

Action contre la marche au ralenti!

Édition du printemps 2003








Des Canadiens portent le message « anti-ralenti » dans les rues

Certains Canadiens et Canadiennes refusent de se tourner les pouces quand il s'agit de véhicules dont les moteurs marchent au ralenti. La marche au ralenti est une mauvaise habitude qui nous coûte des millions de dollars par année sous forme de carburant gaspillé, de pollution inutile et de risques accrus pour la santé découlant du changement climatique ou du smog.

Voici quelques cas relevés par l'Office de l'efficacité énergétique de Ressources naturelles Canada de personnes qui agissent pour réduire la marche au ralenti inutile et qui ajoutent leurs efforts à ceux de municipalités, d'organismes communautaires et d'entreprises qui travaillent à faire des collectivités canadiennes des « zones anti-ralenti ».

Qu'y a-t-il dans la zone?

-  Nouveaux concepts gratuits p. 2
-  Le mouvement s'étend : les particuliers et les collectivités combattent le ralenti pp. 2-3
-  Points saillants de la campagne : exemples tirés des projets pilotes de Mississauga et de Sudbury p. 4
-  10 conseils pratiques pour une campagne réussie p. 4
-  Pour obtenir des rapports et des articles plus détaillés, consultez le site Web du bulletin Zone à oee.rncan.gc.ca/ralenti.

Les 3 mythes sur la marche au ralenti... et les faits

MYTHE : VOUS DEVEZ RÉCHAUFFER LE MOTEUR DE VOTRE VOITURE AVANT DE CONDUIRE. Même par temps froid, la meilleure façon de réchauffer un véhicule est de le conduire – pourvu que votre pare-brise soit dégagé. Avec la plupart des moteurs d'aujourd'hui, il ne vous faut pas plus que 30 secondes de ralenti avant de partir.

MYTHE : LA MARCHÉ AU RALENTI EST BONNE POUR LE MOTEUR. Une marche au ralenti excessive peut en fait endommager les pièces du moteur, notamment les cylindres, les bougies et le système d'échappement.

MYTHE : L'ARRÊT ET LE DÉMARRAGE D'UN VÉHICULE ENTRAÎNENT UNE CONSOMMATION DE CARBURANT PLUS ÉLEVÉE QUE LA MARCHÉ AU RALENTI. Votre moteur consomme davantage à tourner au ralenti pendant dix secondes qu'au redémarrage.

Suivez la règle – pas de moteurs qui tournent au ralenti devant l'école

Jennifer West en avait marre des véhicules dont le moteur tournait au ralenti.

Chaque journée scolaire, cette experte-conseil en gestion d'Ottawa devait respirer les émissions d'une longue filée d'automobiles dont le moteur marchait au ralenti devant sa maison. L'école de l'autre côté de la rue était devenue un havre pour les parents qui attendaient dans leur véhicule lorsqu'ils laissaient les enfants à l'école ou les y reprenaient.

Un jour, M^{me} West remarqua une affiche « Zone anti-ralenti » à l'administration centrale de Ressources naturelles Canada, et décida de faire ce qu'elle pouvait pour régénérer l'air dans son voisinage paisible d'Ottawa.

Armée de renseignements au sujet de la marche au ralenti qu'elle avait trouvés dans le site Web Action contre la marche au ralenti, elle aborda la directrice Pat Gere. « La réaction de l'école fut très positive », déclare M^{me} West. Ensemble, elles rédigèrent une lettre destinée à tous les parents et qui donnait une liste de raisons convaincantes pour éviter la marche au ralenti, en plus de les

presser de « penser à la santé et à l'avenir de leurs enfants ».

Selon M^{me} Gere, la lettre fut bien accueillie. « Une mère est venue aujourd'hui me dire, après une conférence pour les parents, qu'elle avait apprécié la lettre. Elle croyait que le fait d'arrêter le moteur et de le redémarrer consommait plus d'essence que de le laisser tourner au ralenti. »

M^{me} West sait qu'il faudra en faire encore plus pour faire de sa rue une zone d'arrêt des moteurs. Au printemps, elle espère encourager l'école à distribuer aux parents des fiches de renseignements et des autocollants de vinyle contre la marche au ralenti, puis chercher à obtenir leur engagement à perdre pour de bon cette mauvaise habitude.



Toujours SUR LA LA



NOUVELLES DU SITE WEB
ZONE



Ajout de nouveaux concepts à la trousse du site Web – oeo.rncan.gc.ca/ralenti.

NOUVEAUX concepts disponibles sur le site Web

Ressources naturelles Canada a mis au point une série de nouveaux concepts innovateurs contre la marche au ralenti – tous particulièrement bien adaptés aux imprimés sur ce sujet ainsi qu'à la publicité sur les aribus et à l'arrière des autobus. Il est possible de télécharger ces concepts sans frais à partir de la section de la trousse du site Action contre la marche au ralenti. Ajoutez le logo de votre collectivité dans le coin inférieur gauche du graphisme pour personnaliser votre message.

Consultez oeo.rncan.gc.ca/ralenti pour voir et télécharger les nouveaux concepts.

Quand la marche au ralenti est-elle inutile?

Lorsque le moteur d'un véhicule stationnaire tourne **plus de 10 secondes**, sauf dans la circulation.

Le site Action contre la marche au ralenti, un véritable succès!

Il semble que toutes les personnes qui cherchent les renseignements et les outils anti-ralenti les plus récents empruntent l'autoroute de l'information en direction du site Action contre la marche au ralenti.

Lancé en octobre 2001, le site Web a accueilli plus de 12 000 visiteurs provenant de toutes les régions du Canada et d'ailleurs.

« Cette réaction nous rend euphoriques », dit Catherine Ray, gestionnaire principale du marketing à Ressources naturelles Canada. Elle ajoute : « Nous entendons dire que les municipalités et les groupes communautaires partout au Canada emploient nos démarches et nos outils pour entreprendre leur campagne. C'est exactement ce que nous espérons. »

« Peut-être sommes-nous aux étapes préliminaires de ce qui s'est produit dans d'autres cas comme le problème du tabagisme », suggère M^{me} Ray.

Un professeur du collégial lance une campagne solo contre la marche au ralenti

Ingénieur de profession, Peter Buyze comprend les raisons techniques pour lesquelles la marche au ralenti n'a aucun sens. Ses années d'expérience dans la conception et l'installation de systèmes d'économie d'énergie dans de grands hôtels partout dans le monde lui permettent de savoir comment maximiser l'efficacité énergétique. Faire tourner un moteur au ralenti « est complètement inefficace et est un gaspillage d'argent », dit-il en insistant sur le fait qu'un « moteur prend sa pleine efficacité lorsque la voiture est engagée sur la route ».

M. Buyze enseigne aujourd'hui la photographie au collège Mohawk à Hamilton, en Ontario. Irrité par la marche au ralenti inutile tant dans la cité étudiante que dans les rues de sa municipalité de Port Dover (Ontario), il s'est donné comme mission de passer le mot au sujet de cette pratique.

« Lorsque je commence avec une nouvelle classe, la première chose que je fais après avoir pris les présences est de parler aux étudiants de la marche au ralenti, dit-il. Je distribue des vignettes autocollantes et des porte-clés anti-ralenti. Je me dis que si chacun d'eux en parle



à cinq amis ou membres de sa famille, cela fera une différence. »

Le professeur Buyze a aussi donné des conférences à des groupes communautaires de son secteur et a même abordé des conducteurs dans les rues pour faire part de ses préoccupations au sujet de la marche au ralenti. « La réaction a été excellente. Les gens disent : "Eh bien, ça a du sens!" ». Et M. Buyze fait le vœu de poursuivre sa campagne personnelle de sensibilisation.

Une Torontoise recommande d'« éteindre le moteur »

Ruth Schembri, travailleuse de soutien au logement du centre-ville de Toronto, est troublée par les effets de la marche au ralenti dans son quartier. « J'ai vu des filées de camions de livraison, des automobiles où les personnes attendaient et même des voitures de police côte à côte qui laissaient tourner leur moteur au ralenti, dit-elle. Ça me rend furieuse. »

M^{me} Schembri a obtenu des fiches de renseignements et des autocollants de vinyle qui servaient à sensibiliser la population au sujet de la marche au ralenti inutile dans le cadre d'une campagne récente dans la région de Toronto. « Je les transporte dans ma serviette et je suis toujours prête à aborder les conducteurs quand je me promène », ajoute-t-elle.



Les campagnes locales et régionales pour réduire la marche au ralenti continuent de susciter la ferveur – et de réduire les émissions inutiles – partout au Canada.

NCÉE



Le Grand Toronto s'apprête à lancer une vaste campagne à l'échelle de la région

En mai 2003, les municipalités, les organismes communautaires et les entreprises de la Région du Grand Toronto (RGT) se regrouperont pour lancer la campagne anti-ralenti de la RGT. Ce sera l'initiative de sensibilisation et d'éducation du public sur la marche au ralenti la plus complète au Canada à ce jour. Elle permettra à plus de 5 millions de résidents et aux 18 municipalités participantes de la RGT de se joindre au mouvement national anti-ralenti qui ne cesse de prendre de l'ampleur.

La campagne anti-ralenti sera un outil clé de participation communautaire du quatrième sommet annuel sur le smog, qui aura lieu en juin 2003. Le Sommet sur le smog est une initiative intergouvernementale annuelle importante qui aborde la problématique de la pollution de l'air dans la RGT en faisant appel à la collaboration et à la participation des citoyens.

Les plans comprennent une campagne de communication dans l'ensemble de la région – y compris du matériel imprimé, des annonces diffusées à la radio et de l'affichage ambulant – pour sensibiliser la population au sujet de la marche au ralenti dans les semaines qui précéderont le Sommet sur le smog. Au palier local, les « campagnes-éclair » anti-ralenti seront mises en œuvre par des bénévoles formés pour aborder les conducteurs dans les endroits les plus propices à la marche au ralenti de la RGT et leur demander de s'engager à éviter cette habitude à l'avenir.

Pour obtenir plus de détails, consultez le site www.smogsummit.org (en anglais seulement).

Le Sierra Club cible la réduction de la marche au ralenti à Edmonton

La section des Prairies du Sierra Club croit que grâce à des actions individuelles, les Canadiens peuvent faire une différence. C'est le fondement de la campagne du Sierra Club intitulée « Reduce Vehicle Idling for Clean Air » (Réduire la marche au ralenti pour un air pur) qui vise à faire participer le plus grand nombre possible de personnes et à réduire la fréquence de la marche au ralenti dans l'ensemble de la ville.

Le lancement de la campagne a eu lieu le 24 octobre 2002 à l'occasion de la journée Zone anti-ralenti qui s'est déroulée à l'école élémentaire Bishop Greschuk d'Edmonton, en Alberta. L'activité comportait la distribution de vignettes autocollantes anti-ralenti et de cartes postales faisant la promotion de l'air pur à tous les parents qui laissaient leurs enfants à l'école cette journée-là. Un concours d'affiches a aussi suscité la production de plus de 100 affiches remarquables par des élèves motivés.

La campagne se consacre maintenant à une large distribution de cartes postales sur l'air pur dans toute la ville d'Edmonton grâce à des patrouilles de bénévoles anti-ralenti qui abordent les conducteurs ayant cette habitude et leur transmettent les messages de la campagne. « La clé consiste à dissiper les mythes au sujet de la marche au ralenti et à faire connaître les faits aux conducteurs, notamment qu'il n'est pas nécessaire de réchauffer un moteur durant 30 minutes avant de conduire un véhicule », explique M^{me} Sonja Mihelcic, directrice de la campagne.

Pour plus de détails, consultez le site Web de la campagne à l'adresse www.sierraclub.ca/prairie/idling (en anglais seulement). Pour voir une reproduction de la carte postale sur l'air pur, consultez oee.rncan.gc.ca/ralenti.

Le saviez-vous?

Le site Web Action contre la marche au ralenti, oee.rncan.gc.ca/ralenti, présente plusieurs outils qu'on peut utiliser pour agir contre la marche au ralenti, y compris une présentation PowerPoint® téléchargeable, des exemples de lettres aux rédacteurs de journaux et d'autre matériel, tout cela sans frais.



Une coalition communautaire anti-ralenti connaît le succès dans la région de Waterloo

Le Citizens' Advisory Committee on Air Quality (CACAQ) de la région de Waterloo est une coalition de représentants d'une quinzaine de groupes communautaires, de plusieurs personnes bénévoles et du personnel de la région de Waterloo et de ses municipalités.

Le CACAQ est l'instigateur d'une série d'initiatives qui visent à améliorer la qualité de l'air et à réduire l'effet de la pollution de l'air sur la santé des humains et sur l'environnement dans la région de Waterloo, en Ontario. La campagne d'éducation de la coalition sur la réduction de la marche au ralenti est une importante initiative régionale de sensibilisation et d'éducation qui vise à obtenir des réductions de la marche au ralenti dans le secteur municipal, dans le voisinage des écoles, des lieux de travail et dans l'ensemble de la collectivité.

L'une des réalisations les plus impressionnantes de la coalition est l'élaboration – et l'adoption généralisée – du protocole de contrôle de la marche au ralenti de la région de Waterloo. L'élément central de ce protocole est que les moteurs des véhicules municipaux doivent être éteints



dès qu'ils sont stationnés durant plus de 10 secondes.

« La politique comprend quelques exceptions, notamment les véhicules de transport en commun et d'urgence », précise le coordonnateur de la campagne, David Steffler.

« Mais l'adoption du protocole par tous les conseils a réellement lancé la démarche et nous a donné la confiance qu'il fallait pour demander au public de réduire lui aussi la marche au ralenti. »

La campagne d'éducation publique bat actuellement son plein à l'aide de différents outils de diffusion – brochures, « contrats » anti-ralenti, porte-clés, affiches et enseignes métalliques pour l'extérieur. On prévoit aussi de la publicité sur les abribus, les annonces d'intérêt public et des banderoles dans les rues.

Pour en savoir plus au sujet de la campagne, consultez www.airqualitywaterlooregion.org (en anglais seulement). Pour télécharger des copies du matériel de la campagne, consultez oee.rncan.gc.ca/ralenti/trousse/oeuvres.

La marche au ralenti des autobus scolaires est interdite à Fredericton

L'arrondissement scolaire 18 de Fredericton, au Nouveau-Brunswick, a adopté un programme strict anti-marche au ralenti pour les autobus scolaires. Le nouveau programme, conçu en collaboration avec l'Association pulmonaire du Nouveau-Brunswick, exige que les conducteurs d'autobus éteignent le moteur de leur véhicule lorsqu'ils y font monter les élèves.

L'initiative vise à réduire les émissions de diesel dans l'air près des écoles, dans les autobus ainsi qu'à l'intérieur des écoles par le moyen des échangeurs d'air.

L'arrondissement demande aussi aux parents qui conduisent leurs enfants à l'école d'éteindre le moteur de leur véhicule lorsque les enfants en descendent ou y montent sur ou près du terrain scolaire.



LE POINT sur les campagnes

du Grand Sudbury et de Mississauga

Les villes du Grand Sudbury et de Mississauga, en Ontario, font actuellement la synthèse d'un projet pilote de deux ans qui visait à faire l'essai des renseignements et des outils anti-marche au ralenti que l'on trouve dans le site *Web Action contre la marche au ralenti*.

Les deux campagnes ont adopté une démarche complète à deux volets qui englobait l'ensemble des villes :

- **Sensibilisation du public** – Les deux ont déployé des efforts pour informer la population au sujet de la marche au ralenti en se servant de communications sous forme d'annonces publicitaires, d'affiches, de panneaux, de médias locaux et de communications sur Internet.
- « **Interventions** » **personnelles aux emplacements communautaires** – Pour les deux campagnes, on a reconnu l'importance de parler aux gens là où la marche au ralenti se produit en vue de les aider à changer leurs comportements. Mississauga s'est concentrée sur les postes d'attente de transport en commun, les écoles et les « points névralgiques » comme les centres sportifs et communautaires. Le Grand Sudbury a ciblé les écoles et les stationnements commerciaux.

Nous vous présentons les faits saillants des campagnes anti-marche au ralenti des deux villes. Pour obtenir des résultats additionnels et pour télécharger des exemplaires du rapport complet de chacune des villes, consultez le site *Web anti-marche au ralenti* à l'adresse oee.rncan.gc.ca/ralenti.

Imposante sensibilisation du public à Mississauga

La campagne de Mississauga a atteint sept résidents sur dix, d'après un sondage mené après coup. Dans une proportion importante de 69 p. 100, les répondants ont dit avoir vu, entendu ou lu des choses au sujet de la campagne.

Voici d'autres résultats de ce sondage post-campagne à Mississauga :

- 95 p. 100 croient que la marche au ralenti cause une pollution de l'air inutile (augmentation de 5 points de pourcentage par rapport au nombre avant la campagne);
- 93 p. 100 sont d'accord avec l'énoncé suivant : « couper le moteur de mon véhicule lorsqu'il est stationné est ce qu'il faut faire » (augmentation de 3 points de pourcentage);
- 57 p. 100 ont entendu parler de l'expression « zone anti-ralenti » (augmentation de 23 points de pourcentage).

Les personnes qui ont été exposées à la campagne :

- disent qu'elles font moins tourner leur moteur au ralenti – environ trois ou quatre fois moins (selon l'endroit) – que celles qui n'y ont pas été exposées;
- rapportent qu'elles font tourner leur moteur au ralenti une fraction seulement du temps – à peine un peu plus d'une minute comparative-ment à environ quatre minutes pour celles qui n'ont pas été exposées;
- qu'elles sont beaucoup plus enclines à changer leur comportement en matière de marche au ralenti – 57 p. 100 disent que la campagne aura un grand effet ou un effet moyen sur leur décision de laisser leur moteur tourner au ralenti ou non à l'avenir.

Le transport en commun de Mississauga adopte une nouvelle politique sur la marche au ralenti

L'un des résultats très positifs de la campagne de Mississauga est la nouvelle politique sur la marche au ralenti de son service de transport en commun. La nouvelle politique prévoit qu'aucun véhicule ne marchera au ralenti plus de cinq minutes. C'est une diminution considérable de la limite qui, en vertu de l'ancienne politique, était de 15 minutes.



Le personnel de la campagne de la ville de Mississauga offre les conseils suivants aux collectivités qui conçoivent et mettent en œuvre des campagnes anti-marche au ralenti :

1. Attaquez-vous aux mythes au sujet des moteurs qui tournent au ralenti –

Il vous faut contester et dégonfler les trois grands mythes au sujet de la marche au ralenti. Vous devez en faire le centre de votre campagne et rétablir les faits.

2. Donnez l'exemple – Le message des municipalités fait beaucoup de chemin auprès du public si celles-ci « donnent l'exemple ». La municipalité doit être le chef de file sur des questions comme la marche au ralenti. Alors, lancez une initiative en milieu de travail pour réduire la marche au ralenti dans l'ensemble de vos activités.

3. Les partenariats sont la clé du succès –

Pour mettre en œuvre une campagne efficace, vous devrez établir des partenariats locaux, par exemple avec les conseils scolaires ou les organismes de transport en commun.

4. Trouvez et gérez le personnel du projet –

Adopter une démarche de marketing social auprès de la collectivité, telle qu'elle est décrite dans la trousse anti-ralenti, exige l'énergie de personnes qui communiqueront personnellement avec les conducteurs pour les encourager à réduire la marche au ralenti dans les lieux communautaires. Vérifiez s'il existe des programmes de stages en environnement à l'université ou au collège dans votre région pour obtenir des ressources.

5. Le soutien du conseil et de la haute direction est crucial –

La municipalité doit susciter un soutien ferme de son conseil et de sa haute direction. Votre maire pourrait aider à inaugurer la campagne et il faut chercher à obtenir l'appui officiel du conseil.

6. Concevez vos propres outils en vous servant des illustrations qui se trouvent dans le site Web –

Nous avons conçu de nouveaux outils comme des t-shirts, des messages radiophoniques, un en-tête de lettre et un site Web consacré à l'action contre la marche au ralenti.

7. Planifiez des communications personnelles avec les conducteurs par temps doux –

Deux initiatives de la campagne anti-marche au ralenti de la ville de Mississauga ont été mises en œuvre à la fin de l'automne. Comme les températures ont baissé à l'approche de l'hiver, la marche au ralenti a augmenté légèrement après ces initiatives. Bien qu'on ait certainement prévu de plus grandes augmentations de la marche au ralenti, il a été difficile d'évaluer les véritables répercussions sur les comportements. Pour de meilleurs résultats, planifiez la mise en œuvre des initiatives lorsque vous prévoyez que des températures douces se maintiendront, comme au printemps et au début de l'automne.

8. Concentrez-vous sur les parents, les gardiens et gardiennes et les enfants –

Certaines clientèles sont plus réceptives au message anti-marche au ralenti que d'autres. D'après l'expérience de Mississauga, la clientèle auprès de laquelle le taux de réussite a été le meilleur était les conducteurs (c.-à-d. les parents et les gardiens et gardiennes) qui se trouvaient aux écoles élémentaires et qui se préoccupent de la santé des enfants.

9. La trousse disponible dans le site Web est un point de départ important –

Utilisez abondamment les illustrations, les renseignements et les graphiques disponibles dans la trousse du site *Web Action contre la marche au ralenti*. Tous les éléments graphiques sont efficaces – dans plusieurs cas, vous n'avez qu'à ajouter votre logo. Vous pouvez aussi modifier le matériel en y ajoutant des éléments locaux.

10. Créez un site Web pour votre campagne –

Un site Web est une excellente façon peu coûteuse de rendre les renseignements anti-marche au ralenti immédiatement accessibles et facilite les mises à jour à mesure que la campagne progresse. Une adresse de courrier électronique permet aux visiteurs de faire facilement des demandes, des commentaires ou des suggestions. De plus, il est possible de réduire les délais de réponse et les coûts d'impression en renvoyant les gens au site Web. La ville de Mississauga a adopté une adresse personnalisée et accrocheuse – www.123turnyourkey.com – qui faisait une promotion plus facile et efficace du site Web.

Pour obtenir plus de renseignements sur les leçons tirées des campagnes de Mississauga et du Grand Sudbury, consultez oee.rncan.gc.ca/ralenti.



Engager les Canadiens sur la voie de l'efficacité énergétique à la maison, au travail et sur la route

L'Office de l'efficacité énergétique de Ressources naturelles Canada renforce et élargit l'engagement du Canada envers l'efficacité énergétique afin d'aider à relever les défis posés par les changements climatiques.

Certains documents illustrés n'ont pas été produits par le Gouvernement du Canada et ne sont pas disponibles dans les deux langues officielles.

