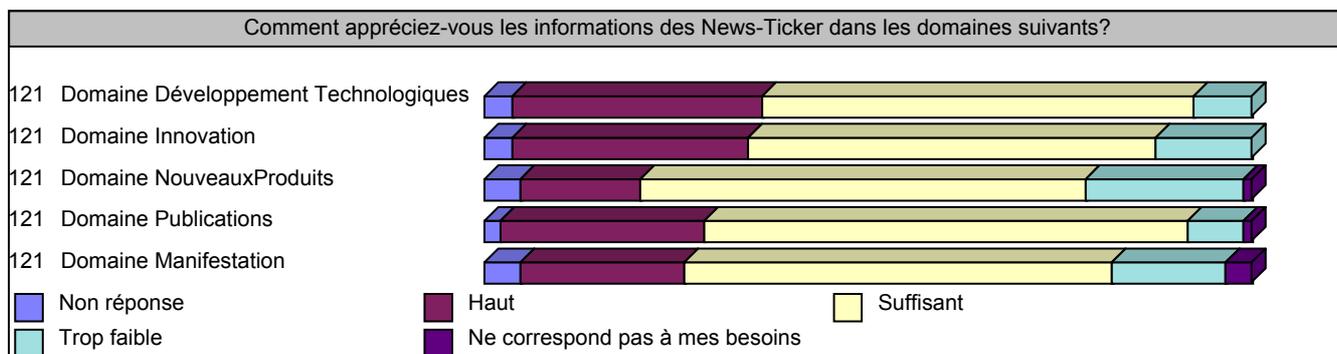
Appréciation générale News-Ticker	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	2	1.7%
Très content	35	28.9%
Content	77	63.6%
Ne remplit pas mes attentes	7	5.8%
TOTAL CIT.	121	100%



2.2 Les domaines traités

Les répondants se sont prononcés de manière différenciée sur la qualité des informations proposées dans les *News-Ticker* en fonction du domaine traité. Le tableau suivant illustre notamment que le domaine « Nouveaux Produits » est très sensiblement moins bien apprécié que les autres domaines.

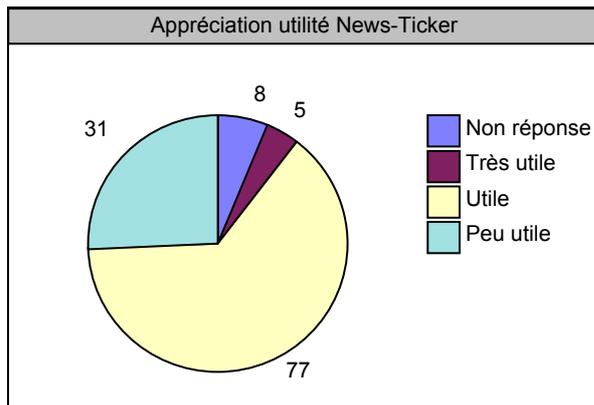
	Non réponse	Haut	Suffisant	Trop faible	Ne correspond pas à mes besoins	TOTAL
Domaine Développement Technologiques	4.1% (5)	32.2% (39)	56.2% (68)	7.4% (9)	0.0% (0)	100% (121)
Domaine Innovation	4.1% (5)	30.6% (37)	52.9% (64)	12.4% (15)	0.0% (0)	100% (121)
Domaine NouveauxProduits	5.0% (6)	15.7% (19)	57.9% (70)	20.7% (25)	0.8% (1)	100% (121)
Domaine Publications	2.5% (3)	26.4% (32)	62.8% (76)	7.4% (9)	0.8% (1)	100% (121)
Domaine Manifestation	5.0% (6)	21.5% (26)	55.4% (67)	14.9% (18)	3.3% (4)	100% (121)
Ensemble	4.1% (25)	25.3% (153)	57.0% (345)	12.6% (76)	1.0% (6)	100% (605)



2.3 L'utilité des News-Ticker

Si presque deux tiers des répondants jugent les *News-Ticker* « utile », le tableau ci-dessous montre que la modalité « sehr hoch » est cochée par moins de 5% des répondants et qu'un quart des abonnés estiment que les *News-Ticker* sont peu utiles.

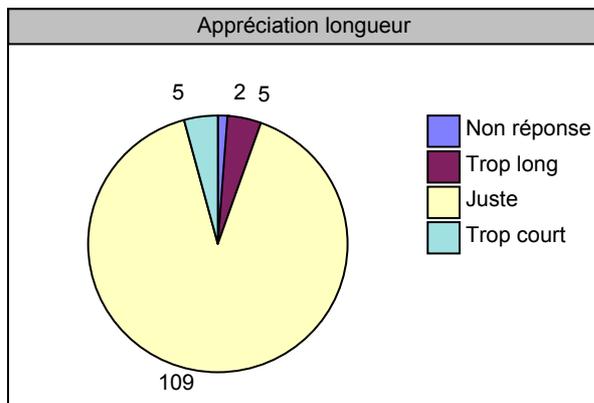
Appréciation utilité News-Ticker	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	8	6.6%
Très utile	5	4.1%
Utile	77	63.6%
Peu utile	31	25.6%
TOTAL CIT.	121	100%



2.4 Appréciation de la longueur

Les répondants sont d'avis que la longueur des *News-Tickers* est correcte puisque seul 5% la juge trop courte et 5% trop longue.

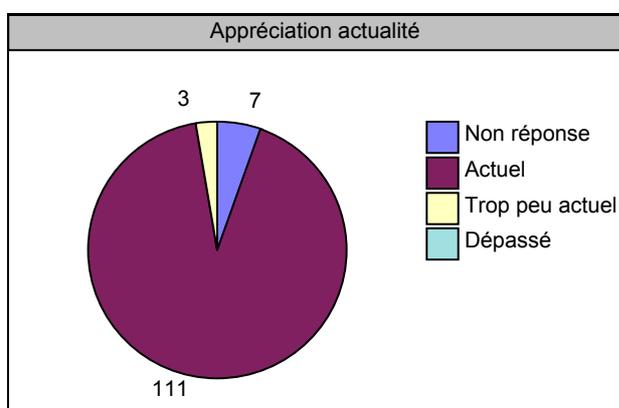
Appréciation longueur	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	2	1.7%
Trop long	5	4.1%
Juste	109	90.1%
Trop court	5	4.1%
TOTAL CIT.	121	100%



2.5 Appréciation de l'actualité

A l'instar de la question précédente, les *News-Ticker* sont jugés « actuels » par 90% des répondants, le 10% restant étant essentiellement constitué de non-réponses.

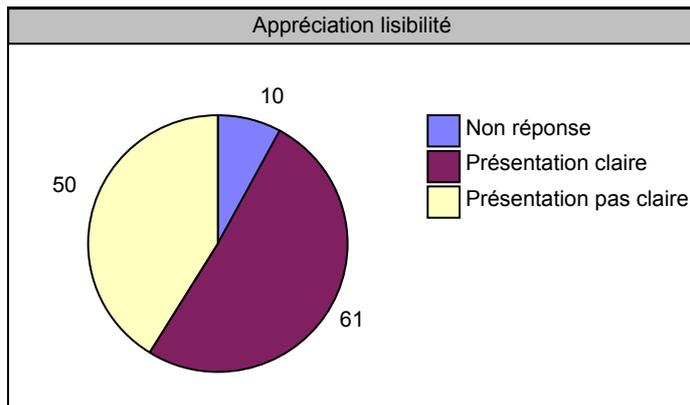
Appréciation actualité	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	7	5.8%
Actuel	111	91.7%
Trop peu actuel	3	2.5%
Dépassé	0	0.0%
TOTAL CIT.	121	100%



2.6 Appréciation de la lisibilité

La lisibilité des *News-Tickers* ne fait par contre pas du tout l'unanimité. La moitié des répondants estime que la présentation des *News-Ticker* est claire, tandis que 4 personnes sur 10 pensent au contraire qu'elle n'est pas claire.

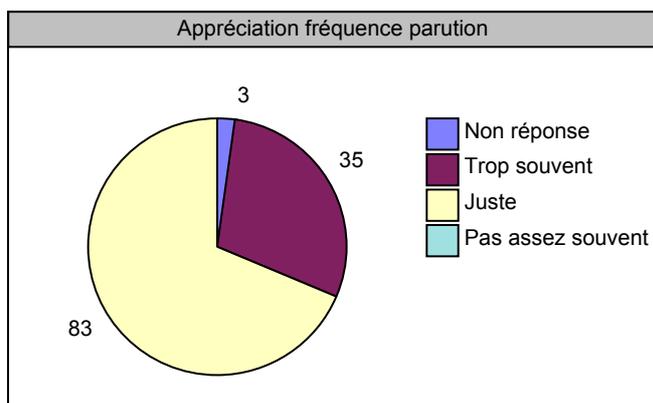
Appréciation lisibilité	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	10	8.3%
Présentation claire	61	50.4%
Présentation pas claire	50	41.3%
TOTAL CIT.	121	100%



2.7 Appréciation fréquence parution

Un peu plus de deux tiers des répondants jugent la fréquence des parutions (à l'heure actuelle hebdomadaire) comme correcte, et un peu plus d'un quart estime que les *News-Ticker* a un rythme de parution trop fréquent.

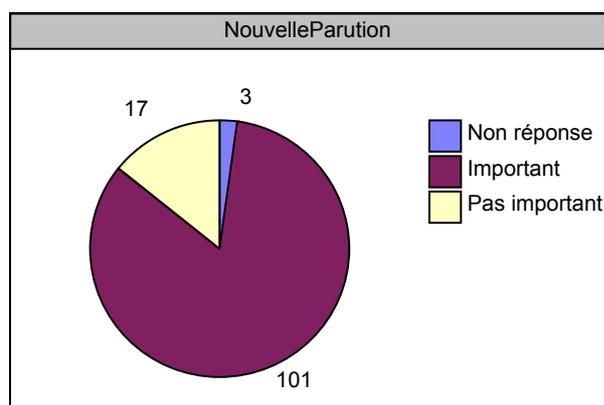
Appréciation fréquence parution	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	3	2.5%
Trop souvent	35	28.9%
Juste	83	68.6%
Pas assez souvent	0	0.0%
TOTAL CIT.	121	100%



2.8 Nouvelles parutions

L'annonce de nouvelles parutions recensées dans la rubrique ENET-Publication est jugée importante par une forte majorité des répondants.

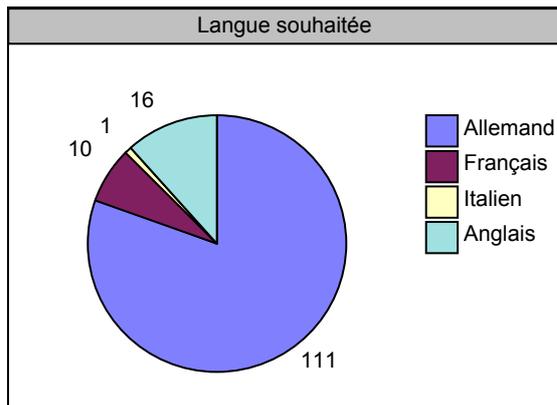
Nouvelle Parution	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	3	2.5%
Important	101	83.5%
Pas important	17	14.0%
TOTAL CIT.	121	100%



2.9 Langue souhaitée

Les répondants sont très nombreux à souhaiter que les textes d'accompagnement soient rédigés en allemand (les contenus sont toujours publiés dans leur langue originale). Toutefois cette question n'est pas pertinente si l'on ne connaît pas la langue du répondant. En effet, le questionnaire était proposé en allemand uniquement ce qui a probablement introduit un biais important parmi les répondants. Les personnes qui ne comprennent pas l'allemand n'auront certainement pas pris la peine de répondre au questionnaire.

Langue souhaitée	Nb. cit.	Fréq.
Allemand	111	80.4%
Français	10	7.2%
Italien	1	0.7%
Anglais	16	11.6%
TOTAL CIT.	138	100%



2.10 Remarques et commentaires : synthèse des réponses

Problèmes de compréhension (langue pas appropriée)

La première problématique évoquée est celle de la langue des *News-Tickers*. Un abonné regrette que les *News-Tickers* ne soient pas traduits en français. Un autre estime que les informations (en termes de contenu) sont trop liées au contexte local suisse-alsacien ou allemand.

Remarques sur le contenu

La rubrique libre a été utilisée pour formuler des critiques à l'égard du contenu. Ces critiques sont très diverses, certaines ont trait au fait que les informations sont trop vagues, trop théoriques, trop limitées, compliquées ou pas appropriées au domaine de travail des personnes interrogées. Plusieurs affirment que le niveau technique reste inaccessible aux non-experts.

Les propositions de changement de contenu visent à inclure des informations sur la problématique Agenda 21 ou de fournir des textes plus critiques des sujets exposés.

Problèmes de présentation et de forme

La majorité des critiques formulées dans la rubrique libre concerne la forme des *News-Tickers*, souvent considérée comme peu claire ou illisible (lourdeur). Pour y remédier, les abonnés proposent différentes pistes :

- une division entre courriel prioritaire et non-prioritaire
- des espaces pour plus de lisibilité
- ajouter des références supplémentaires concernant les publications (liens Internet)
- ajouter de courtes phrases comme résumés
- transmettre les informations et questionnaires de satisfaction par voie électronique.

Lorsque les répondants expriment leur satisfaction, c'est surtout pour la forme (clarté et concision) en général, avec aussi une satisfaction concernant les résumés en allemand.

Fréquence des parutions

Trois observations ont été formulées pour exprimer la satisfaction du rythme de parution des *News-Ticker*.

Divers, remarques générales

Certains répondants ont exprimé leur satisfaction générale concernant le service *News-Ticker*, d'autres ont relevé qu'ils ne se sentaient pas concernés par les *News-Tickers*.

3 Conclusions

L'objectif sous-jacent du questionnaire qui nous a été transmis était de pouvoir dégager une image de la satisfaction des abonnés aux *News-Ticker* sur différents aspects, notamment en termes de contenu et de forme.

Le questionnaire a volontairement été conçu sur une seule page afin d'encourager les abonnés à y répondre. Toutefois, les questions de type « identitaire » (langue, lieu de domicile ou de travail, profession, etc.) n'ont pas été posées et il n'est pas possible de distinguer les réponses en fonction de ces variables indépendantes. Ainsi, certaines questions perdent complètement de leur sens, notamment la question sur la langue d'accompagnement des textes des *News-Ticker*, étant entendu qu'il est très probable que seuls les abonnés de langue allemande auront répondu au questionnaire. D'ailleurs, il est étonnant que ce questionnaire (moins de 15 questions) n'ait pas été traduit.

Les modalités de réponse choisies ne sont pas symétriques, c'est à dire que le répondant a le choix parfois entre une réponse nuancée dans le négatif mais pas dans le positif et inversement. Ce choix n'est pas sans implication au moment où le répondant coche la case qui lui correspond le mieux, puisque ce dernier a un choix orienté et n'a pas la liberté de s'exprimer sur une échelle neutre.

Enfin, la formulation des questions n'est pas toujours en concordance avec les modalités de réponse proposées, comme nous l'avons déjà mentionné.

Compte tenu de ces remarques liminaires et sous toutes réserves, les éléments suivants peuvent être relevés à l'aune de l'analyse statistique des questions fermées et de l'analyse de contenu de la rubrique libre :

- D'un point de vue global, les abonnés sont majoritairement contents du service *News-Ticker*,
- Le domaine le moins satisfaisant traité dans les *News-Ticker* est très clairement celui des « nouveaux produits »,
- Si l'utilité et la longueur des *News-Ticker* ainsi que l'actualité des thèmes abordés sont autant d'éléments appréciés par les abonnés, la présentation des *News-Ticker* déplaît à 4 abonnés sur 10 et la fréquence de parution est trop élevée pour près de 3 abonnés sur 10.

Enfin, la rubrique libre a été utilisée par 32 personnes qui ont exprimé quelques propositions d'amélioration, notamment sur la forme et la présentation du support *News-Ticker*.

Annexe 3 : Analyse du site ENET

1.1 Accueil

La homepage du site propose 5 portes d'entrée :

1. Présentation d'ENET et de ses prestations
2. Sources d'énergie renouvelables
3. Fondements de l'économie d'énergie
4. Energie nucléaire
5. Utilisation rationnelle de l'énergie

De ces cinq propositions, ENET n'a produit que la première, à savoir la présentation d'ENET et de ses prestations. Les quatre autres chemins proposés renvoient à d'autres sites fournissant l'information demandée. Soit le choix d'une sous-catégorie ouvre une fenêtre proposant plusieurs sites, soit il renvoi directement à la page d'un site.

La home page renvoi également aux sites de l'OFEN, de Suisse Energie (part de l'OFEN) et de energy-research (un site manifestation géré par Suisse énergie et qui présente un certain nombre d'acteurs liés à l'énergie en Suisse).

Commentaire :

- Il n'est pas clairement indiqué la différence entre l'OFEN et Suisse Energie (programme de l'OFEN), puisque ces deux liens renvoient au même site, celui de l'OFEN. Pour l'utilisateur qui ne connaît pas les structures de ce domaine, il peut penser que ces deux organismes sont à considérer sur le même plan, alors que l'OFEN chapeaute Suisse Energie. De plus, ces sites traitant directement de la politique énergétique, une confusion sur le rôle de ces liens s'installe (ces sites sont-ils des sponsors ou des organismes offrant plus d'information et de ce fait conseillés ?)

- depuis le site de energy-research, un lien est fait sur ENET. Des renseignements sur la raison d'être d'ENET sont fournis, ainsi qu'une adresse et un lien avec une adresse électronique.

- un lien est également disponible concernant le service d'ENET News Ticker. Ces informations sont en français, contrairement à ce que propose le site ENET (voir ci-après). Cependant, quand il s'agit de s'inscrire, le lien propose une page en allemand.

1.2 Descriptif de la présentation ENET

Sur une page, ENET se présente, ainsi que ses services, à savoir :

- Le service des publications ENET
- Le service ENET News-Ticker
- Le magazine ENET-NEWS
- Le calendrier des manifestations ENET

De plus, un lien renvoi à un schéma expliquant le rôle d'ENET en tant qu'interface entre la recherche et l'économie. Depuis cette page, les utilisateurs ont la possibilité de remplir un formulaire de demande de renseignement sur tel ou tel aspect de la problématique énergétique, ou un formulaire d'offre de technologie ou de service. Un lien est également proposé pour accéder au site de « NANO, technologie en matière d'énergie », une haute école technique.

Un lien est également proposé pour le site ETDWEB dans la partie du sommaire (fenêtre de gauche). En cliquant sur le lien, on sort directement du site ENET, ce qui n'est pas conforme avec la logique des autres chapitres proposés. Il serait judicieux de remplacer ce lien par une rubrique « Liens », puis de proposer une liste de sites similaires. L'utilisateur, une fois sous la partie lien, sait qu'il va quitter le site, ce qui n'est pas le cas actuellement.

Commentaire : cette partie offre relativement peu d'information sur ENET, sa raison d'être, sa manière de fonctionner et d'animer un réseau d'organismes, les possibilités offertes aux utilisateurs. Les formulaires proposés montrent que l'utilisateur est considéré comme un utilisateur régulier et familier des questions de technologie énergétique. La navigation à l'intérieur du site n'est pas uniforme, ni le graphisme.

1.3 Service des publications

Cette page présente une liste de toutes les publications disponibles, soit par téléchargement (fichier pdf) soit à l'achat par un système de commande et d'achat en ligne. Chaque publication (il en est proposé 6461) fait l'objet d'une fiche signalétique. Il est possible de sélectionner les publications à travers des thèmes (25 programmes).

Commentaire : les noms des revues sont publiés dans leur langue d'origine. La majorité est en allemand. Le layout est différent des autres chapitres. Pas de moteur de recherche avancée.

1.4 Service News-Ticker

Une nouvelle fenêtre est proposée, permettant l'enregistrement de ses coordonnées pour recevoir les informations hebdomadaires. Il est proposé de cocher ses intérêts selon 26 critères. Ce site est en allemand.

Commentaire : le traitement de ce service est informatisé. L'utilisateur reçoit immédiatement un mail listant des informations (annonce de colloque, informations sur les publications et rapports disponibles) en liens avec ses demandes. Des liens sont proposés pour accéder directement aux sites adéquats. Les informations sont en allemand. Cette page en allemand est aussi proposée pour les versions italienne et anglaise.

1.5 Magazine ENET-NEWS

Une page propose de télécharger toutes les publications parues depuis mi-2002, à savoir huit numéros. Les icônes PDF et la date du numéro sont les seules indications.

Commentaires : ces fichiers étant volumineux, il serait judicieux de mentionner leur sommaire principal depuis la page de garde, soit avant le téléchargement. De plus, il n'est pas possible de commander les magazines par Internet, tandis qu'aucune information n'est fournie (tirage, équipe rédactionnelle, etc...)

1.6 Calendrier des manifestations.

Cette page propose un listing de toutes les manifestations de 2002. Le nom des manifestations est dans la langue d'origine, soit en anglais, en allemand ou en français. Chaque manifestation est détaillée et un lien est proposé (soit sur le site des organisateurs de la manifestation, soit sur un fichier pdf donnant des informations, soit sur une adresse e-mail).

Commentaire : la présentation n'est pas claire. Certains chiffres ne veulent rien dire (paraît être du coupé-collé). Des fautes d'orthographe apparaissent dans les textes français.

Commentaire général :

- la raison d'être de ce site n'est explicitée nulle part. ENET devrait clairement présenter sa philosophie et le potentiel d'utilisation de ce site Internet, ainsi que son public-cible.
- il n'est pas possible de contacter un responsable d'ENET. Aucun nom n'est indiqué, aucune structure et il n'existe pas de liens à une adresse e-mail. Il est ainsi impossible de communiquer avec ENET lui-même. Pas de présentation du réseau, pas de possibilité de fournir un feedback.
- de nouvelles fenêtres s'ouvrent pour les publications et le service News-Ticker, mais pas pour les manifestations et le magazine. Il ne semble pas y avoir de raison technique justifiant ce choix.
- le renvoi à des liens en allemand interrompt la communication.

1.7 Descriptif des sous-catégories proposées pour chaque rubrique

1.7.1 Catégorie Sources d'énergie renouvelables

Sous-catégorie	Liens proposés	Remarque
Photo voltaïque	3 liens avec entreprises	en allemand
Chaleur solaire	4 liens avec instituts, entreprises et OFEN	
Stockage thermique	Home page ENET	renvoi inutile, sur même home page en allemand
Stockage chimique	Home page ENET	idem
Chaleur ambiante	Site OFEN	page en allemand
Biomasse (bois)	site énergie bois	
Geothermie	site énergie géothermique	
Énergie éolienne	page non disponible	lien plus en fonction, à réactualiser
Force hydraulique	2 liens	

1.7.2 Catégorie Fondements de l'économie d'énergie

Sous-catégorie	Liens proposés	Remarque
Fondements de l'économie énergétique	site du programme de recherche de l'OFEN	page de garde en allemand (existe en français)
Transfert technologique	Home page ENET	renvoi inutile (et en allemand)

1.7.3 Catégorie Energie nucléaire

Sous-catégorie	Liens proposés	Remarque
Fission nucléaire	3 sites	
Fusion nucléaire	3 sites	1 lien n'est plus accessible

1.7.4 Catégorie Utilisation rationnelle de l'énergie

Sous-catégorie	Liens proposés	Remarque
Bâtiment	Fenêtre avec un exemple	
Transport en général	renvoi à home page	lien inutile (et en allemand)
Transport par véhicule léger	renvoi à home page	idem
Batteries + Supercaps	idem	idem
Electricité	1 site	
CETE	lien sur OFEN	en allemand
Piles à combustibles (hydrogène/méthanol)	renvoi à home page	lien inutile (et en allemand)
Piles à combustibles (au gaz naturel et au biogaz)		
Combustion et carburation	renvoi à home page	
Rejet de chaleurs	3 sites	en allemand

Annexe 4 : Analyse du site « energy-research »

1.1 Présentation du site

Le site energy-research n'est pas un site d'information mais un portail, à savoir un site thématique qui réunit d'autres sites liés par la même thématique. Ce portail présente deux voies pour accéder à l'information.

La première est la présentation par catégorie d'entreprise ou par champ d'activité, divisé en sous-catégories. Les dix catégories présentées sont :

- Instituts fédéraux
- Associations
- International
- Recherche
- Transfert
- Université
- Coordination
- Energie CH
- ENET
- Energy News Ticker

Les trois dernières catégories ne procèdent pourtant pas de cette subdivision, car renvoient non pas à des sous-catégories mais aux sites eux-mêmes. Ils pourraient ainsi être considérés comme des sous-catégories incluses dans les autres catégories proposées.

La deuxième façon d'accéder à l'information est la présentation de sites dédiés aux informations liées à la recherche et au développement des technologies énergétiques. Ce sont les équivalents étrangers de ENET. Les 11 sites présentés sont :

- DOE (USA)
- OSTI (USA)
- ETDE (Agence internationale de l'énergie)
- IEA/AIE (Agence internationale de l'énergie)
- ENET
- Energy News Ticker
- BFE/OFEN
- INFOENERGIE (Site d'une entreprise privée basée à Aarau)
- CORDIS (UE)
- ERGO (UE)
- ARAMIS (système d'information sur les projets E&D de la Confédération, Office fédéral de l'éducation et de la science)

1.2 Ergonomie du site

Ce site a été développé par TEMAS et on retrouve le manque de structure déjà souligné lors de l'analyse d'ENET. Relevons quelques incohérences :

- La liste proposée dans une fenêtre à gauche de la page n'a pas le même déroulement que celle proposée dans la fenêtre principale. Cette différence induit une incompréhension de la hiérarchie proposée pour ces sites (qui devrait normalement se structurer du plus important au moins important).
- Des liens comme ENET, Energy News Ticker ou Energie CH ne sont pas des catégories au même titre que les autres. Il y a donc une confusion dans la logique de navigation du site.
- On retrouve, dans la liste des liens placés en haut de la fenêtre principale, les sites ENET et Energy News Ticker, ce qui induit à nouveau une confusion dans la catégorisation des liens proposés, donc dans la navigation.
- Depuis la page en français, les liens proposés pour les sites suisses renvoient aux pages en allemand.

1.3 Remarques sur la présentation d'ENET

Les sites ENET et Energy News Ticker sont proposés en première ligne. Dans la liste des catégories, ENET est au même plan que les catégories telles que « Instituts fédéraux » ou « Association ». Dans la liste des liens directs aux sites, ils sont au même plan que le site de l'OFEN ou que celui de « INFOENERGIE ». Ce manque de hiérarchisation induit une confusion dans la compréhension de la structure de la recherche énergétique en Suisse.

On trouve ainsi ENET comme rubrique principale, mais aussi comme lien dans les rubriques Transfert et Energie CH. Le News Ticker Service, normalement inclus dans le site ENET, est lui aussi présenté au niveau des catégories et au niveau des sites liés à la recherche énergétique.

Le News Ticker Service a été rebaptisé « Energy News Ticker », une appellation qui n'existe pas dans le site ENET. Ici encore, nous pouvons postuler une confusion.

Le lien Energie CH présente les différents services de l'Office fédéral de l'énergie. Sept liens sont proposés, dont ceux de l'OFEN, de Suisse énergie et de ENET. Mais derrière ces appellations, seuls deux sites sont connectés ; Suisse énergie, Programme de recherche, Recherche énergétique, OFEN et Formation sont des rubriques qui renvoient toutes à la home page du site de l'OFEN. ENET et Projet R&D renvoient à la page d'ENET. Il y a là aussi confusion dans la hiérarchisation de ces sites, puisqu'ils sont tous au même niveau.

Le site ARAMIS propose des informations sur la Recherche & Développement en Suisse. Il est proposé par l'Office fédéral de l'éducation et de la science. Sous la rubrique « liens », pratiquement tous les offices fédéraux sont présentés, sauf l'OFEN. L'OFEN est pourtant cité dans la liste des partenaires. Par contre, ENET n'est pas proposé dans les liens dédiés à la R&D, bien qu'il soit présenté lorsqu'on effectue une recherche depuis l'outil de recherche situé sur la home page. Dans cette page, des informations sur ENET sont proposées, mais pas un lien direct au site. Pour un contact, l'adresse de Temas est proposée (sans adresse e-mail).

Le site INFOENERGIE propose des informations sur les technologies énergétiques en Suisse alémanique. Sous la rubrique Recherche & Développement, un lien est proposé pour www.energieforschung.ch, sans aucune mention à ENET. Sous la rubrique lien, ENET est présentée, au même niveau que le site de l'OFEN ou d'énergie suisse. On

retrouve une confusion dans la compréhension de la structure. Le logo d'ENET est bleu, alors qu'il devrait être rouge.

1.4 Commentaire

Ce site ayant été développé par Temas, il paraît évident que la structure ENET a été mise en avant. Si ce point peut plaider en faveur d'une meilleure connaissance de ce site par les utilisateurs, il renforce de l'autre côté l'incompréhension quant à la structure de la R&D en Suisse. ENET est présenté au même niveau que d'autres acteurs, qui eux-mêmes sont présentés sans distinction hiérarchique.

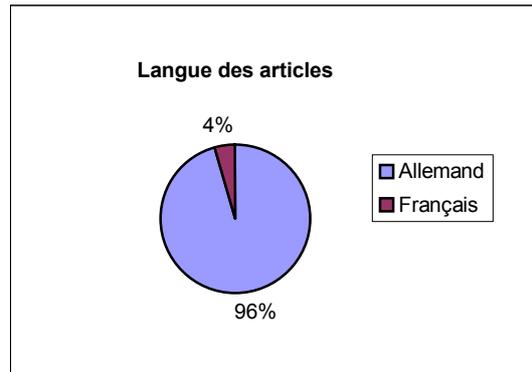
De plus, si au niveau du sommaire - dont les titres sont censés être représentatif du thème – nous trouvons autant ENET que « Recherche », « Energie CH » ou « Transfert », nous pouvons être induits à penser que ENET concerne une autre question que celle de la recherche, de l'énergie en Suisse ou du transfert, ce qui n'est pas le cas.

Plutôt que de multiplier les points d'entrée au site d'ENET (augmentant autant sa visibilité que la confusion), il serait plus judicieux de le présenter de manière claire, tant sur ses objectifs que sur sa place dans la structure de la R&D énergétique en Suisse.

Annexe 5 : Analyse de la revue de presse 2001

1.1 Analyse globale

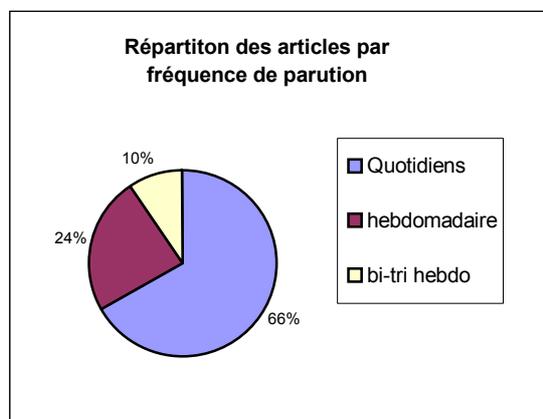
114 articles ont été recensés dans la revue de presse 2001, publiés dans 44 journaux et magazines (grand public et spécialisé). 96% des articles sont en langue allemande. Une séparation entre journaux grand public et journaux spécialisés¹⁴ nous indique que 20 journaux sont considérés comme « Grand public » et 24 classés sous la presse spécialisée (journaux thématiques, liés à une branche d'activité ou édités par une association).



En effectuant cette répartition sur les articles de la revue de presse, nous observons que 63% des articles ont été publiés dans la presse spécialisée. Cette dernière présente un tirage bien moindre que la presse grand public, mais à l'avantage de toucher un public plus concerné.

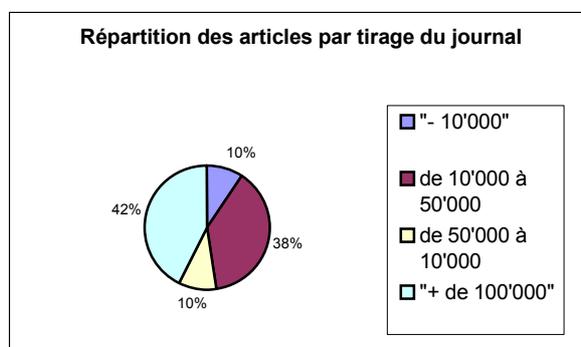
1.2 Journaux Grand public

42 articles ont été recensés dans la presse Grand public, dans 20 journaux différents. 95% de ces articles sont en allemand. 66% des articles ont été publiés dans la presse quotidienne et 24% dans la presse hebdomadaire. Les 10% restant concernent des magazines d'une fréquence plus espacée.



¹⁴ Selon l'Association des Sociétés Suisse de Publicité in « Catalogue de la Presse suisse 2001 »

Au niveau du lectorat, 38% des articles ont été publiés dans des journaux de moyen/faible tirage (entre 10'000 et 50'000 exemplaires), 42% dans des journaux à fort tirage (de plus de 100'000). Pour ce dernier chiffre, il s'agit principalement du journal supra-régional Tages Anzeiger (9 articles sur 18) qui tire à 280'000 exemplaires.



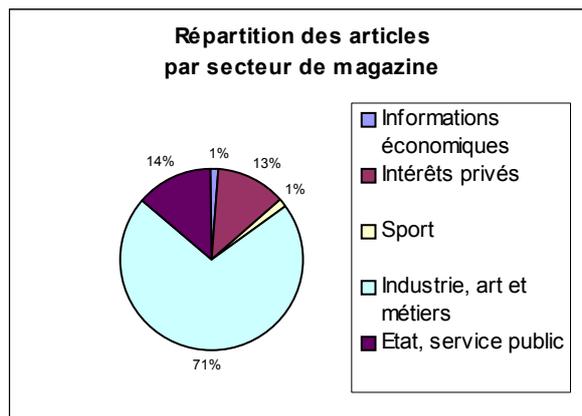
1.2.1 Liste des journaux et tirage

Journal	Canton d'édition	Langue	Tirage	Parution	Nbre d'article
Aargauer Zeitung	Aarau	d	111'900	quotidien	3
Altgotgenburger	St-Gall	d	5'500	tri-hebdomadaire	2
Basler Zeitung	Bâle	d	115'000	quotidien	1
Beobachter	Zürich	d	335'000	bi-mensuel	1
Binninger Anzeiger	Bâle	d	7'800	hebdomadaire	1
Bote vom Untersee	Thurgovie	d	3'700	hebdomadaire	1
Der Landbote	Zürich	d	45'000	quotidien	3
Handelzeitung	Zurich	d	36'000	hebdomadaire	4
La liberté	Fribourg	f	36'000	quotidien	1
Leben & Glauben	Bâle	d	30'000	hebdomadaire	1
Neue Luzerner Zeitung	Lucerne	d	133'000	quotidien	2
Neue Mittelland Zeitung	Soleure	d	81'000	quotidien	2
Reussbote	Zug	d	57'000	bi-hebdomadaire	2
Sarganserländer	St-Gall	d	10'800	quotidien	1
Solothurner Zeitung	Soleur	d	45'000	quotidien	1
Sonntag	Baden	d	35'000	hebdomadaire	2
St Galler Tagblatt	St-Gall	d	110'000	quotidien	2
Tages Anzeiger	Zürich	d	280'000	quotidien	9
Thurgauer Zeitung	Thurgovie	d	42'000	quotidien	1
Zürichsee-Zeitungen	Zürich	d	50'000	quotidien	2

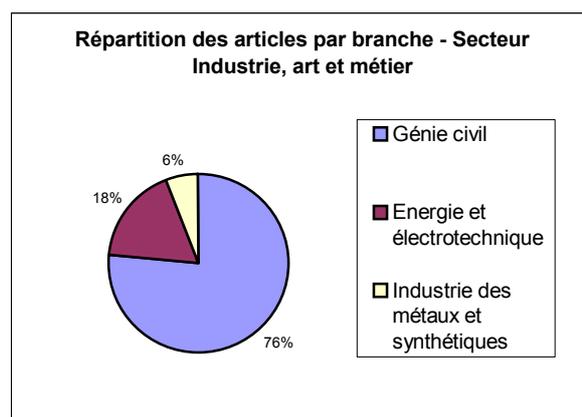
1.3 Journaux spécialisés

Concernant les journaux spécialisés, on recense 72 articles parus dans 24 magazines. La majorité des articles ont été insérés dans des mensuels (49%) et des bi-mensuels (18%). La quasi totalité des articles est en allemand (97%).

Les thèmes de ces revues (selon la segmentation de l'Association des Sociétés Suisses de Publicité) se répartissent ainsi : 71% des articles sont parus dans des revues liées au secteur « Industrie, Arts et Métiers », 13% dans des revues d'intérêt privé (spécialisé) et 14% dans des revues liées à des Institutions (Administration, services publics, recherche...).



A l'intérieur du segment « Industrie, arts et Métiers », les articles sont répartis ainsi : 76% dans des revues de Génie civil, 18% dans des revues concernant l'énergie et l'électrotechnique et 6% l'Industrie des métaux et synthétiques. Une segmentation plus poussée des revues liées au Génie civil nous montre que 66% concernent les techniques sanitaires, 20% concerne les métiers d'Ingénieur et 14% la construction.



1.3.1 Liste des journaux et tirage

Journal	Secteur	Langue	Tirage	Parution	Nbre d'articles
Architektur & Technik	Industrie, arts et métier	d	9000	mensuel	3
AutomobilRevue	Sport	d	47000	hebdomadaire	1
Batitech	Industrie, arts et métier	f	4250	trimestriel	2
Bauen und Wohnen Heute	Intérêts privés	d	11500	trimestriel	2
Bulletin SEV/VSE	Industrie, arts et métier	d	7000	bi-mensuel	4
CH-FO Q2 (recherche ch)	Intérêts privés	d	?	?	4
Das Einfamilienhaus	Intérêts privés	d	22800	bi-annuel	3
Die Schweizer Gemeinde	Etat, services publics	d	4400	mensuel	2
<i>diz Agrarmagazin (D)</i>	Intérêts privés	<i>d</i>	<i>?</i>	<i>mensuel</i>	<i>1</i>
Fassade 2001	Industrie, arts et métier	d	7000	trimestriel	1
Gebäudetechnik	Industrie, arts et métier	d	11500	bi-mensuel	5
Haus Tech	Industrie, arts et métier	d	7000	mensuel	17
Häuser Modernisieren	Intérêts privés	d	19400	trimestriel	2
HeizungKlima	Industrie, arts et métier	d	6500	mensuel	6
JSFA	Industrie, arts et métier	f	4000	bi-mensuel	1
Kommunalmagazin	Etat, services publics	d	5000	mensuel	4
Pusch	Intérêts privés	d	?	trimestriel	1
Revue technique suisse	Industrie, arts et métier	f	9600	mensuel	1
SonnenEnergieSolaire	Industrie, arts et métier	d	10000	bi-annuel	4
SSIZ	Industrie, arts et métier	d	4600	bi-mensuel	3
Strom	Informations économiques	d	1352000	trimestriel	1
STZ Bau + Architektur	Industrie, arts et métier	d	18000	mensuel	1
tec21 SIA Zeitschrift	Industrie, arts et métier	d	11700	hebdomadaire	2
Wasser, Energie, luft	Industrie, arts et métier	d	2100	mensuel	1

1.4 Analyse du contenu des articles

1.4.1 Généralités

L'intégralité des articles porte sur des installations de pilotage, mettant en pratique de nouvelles technologies, à l'exception d'un article qui parle de transfert de technologie. L'aspect technique du contenu varie sensiblement selon la revue, allant d'articles d'un accès facile (Das Einfamilien Haus) à des articles très techniques et réservés à des initiés.

Beaucoup d'articles mentionnent les coordonnées précises des installations de pilotage, permettant ainsi la prise de contact avec a) les instituts de recherche et b) les

réalisateurs des installations. Cependant, il n'est pas indiqué, où s'adresser afin d'obtenir des aides financières (Canton, Confédération).

1.4.2 Résultats de l'analyse de contenu

Le nombre de page varie considérablement, le tableau ci-dessous montre la répartition des articles en fonction de la place occupée dans le journal (de plus de 2 pages à moins d'un huitième de page).

format	Nb. cit.	Fréq.
plus	44	37.0%
2	21	17.6%
1	24	20.2%
1/2	20	16.8%
1/3	6	5.0%
1/4	1	0.8%
1/8	2	1.7%
moins	1	0.8%
autre	0	0.0%
TOTAL OBS.	119	100%

Relevons que la longueur dépend du type de presse et donc de la profondeur, avec laquelle un sujet est abordé. On observe une relation très nette entre le type de journal et la longueur des articles : la presse spécialisée consacre par définition des articles plus en profondeur aux sujets choisis, cependant le format de la presse grand public est souvent plus grand : un biais s'installe dès lors dans la définition du format.

type_journal format	presse spécialisée	presse quotidienne	TOTAL
plus	53.9% (41)	7.1% (3)	37.0% (44)
2	22.4% (17)	9.5% (4)	17.6% (21)
1	10.5% (8)	38.1% (16)	20.2% (24)
1/2 et moins	13.2% (10)	45.2% (19)	25.2% (29)
TOTAL	100% (76)	100% (42)	100% (118)

La plupart des articles contiennent des photos ou des illustrations :

photos	Nb. cit.	Fréq.
oui	115	96.6%
non	4	3.4%
TOTAL OBS.	119	100%

Les journalistes qui signent les articles sont les suivants :

nom_journaliste	Nb. cit.	Fréq.
Margrit de Lainsecq	63	52.9%
Irene Bättig	19	16.0%
Felix Schmid	11	9.2%
Othmar Humm	6	5.0%
Thomas Glatthard	7	5.9%
autre	13	10.9%
TOTAL OBS.	119	100%

Le tableau ci-après liste les thèmes traités dans les articles de la revue de presse. Souvent, des installations de pilotage ont fait l'objet de plusieurs articles. Le nombre d'installations présentées est donc nettement inférieur au nombre d'articles parus. Aussi, quelques installations comprenaient plusieurs technologies (ex. écologie du bâtiment et énergie solaire).

Mentionnons que le croisement de l'information « thème » et « type de journal » a montré qu'on ne trouve pas d'importantes différences du choix du type de journal (presse spécialisée, presse quotidienne) en fonction de la thématique. Seul le thème « économie, société et environnement » fait exception de cette règle, il n'apparaît que dans la presse quotidienne. Le thème « combustion », quant à lui, n'apparaît que dans la presse spécialisée.

thèmes	Nb. cit.	Fréq.
Bâtiment	47	39.5%
transport	22	18.5%
stockage et transport d'électricité	1	0.8%
utilisation de l'électricité	3	2.5%
couplage chaleur-force	2	1.7%
combustion	6	5.0%
procédés	0	0.0%
énergie solaire	27	22.7%
chaleur ambiante	6	5.0%
biomasse	8	6.7%
géothermie	18	15.1%
énergie éolienne	4	3.4%
force hydraulique	0	0.0%
fission nucléaire	0	0.0%
fusion nucléaire	0	0.0%
politique de l'énergie	0	0.0%
économie, société et environnement	7	5.9%
transfert technologique	2	1.7%
autre	4	3.4%
TOTAL OBS.	119	

Nous avons relevé la mention de la plateforme ENET et, élément surprenant, ENET n'est jamais cité. La référence la plus fréquente est celle du programme SuisseEnergie, généralement comme sponsor dans la réalisation d'installations de pilotage. La mention

est de type : « L'Office de l'Energie a contribué au projet X à hauteur de Y Francs dans le cadre du programme SuisseEnergie ».

mention_ENET	Nb. cit.	Fréq.
ENET	0	0.0%
OFEN/énergiesuisse	62	52.1%
aucune	57	47.9%
TOTAL OBS.	119	100%

De plus les articles ne mentionnent généralement pas la référence d'un contact particulier en rapport avec l'article.

contact_ENET	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	2	1.7%
personne de contact	2	1.7%
adresse	3	2.5%
web	2	1.7%
non	113	95.0%
TOTAL OBS.	119	

Annexe 6 : Prise en compte de l'évaluation 1996

L'évaluation de 1996¹⁵ portait principalement sur le degré de notoriété de l'offre d'ENET ainsi que sur son degré de satisfaction auprès des usagers. Elle s'est limitée à connaître l'avis des usagers (abonnés d'ENET-News et organisateurs de manifestations) sans procéder à une analyse structurelle (sur le mode d'organisation d'ENET, la collaboration avec les mandants, etc.).

L'évaluation avait débouché principalement sur les quatre recommandations, dont la mise en oeuvre est analysée ci-après :

- 1) *ENET doit faire une sélection qualitative de l'information gérée, permettant aux récepteurs d'en apprécier l'importance (priorité, hiérarchie). Cela revient à une progression qualitative et non pas quantitative de ses services.*

Dans le nouveau mandat, on constate une augmentation quantitative des moyens de communication (News-Ticker, Communiqués de presse). Ces changements n'ont cependant pas systématiquement été accompagnés de mesures visant à hiérarchiser l'information diffusée. Ainsi, comme le montre l'analyse communicationnelle, le News-Ticker n'exploite guère les possibilités graphiques de structuration qu'offre pourtant le médium. Il en va de même pour les sites Internet qui ne contribuent pas à une identification claire de l'émetteur et de la structure de l'OFEN.

L'appréciation est plus positive pour le magazine ENET-News. Grâce à sa nouvelle formule, l'information est bien structurée et les priorités visibles.

En résumé, on observe davantage une progression quantitative des prestations en information d'ENET, l'accent ayant été mis sur la diversification des moyens de diffusion, notamment à l'aide d'Internet. A priori, la difficulté d'obtenir une vue générale sur un sujet perdure donc, comme le confirment d'ailleurs les répondants des entretiens téléphoniques menés auprès du groupe relais.

- 2) *ENET doit abandonner son rôle de simple diffuseur d'information au bénéfice d'une contribution plus active aux échanges entre recherche et application, tout en intégrant les divers acteurs intermédiaires (associations professionnelles, médias, presse spécialisée). En cela, ENET est défiée d'agir comme plaque tournante de la communication (networking). Il est à considérer que les destinataires des services d'ENET sont à la fois du milieu de la recherche et du milieu professionnel et technique.*

On a pu observer non pas un abandon du rôle de diffuseur d'information par ENET, mais une diversification de ses activités. L'OFEN a suivi la recommandation notamment par l'assignation à ENET des tâches liées au transfert technologique, ce qui lui a concédé un rôle d'intermédiaire entre recherche et application.

On est aujourd'hui en présence de deux types d'actions menées par ENET, celui de l'information et celui du transfert technologique. Le premier s'opère de manière unidirectionnelle, selon le principe de la cascade d'information du haut vers le bas. Le deuxième, au contraire, favorise le contact entre émetteur (chercheur) et récepteur (économie) et contribue donc au rôle de plaque tournante (networking) tel que préconisé dans l'évaluation.

- 3) *Les politiciens et le grand public sont identifiés comme acteurs importants pour la promotion de technologies innovantes dans le domaine de l'énergie. Un soin*

¹⁵ Evaluation ENET, cultur prospectif, mai 1996, pp. 44-54.

particulier dans la communication avec ces groupes-cible est donc indispensable et doit être intensifié.

Les nouveaux mandataires d'ENET ont en effet contribué à élargir les publics cible des prestations. Le travail de presse (communiqués de presse et rédaction d'articles) a notamment été intensifié tout en assurant une présence dans la presse spécialisée et la presse grand public. Ces mesures ont contribué à atteindre la population qui avait été jugée par les interrogés de l'évaluation de 1996 comme étant prioritaire. Les parlementaires fédéraux, quant à eux, reçoivent systématiquement le magazine ENET-News, ce qui représente aux yeux de BRO un effort minimum à fournir pour garantir une notoriété du sujet de l'énergie dans l'agenda politique national.

Il faut cependant relativiser cette recommandation ainsi que les mesures prises à son égard. Les prestations offertes par ENET ne sont pas véritablement adaptées à ces deux publics-cible, nos analyses l'ont mis en évidence. En ceci, il n'est pas reprochable aux mandataires de concentrer leurs efforts sur les principaux publics-cible du milieu de l'application des innovations technologiques.

4) Dans l'intention d'atteindre les objectifs précités, ENET doit multiplier les canaux de communication (presse, Internet).

Cette recommandation a entièrement été mise en œuvre ; premièrement le service de presse offert par OerlikonJournalisten a été incorporé par l'OFEN à ENET dans le but de favoriser des synergies. Deuxièmement, les nouveaux mandataires ont largement intégré les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs prestations, à l'instar du News-Ticker, du nouveau site Internet et de l'interface e-commerce du service de publications.

S'il convient de nuancer notre jugement, rappelons ici que les potentialités de synergies entre les canaux de communication ne sont pas entièrement épuisées par ENET (Ex. travail de presse sur Internet).

Annexe 7 : Liste des interlocuteurs

Groupe relais

BEYELER Franz, Minergie

BRANDER Koni ; École supérieure SH-Holz

BUCHER Anton ; Association des entreprises électriques suisses AES/SVE

BÜHLER Bosco; Genossenschaft Information Baubiologie gibb

BÜRGI Patricia ; Minergie Agentur Bau

LEUTWILER Hans-Peter; Netzwerk Kleinwasserkraftwerke

NIPKOW Jörg ; Agence Suisse pour l'efficacité énergétique s.a.f.e.

SOMMER Daniel; Schweiz. Verein für Kältetechnik SVK

ZÜRCHER Monsieur ; Agence Energétique de l'Economie AEnEC/AEW

Groupe chercheurs/scientifiques

HOFFMANN Patrik ; Laboratoire d'optique appliquée (LOA)

BINER Hans-Peter ; Haute école valaisanne

REVAZ Jean-Marc ; Centre de recherche en urbistique CREM