Apprentissages Clés et Recommandations dans le cadre du Projet de Rénovation Energétique par Quartier, Renocity - La Louvière

RENOCITY+EXE

Réalisation et Rédaction par Valérie Barlet et Jessica Leclercq
Livrable Renobatex – AGC GLASS EUROPE

Nous utiliserons quelques abréviations que nous reprenons ci-dessous :

A/L	*Auditeur-logement*
F/M	*Field Manager ou coach en rénovation*
R/C	*Renocity*
C/T	*Citoyen candidat-rénovateur, propriétaire du logement*
GUEL	*Guichet Énergie Logement*
SWCS	*Société Wallonne du Crédit Social*
FLW	*Fond du Logement Wallon*
VEX	*Visite explicative : seconde visite qui présente l'audit logement et les devis*
MP	*Marché public*
OPE RC	*Opérationnel de Renocity*
OSS	*One Stop Shop*
P/M	*Project Manager*
QS	*Quickscan*

Remerciements

Nous tenons à remercier la Ville de la Louvière qui nous a fait confiance, le GUEL, Anne Mathot et Charlotte Verlinden avec lesquelles la collaboration s'est révélée essentielle et excellente. Avec Benjamin Nocq (Field Manager) et Jessica Leclercq (en charge des Opérations et du contact avec les citoyens par téléphone), Anne et Charlotte, nous avons formé une véritable équipe, levant ensemble les obstacles, jour après jour, et partageant nos succès. De même, avec la cellule Prêt de la Ville de La Louvière, Betty Delalune, Romain George, l'équipe de l'Urbanisme de la Ville et l'équipe Communication de La Louvière.

Bien entendu, nous remercions toutes les entreprises partenaires avec lesquelles nous avons travaillé et les auditeurs indépendants ou membres d'IMMOPASS, avec lesquels nous avons collaborés tout au long du projet.

Ce projet n'aurait pu se faire sans la collaboration précieuse de CLIMACT, Quentin Jossen et Jérémy Pontif, et LAB705 ainsi qu'OSMOSE, qui ont été nos partenaires clés dans la réponse à l'appel d'offre.

Nous tenons également à remercier l'équipe d'AGC GLASS EUROPE, qui nous as soutenus tout au long du projet, le département légal, pour les contrats et le GDPR ainsi que le département IT pour la mise en place du projet ensemble avec AGIFLY pour la plateforme. La comptabilité et la finance, Véronique Emond et Sophie Smeets en particulier pour la facturation.

Le management d'AGC GLASS EUROPE qui a soutenu nos propositions et notre approche. A ce titre, nous tenons à remercier Nadia Jacobs et Nicolas Fedullo pour leur confiance, leurs conseils et leur enthousiasme pour Renocity qui nous a tous animés pendants de nombreux mois, avec cette envie inébranlable d'accélérer la rénovation et de donner aux citoyens un soutien sans faille dans leur projet.

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction 7

Objectif du Rapport 7

Limites du Rapport 7

2. Le Projet Renocity, genèse et approche 7

Les 3 constats à la base de Renocity 7

L'approche Renocity 8

Réponse à l'appel d'offre de marché public de la Ville de La Louvière 11

Contexte de la ville de La Louvière et du quartier de Haine-Saint-Pierre 12

4. Renocity à Haine-Saint-Pierre 14

Chronologie du projet 14

En Chiffres 24

6. Témoignages 30

De l'effet déclencheur de Renocity 30

De la qualité et de l'impact du projet Renocity 30

Du rôle du Field Manager 31

De l'importance de l'assistance téléphonique 31

Synthèse des retours qualitatifs 32

7. Ateliers de Réflexion avec la Ville 33

Organisation et déroulement des ateliers 33

Réflexions et pistes d'amélioration issues des ateliers 33

8. WHITE PAPER – Réflexion & recommandations au sujet des procédures administratives (primes, prêt, etc.) liées à la rénovation énergétique du résidentiel 25

THEMATIQUE 1 : La Lettre d'engagement 25

THEMATIQUE 2 : Les primes régionales wallonnes 27

THEMATIQUE 3 : Modification, en cours de projet, du régime de primes régionales wallonnes. 30

THEMATIQUE 4 : Prime « Haine-Saint-Pierre / Renocity » 31

THEMATIQUE 5 : Instabilité des primes communales 32

THEMATIQUE 6 : Prêt à Taux Zéro 33

THEMATIQUE 7 : Permis d'Urbanisme 35

9. Réflexion sur les Moyens de Communication 31
Communication physique et digitale mise en place 31
Les campagnes de sensibilisation menées en collaboration avec la Ville de La Louvière 32
Résumé des éléments de communication clés dans le déclenchement des rénovations 33
Bilan des actions de communication 34
10. Pourquoi AGC ne poursuit pas le projet RENOCITY malgré son succès ? 35
Un environnement instable 35
Le service au cœur de l'activité 35
Une complexité opérationnelle hors de nos mains 35
Conclusion 36
11. Conclusions Générales 37

1. Introduction

Objectif du Rapport

Ce rapport a pour objectif de dresser un bilan global du projet Renocity Haine-Saint-Pierre, lancé le 4 septembre 2023 et clôturé le 31 décembre 2024*, dans le cadre de l'appel d'offre lancé par la Ville de La Louvière.

Le rapport vise à analyser l'impact du projet Renocity, à identifier les bonnes pratiques mises en place et à tirer des enseignements d'amélioration pour d'éventuelles initiatives futures.

Le rapport peut être intéressant pour les institutions publiques, les régions, les One Stop Shop de la rénovation. Il fournit une partage les résultats obtenus et nos réflexions pour renforcer, adapter et pérenniser les dispositifs d'accompagnement à la rénovation énergétique, dans la perspective de massifier la rénovation énergétique.

Il est utile de noter que nous n'avons pas du tout adressé les copropriétés et que notre contexte était purement résidentiel.

**avec une extension jusqu'au 30 juin 2025 pour certains aspects, suite aux perturbations induites par les élections de juin 2024 et l'incertitude du régime de prime qui en a suivi.*

Limites du Rapport

Ce rapport n'est ni exhaustif, ni scientifique. Il s'agit d'un retour d'expérience de nature informelle et subjective, principalement lié à l'environnement dans lequel nous avons travaillé. Nous conseillons à chacun de se faire sa propre opinion, d'exploiter nos conclusions et recommandations avec précaution, en les remettant dans leur contexte. Nous ne prenons ici aucune responsabilité sur l'application ou la transposition de ces réflexions dans vos projets ou décisions.

2. Le Projet Renocity, genèse et approche

Les 3 constats à la base de Renocity

RENOCITY est un projet visant déclencher des initiatives de rénovation énergétiques des logements chez les citoyens propriétaires.

Cet objectif est parti de 3 constats majeurs :

- **les citoyens** font face à une série de blocages (financiers, cognitifs et de disponibilité) qui sont autant de freins à initier la rénovation énergétique de leur logement ;

- **les entrepreneurs** sont confrontés à un manque de main d'œuvre et à une certaine inefficacité dans leurs processus ;

- **les villes** ont pour objectif de dynamiser drastiquement, voire massivement la rénovation énergétique des bâtiments et en particulier des logements, d'ici 2030, 2050.

Lancé avec le but de simplifier et d'accélérer la transition énergétique du parc immobilier, Renocity s'est positionné comme une plateforme d'accompagnement de A à Z, apportant aux propriétaires des conseils techniques, un appui administratif (sans toutefois prendre en charge les démarches pour eux), ainsi qu'un accès facilité aux aides financières et aux professionnels qualifiés.

L'approche Renocity

RENOCITY vise à répondre aux défis posés par le vieillissement des infrastructures et à la nécessité d'une transition énergétique. Le projet apporte une contribution à la réduction des émissions de CO2, mais aussi à l'amélioration de la qualité de vie des habitants, avec un impact financier sur leur facture de consommation énergétique et sur leur confort et leur santé.

L'objectif global du projet est de doubler, voire tripler, le taux de rénovation dans les quartiers visés.

L'originalité de Renocity réside dans sa capacité à lever les principaux freins à la rénovation chez les particuliers, tout en créant les conditions favorables à une rénovation de quartier. L'accompagnement s'étend au-delà d'un conseil sur les travaux pour inclure une approche complète, allant de l'information initiale à l'accompagnement des travaux.

Le projet a aussi la particularité de prendre en compte et d'adresser les problématiques rencontrées par les **corps de métier** et les **villes**.

Pour les corps de métier, l'objectif est d'améliorer l'efficacité de leur travail, depuis la prospection jusqu'à l'exécution des travaux.

Pour les villes, il s'agit de les aider à définir leurs priorités et à stimuler la rénovation dans un périmètre géographique prédéfini.

L'ensemble du processus de Renocity a été conçu à partir de l'analyse des comportements des citoyens propriétaires et des freins à la rénovation énergétique,

identifiés lors de recherches de terrain et d'études globales sur le sujet. Ce processus permet de réduire ces obstacles grâce à des dispositifs concrets tels que :

- **L'information et la compréhension des enjeux** : via une plateforme en ligne et des visites de diagnostic, ainsi qu'un accompagnement personnalisé par un Expert en Rénovation Energétique de Renocity (également appelé Field Manager).
- **Les techniques de *nudging* ou marketing indicatif** : par la guidance, des conseils et des encouragements à différents moments clés du processus.

  ***nudging** : « inciter un individu à agir d'une certaine manière, sans jamais chercher à le contraindre » (source : wikipedia)*
- **La garantie d'efficacité et de qualité des travaux** : en sélectionnant des prestataires de qualité et en s'assurant que les travaux respectent les critères requis.
- **L'accompagnement personnalisé et effectif** : sur l'ensemble du processus de rénovation, y compris les phases délicates telles que l'organisation des travaux et la supervision.

Les objectifs du projet sont multiples et concernent différents acteurs, allant des citoyens aux corps de métier, en passant par les villes.

1. Pour les citoyens / candidats-rénovateurs :

L'objectif pour les citoyens est de **faciliter leur engagement dans la rénovation énergétique**. Cela passe par :

- **La levée des freins à la rénovation** : En offrant des informations claires, des conseils personnalisés et un accompagnement complet, Renocity vise à guider les citoyens dans le processus de rénovation énergétique, du diagnostic initial jusqu'à l'exécution des travaux.
- **Accès à un accompagnement personnalisé** : Offrir un soutien tout au long du projet, y compris pendant les travaux, pour garantir la qualité, la conformité et la satisfaction des propriétaires.
- **Création d'un climat de confiance** : en travaillant main dans la main avec la ville, pour la communication et les dossiers administratifs, notamment, mais aussi avec les entrepreneurs, les auditeurs, l'objectif est de parler d'une seule voix, de façon cohérente et transparente.

2. Pour les corps de métier :

L'objectif pour les corps de métier est d'**améliorer leur efficacité et la collaboration interprofessionnelle** dans le cadre des rénovations :

- **Amélioration de l'efficacité du travail** : Optimiser les processus de prospection, d'évaluation des besoins et d'exécution des travaux pour une meilleure rentabilité et qualité.
- **Renforcement de la compétitivité** : Assurer que les prestataires sélectionnés respectent des critères stricts de qualité, de fiabilité et de compétence.
- **Collaboration interprofessionnelle** : Faciliter la coordination entre les différents corps de métier impliqués dans les travaux, garantissant ainsi une exécution fluide et efficace des projets.

3. Pour les villes

Les objectifs pour les villes sont centrés sur **l'activation de la rénovation à l'échelle locale** et le soutien aux politiques de développement durable :

- **Soutien à la définition des priorités locales** : Aider les municipalités à établir des priorités en matière de rénovation énergétique, avec une attention particulière pour les quartiers dégradés.
- **Stimuler la rénovation dans des zones ciblées** : Encourager la rénovation à grande échelle dans des zones sensibles, en particulier celles où l'on trouve des passoires énergétiques et des logements insalubres.
- **Réduire les inégalités locales** : En permettant à des populations précarisées d'accéder à des rénovations énergétiques, ce qui a un impact positif sur leur confort et leur qualité de vie.

Au final, l'approche par quartier de Renocity vise à :

- **Stimuler la dynamique des citoyens** pour ce qui concerne la rénovation énergétique de leur logement ;
- **Assurer aux entrepreneurs une amélioration de leur efficacité ;**
- **Aider la ville à atteindre ses objectifs** de réduction d'émission de CO_2, de bien-être des citoyens (santé, finance, confort), **et à cibler des quartiers spécifiques,** par exemple plus compliqués au niveau socio-économique ou au niveau des typologies de bâtiments.

L'objectif ultime de Renocity est d'accélérer le taux de rénovation annuel (estimé à entre 0,6 et 1%) et dans la mesure du possible de stimuler des rénovations profondes.

Réponse à l'appel d'offre de marché public de la Ville de La Louvière

La Ville de La Louvière a lancé un appel d'offre de marché public en 2023, avec pour objet la recherche d'une équipe pluridisciplinaire pour l'élaboration d'un schéma directeur de rénovation urbaine du quartier Haine-Saint-Pierre, accompagné d'une action prioritaire de rénovation énergétique par quartier, pour les logements résidentiels.

La demande au niveau de l'action prioritaire de rénovation énergétique était de sensibiliser et accompagner les propriétaires à rénover leur logement.

En réponse à cet appel d'offre, une offre conjointe a été soumise par CLIMACT, AGC et Lab705, avec la contribution d'OSMOS (communication participative pour le volet urbain).

Ensemble, nous les acteurs ont proposé une approche intégrée combinant expertise en rénovation énergétique, rénovation urbaine et participation citoyenne.

Notre méthodologie a inclus un planning précis et une proposition budgétaire claires, assurant ainsi la faisabilité et l'efficacité des actions proposées pour redynamiser le quartier ciblé et améliorer la qualité de vie de ses résidents.

A noter que dès la remise d'offre, AGC pour Renocity a intégré à son dossier des notes réflexives évoquant des prérequis clés pour assurer le succès du projet, sur base de l'expérience du projet d'Alost. Ces prérequis étaient essentiels pour garantir de maintenir la 'recette' Renocity. Ces prérequis, formulés sous forme de notes réflexives, ont été entendus et adressés dans le cadre du projet.

Il est évident que si ces éléments avaient été inclus dans l'appel d'offre d'emblée, nous aurions gagné du temps et réduit une partie de la complexité opérationnelle du projet.

A titre d'information, ces notes réfelxives ont été jointes à la fin de ce rapport.

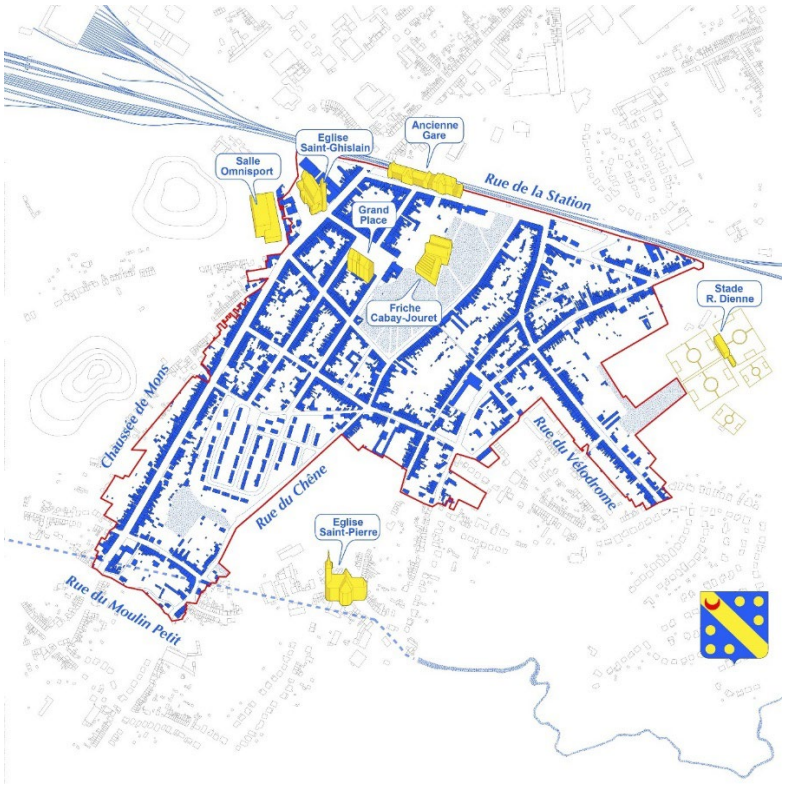
Retour d'expérience – L'appel d'offre, marché public

L'alignement entre l'appel d'offre et l'approche de l'OSS est essentiel pour éviter les points de blocage en cours de processus et la complexité opérationnelle. A titre d'exemple, la mise à disposition d'audits gratuits, la disponibilité d'un budget marketing, la liberté de choix des auditeurs pour l'OSS, etc. sont autant d'éléments constitutifs du succès. Un dialogue préalable pour bien comprendre les modes de fonctionnement entre les OSS potentiels et l'autorité émettant l'appel d'offre est une approche qui peut faire sens.

Contexte de la ville de La Louvière et du quartier de Haine-Saint-Pierre

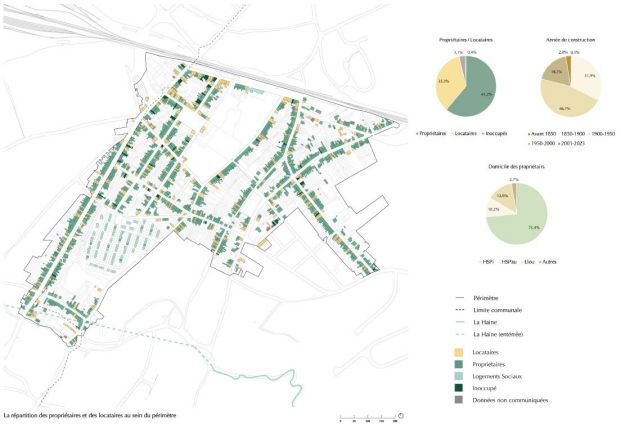
La ville de La Louvière est caractérisée par une riche histoire industrielle. Cependant, certains quartiers, comme Haine-Saint-Pierre, ont connu un déclin économique et social, se traduisant par la dégradation des infrastructures et une diminution de l'attractivité. Le quartier de Haine-Saint-Pierre a été choisi par la Ville en raison de ses besoins spécifiques en termes de rénovation urbaine et énergétique.

Concrètement, le projet vise les quartiers **au sud du chemin de fer et au nord de la Haine**.



Quelques données socio-économiques

Le quartier affiche une **large proportion de propriétaires occupants** (61,2%). A noter que le parc de Logements sociaux, bien que faisant partie du périmètre, n'a pas fait été inclus dans le scope de Renocity.



La répartition des propriétaires et des locataires au sein du périmètre

Le quartier est **qualifié de précaire**. Ci-dessous 2 extraits du Rapport de Lab705, réalisé dans le cadre du projet de Rénovation Urbaine, mené à Haine-Saint-Pierre, en parallèle de Renocity à Haine-Saint-Pierre qui permettent de documenter cet élément de précarité.

Revenu médian par secteur statistique et déclaration (2020 - 2015)

Année de revenu	Code INS	Code du secteur	Nom du secteur	Nombre de déclaration	Revenu total net imposable	Revenu moyen par déclaration	Revenu médian par déclaration
2020	3000	/	Wallonie	2 048 541	67 557 367 931	32 978	24 808
2020	58001	/	La Louvière	44 693	1 261 906 455	28 235	22 212
2020	58001	55022B00-	Quartier du Fond	409	12816748	31337	24440
2020	58001	55022B01-	Haine-Saint-Pierre-Parc	1078	30428807	28227	23556
2020	58001	55022B02-	Haine-Saint_Pierre-Centre	749	17900989	23900	19422
2020	58001	55022C01-	Chef-Lieu	465	11434894	24591	21102
2015	3000	/	Wallonie	2 025 071	60 098 318 063	29 677	22 302
2015	58001	/	La Louvière	44 959	1 142 959 072	25 422	19 793
2015	58001	55022B00-	Quartier du Fond	426	12042636	28269	21477
2015	58001	55022B01-	Haine-Saint-Pierre-Parc	1051	28008917	26650	21844
2015	58001	55022B02-	Haine-Saint_Pierre-Centre	739	16195372	21915	17387
2015	58001	55022C01-	Chef-Lieu	464	10612724	22872	19235

Données Statbel

Le cœur du quartier est très fragile

Le revenu médian par ménage à La Louvière est de 22 212 € en 2020, soit 2 596 € en moins que la Wallonie et 4 200 € en moins que la Belgique.
Le secteur Haine-Saint-Pierre-Centre apparait comme le plus fragile, avec un revenu médian encore bien inférieur à celui de la commune (- 2 790 €), suivi par le secteur «Chef-Lieu»(-1 110 €).

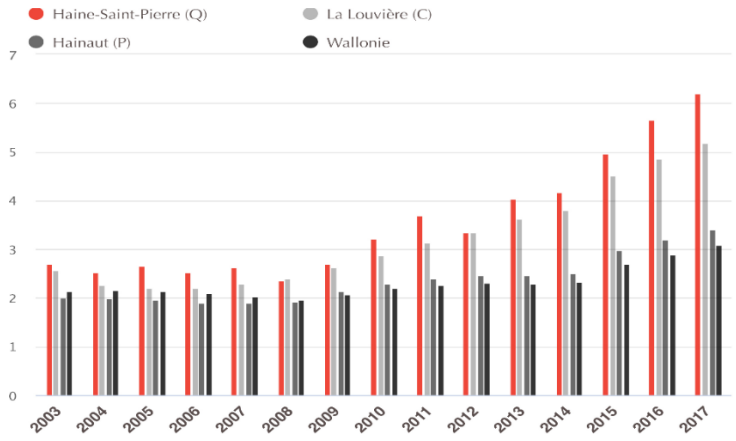
De nombreuses demandes d'aides

Environs 500 dossiers d'aides pour les habitants de Haine-Saint-Pierre

Part de bénéficiaires d'un revenu d'intégration sociale ou son équivalent (RIS ou ERIS) parmi les 18-64 ans*

** Le Revenu d'intégration sociale (RIS) est un revenu minimum attribué par le CPAS aux personnes qui ne disposent pas de ressources suffisantes et ne peuvent y prétendre et qui ne sont en mesure de se les procurer, soit par leur effort personnel, soit par d'autres moyens. (Définition IWEPS)*

Données : IWEPS



4. Renocity à Haine-Saint-Pierre

Chronologie du projet

Le projet RENOCITY a suivi une chronologie structurée. Le processus s'appuie sur l'initiative du citoyen qui est amené à faire le premier pas vers nous, ce qui nous permet de ne pas faire de démarchage. Ce sont les citoyens candidats-rénovateurs qui viennent vers nous avec un projet de rénovation, pour lequel nous les accompagnons.



Pour parvenir à cette première activation, nous mettons en place une phase de pré-communication de sensibilisation à la rénovation énergétique et à la mise en place d'un projet Renocity dans leur quartier (awareness). Nous reviendrons sur les efforts et moyens de promotions au titre 9 de ce rapport.

- **Phase de pré-lancement et de lancement**.

  Diverses initiatives de communication sont mises en place pour annoncer l'arrivée d'un projet dans le quartier d'Haine-Saint-Pierre. Les citoyens peuvent s'enregistrer sur la plateforme pour manifester leur intérêt à être recontactés en priorité au moment du lancement.

Retour d'expérience – La phase de prélancement

La phase de prélancement (awareness) avec un pré-enregistrement possible pour les citoyens (plateforme initiale et sommaire) et l'article dans le journal de la Ville ont été des éléments intéressants de prise de température du quartier.

Il s'agit de créer le Momentum en mettant l'emphase sur le périmètre du quartier cible et sur la durée du projet, « c'est pour vous, ici et maintenant ! ».

Cette phase intermédiaire permet d'activer le quartier tout en préparant le travail de fond : la plateforme (chargement des données du quartier pour les calculs PEB, etc.), la sélection des entrepreneurs et la mise en place des processus avec la Ville et les auditeurs.

La plateforme et le numéro vert, mis en place dans la foulée, sont essentiels. Afin d'inclure les publics non digitalisés.

Trois mois plus tard, la plateforme de rénovation Renocity est mise en ligne et disponible pour les citoyens. Une lettre nominative est distribuée par la Ville, le contenu et le design de la lettre ont été réalisés par Renocity et validés par la Ville. La lettre est cosignée par l'échevin et un flyer explicatif y est joint.

Retour d'expérience – Personnalisation du premier courrier

La qualité et la personnalisation de la première lettre dans les boîtes est clé pour susciter l'intérêt et créer la confiance. La cosignature avec l'échevin a certainement rassuré certains sur la fiabilité de l'initiative Renocity.

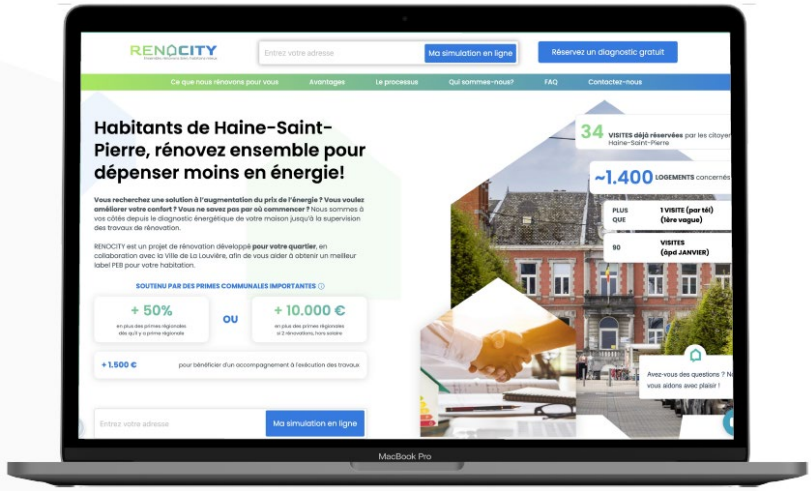
Nous savons aussi que c'est un élément à manier avec précaution, beaucoup de citoyens étant « antisystème » et craignant l'ingérence de la ville.

Il est clair que la perspective des primes, l'audit gratuit et la promesse d'un accompagnement personnalisé sont des éléments clés du déclenchement. La qualité de la première communication (flyers, lettre, coopération avec la ville, clarté et simplicité du contenu, éléments rassurants et motivants, etc.) sont les premiers facteurs de succès du projet. La plateforme d'embarquement est le prochain maillon fort du processus.

- **Phase de lancement**.

  Sur la plateforme, les citoyens ont la possibilité de visualiser leur maison et de consulter les estimations réalisées concernant leur énergie : PEB, isolation, systèmes d'ECS,... ils peuvent ajuster les données en fonction des travaux entrepris ou de leurs objectifs.

  La plateforme permet également de réserver un créneau avec un « coach en rénovation » ou Field Manager. L'agenda du Field Manager est synchronisé avec la plateforme et des créneaux sont progressivement libérés, permettant aux citoyens de choisir un moment qui leur convient.



Retour d'expérience – La Plateforme/ Site Renocity

L'ensemble de la plateforme est conçu pour lever les freins à la rénovation énergétique, avec une approche engageante et focalisée, et quelques éléments clés :

1. Le visiteur reste sur la plateforme, pas de liens externes
2. Le visiteur ne doit répondre à aucune question mais a très vite une idée de sa situation, le budget, les bénéfices, les primes calculées pour son projet, sa maison (il peut adapter son projet, avec un recalcul instantané)
3. Le visiteur est invité à l'action concrète (call to action), réservation du diagnostic qui se fait très simplement dans un calendrier en ligne et avec très peu d'informations à compléter.
4. La plateforme lève les obstacles clés de la rénovation, elle rassure et guide. Elle suscite la curiosité, encourage et crée l'intérêt, sans toutefois contraindre. Elle permet de jouer avec les données sur son propre logement et de s'approprier les éléments clés du budget et des primes (Pack vers le label A ou B, personnalisation, gains CO2, etc.), le tout sur un seul écran et de façon très simple et interactive.

Une fois que le citoyen candidat-rénovateur a pris un rendez-vous, il entre dans le projet Renocity.

Son parcours passe naturellement par plusieurs étapes :

1) *Profiling : compatibilité entre le projet de rénovation et l'approche Renocity*

Une fois que les citoyens candidats-rénovateur prennent contact avec nous (soit en réservant directement un créneau de visite sur la plateforme, soit en prenant contact par téléphone ou par email), Renocity effectue un profiling.

L'étape de profiling nous permet avant tout de nous assurer que les candidats font bien partie du périmètre et ont un intérêt à rénover dans le délai du projet. Cet échange avec le citoyen nous permet également de décider du type de visite qui sera nécessaire (Quickscan / avec / sans audit logement) en fonction du projet du citoyen.

Les questions posées au profiling sont essentiellement les suivantes :

- *Quelle est votre adresse ?*
- *Avez-vous fait des rénovations énergétiques récemment ?*
- *Connaissez-vous le label PEB est votre habitation ? Si oui, possédez-vous un justificatif de celui-ci ?*
- *Avez-vous déjà fait un audite logement ?*
- *Avez-vous déjà une idée de ce que vous voudriez rénover dans votre maison dans un futur proche ?*
- *Comment avez-vous été informé du projet ?*

Dans la foulée, un e-mail de confirmation du rdv est envoyé au citoyen, ainsi qu'un récapitulatif des documents qu'ils peuvent préparer si nécessaire *(confo élec et gaz, factures d'énergie, rénovations précédentes, plans, ...)*.

2) *1ère visite : informations et audit logement*

Le Field manager visite le logement concerné par la rénovation avec le propriétaire. Sur base du profiling, il y a 2 types de visite : soit le Field Manager est seul, soit il est accompagné par un auditeur logement.

Le choix des auditeurs logement était de la responsabilité de la Ville, sur base de marché public. Au total, 120 audits logement pouvaient être distribué

Retour d'expérience – Coopération avec les auditeurs

Travailler avec plusieurs auditeurs indépendants nous a imposé un travail de communication et de mise au point important (choix des créneaux, outils de communication, ajustement à des méthodes et approches diverses). Nous recommandons que 100% des audits soient réalisés par la même société.

gratuitement aux citoyens, car ils étaient financés à 100% par la Ville de La Louvière. Les 40 premiers audits devaient être consommés dans les 4 premiers mois du projet, entre septembre et décembre 2023 et ils étaient inéquitablement répartis entre 3 sociétés d'auditeurs.

La seconde vague d'audits, à réaliser entre janvier 2024 et juin 2024 était réalisée par une seule société d'audit, Immopass. La collaboration était alors plus fluide et l'organisation plus optimisée.

Si un auditeur logement était présent à la visite, il était de sa responsabilité d'évaluer si la visite allait faire l'objet d'un audit logement ou d'un Quickscan, en fonction du projet de rénovation et de la motivation du propriétaire candidat-rénovateur ; ceci afin d'assurer que la distribution des audits logement permettrait un meilleur taux de conversion vers des projets de rénovation concrets.

En revanche, même si un Quickscan était défini, l'auditeur et/ou le Field Manager prenaient toutes les mesures utiles à l'audit logement, afin de pouvoir ultérieurement convertir un Quickscan en audit logement si cela s'avérait nécessaire.

Pendant que l'auditeur réalise son audit, notre Field Manager, Benjamin Nocq, réalise lui aussi une visite du logement afin de définir le projet de rénovation avec le citoyen. Benjamin présente l'entièreté du projet : les contraintes, les possibilités de primes régionales et communales, les démarches administratives nécessaires, … Il évalue ensuite la motivation du citoyen à poursuivre la démarche et ils définissent ensemble les mesures de rénovation pour lesquels Renocity demandera des devis.

Benjamin repart avec **3 éléments clés** :

A. Toutes les photos et mesures nécessaires à la réalisation des appels d'offres auprès des entrepreneurs. Cela permettra aux entrepreneurs de ne pas devoir se rendre sur place pour réaliser un devis. Il s'agit ici d'optimiser le temps et les ressources globales et de renforcer la valeur ajoutée du projet pour les entrepreneurs.

B. Les données socio-économiques du citoyen qui lui permettront de réaliser une première estimation des primes accessibles pour le citoyen.

C. Un document signé de la part du citoyen qui constitue une forme d'engagement : le projet est bien pris au sérieux, le propriétaire sait que pour recevoir son audit logement gratuit il doit réellement envisager d'entreprendre au minimum 2 mesures de rénovation énergétiques.

Retour d'expérience – Première visite

L'idée de la prise de mesures et de photos par le Field Manager lors de la première visite est un élément clé de l'approche Renocity. Elle permet aux entrepreneurs de gagner du temps. Mais aussi au citoyen de ne pas devoir fixer de multiples rendez-vous avec les entrepreneurs. Le Field Manager collecte les informations pour tous les corps de métier. C'est un élément clé de succès, de simplification et d'accélération du processus.

Retour d'expérience – Remettre offre plus vite

Une piste d'amélioration serait que le Field Manager soit capable de remettre offre pour le compte de l'entrepreneur sur base d'une liste de prix, quitte à obtenir une validation de l'entrepreneur avant présentation finale au citoyen (ou même avant signature par le citoyen, donc un peu plus tard dans le processus).

Ceci permettrait de raccourcir les délais de constitution du dossier d'offre car, à la Louvière (contrairement à Alost), nous avons dû réaliser de nombreuses relances auprès des entrepreneurs pour obtenir les offres, avec un impact fort sur le délai entre la première visite et la seconde (VEX, visite explicative de l'audit et des offres).

Une autre approche serait de travailler avec un entrepreneur général plutôt qu'un ensemble de corps de métiers, moins bien organisés, pour une partie d'entre eux sur les aspects administratifs.

Retour d'expérience – Lettre d'Engagement pour audit gratuit

Nous avons dû revoir le document d'engagement car celui-ci représentait un réel frein à la rénovation. Demander un engagement ferme aussi tôt dans un tel projet est difficile. Les premiers leads ont rapidement quitté le projet.

Concrètement, nous avons remplacé la phrase « je m'engage à rénover 2 postes » par « je m'engager à évaluer la rénovation de 2 postes ». Suite à la modification du document, nous avons récupéré tous les citoyens sauf 3 (qui malgré le nouveau document ne voulaient pas signer). Au total 5 citoyens n'ont pas signé le document et non pas poursuivi à cause de cet engagement exigé.

Si le document n'avait pas été revu en urgence par l'équipe Renocity avec l'approbation du Collège, le projet aurait eu peine à atteindre les objectifs de nombre de rénovations déclenchées.

Il est important de noter que l'appel d'offre était formulé en obligation de résultats et non de moyens, la rémunération de Renocity était strictement liée à l'atteinte des résultats, il était donc essentiel d'avoir une latitude d'adaptation des processus si certains éléments ne fonctionnent pas. C'est évidemment compliqué lorsqu'une partie des processus et leur approbation est entre les mains de la ville et non de l'OSS.

3) 2ème visite : remises des offres et de l'audit, estimation des primes

Lorsque le rapport d'audit est prêt et que les entrepreneurs ont remis les devis nécessaires au projet de rénovation, Renocity planifie une seconde visite chez le propriétaire.

L'auditeur logement vient présenter son audit (seulement si octroi d'un audit), et notre Field Manager présente les devis. Le nombre de devis dépend du projet de rénovation bien entendu, mais nous demandons minimum 2 mesures de rénovation énergétique. Ceci a représenté un réel levier d'accélération à la rénovation encourageant les citoyens à pousser leur projet au-delà de la première mesure. A ce titre, la « surprime » communale dès la 2ème mesure de rénovation a participé à cette dynamique, en cohérence avec le document d'engagement qui

Retour d'expérience – 2 mesures de rénovation

Mettre en place un dispositif cohérent pour encourager à aller au-delà de la première mesure est une démarche intéressante. A Alost ce dispositif n'existait pas et vu le contexte de subside en Flandres nous avons eu plusieurs démarches uniques liée aux panneaux solaires à Alost, alors qu'à La Louvière la quasi-totalité des citoyens a entrepris deux et plus de mesures.

lui aussi demandait d'envisager 2 mesures de rénovation pour bénéficier de l'audit logement.

Le Field Manager vient également avec un tableau d'estimations des primes régionales et communales, réalisé en partenariat avec le Guichet Énergie Logement de la Ville de la Louvière : Anne Mathot et Charlotte Verlinden. Ce tableau tient compte des revenus du citoyens et de sa situation familiale, afin qu'il puisse d'avantage se projeter dans son projet de rénovation.

Ces documents permettent aux citoyens de concrétiser son projet. Il reste libre de demander d'autres devis comparatifs, et d'accepter ou de refuser certains devis. Le projet est réellement sur mesure pour chaque cas.

Retour d'expérience – Précalcul des Primes

Le tableau d'estimation des primes appliqué au projet du citoyen, préparé par le Field Manager (et revérifié par le GUEL) sur base de l'audit, des devis et des données socio-économiques du citoyen peut être compliqué à réaliser et peut prendre du temps en fonction des cas, mais il s'agit d'un réel levier d'accélération à la rénovation. Il permet au citoyen de rendre son projet tangible et d'envisager rapidement les options de financement.

La précaution d'usage, « sans engagement » en bas de tableau, s'est avérée essentielle vu les changements et incertitudes sur la politique de primes qui s'est produit entre juin 2024 et février 2025. Cette mention sur tous les documents d'estimation est indispensable.

Les entrepreneurs ont été sélectionnés sur base de plusieurs critères comme les techniques utilisées, la localisation (nous favorisons les entrepreneurs locaux), les prix compétitifs, la qualité des travaux, les délais de disponibilité… mais aussi la liquidité, solvabilité et rentabilité des entreprises afin de minimiser les risques. La liste est ensuite soumise au GUEL de la Ville qui vérifie les accès à la profession afin de garantir l'accès aux différentes primes pour les citoyens.

Le Field Manager informe ensuite les citoyens sur les démarches administratives et transmet les coordonnées des différentes parties : prêt à 0% via la SWCS ou le FLW ; les démarches de prêt d'urbanisme ; la disponibilité du GUEL pour toutes questions sur les primes, etc.

Retour d'expérience - Simplification

Le Field Manager lève une partie de la complexité du cadre des primes et des prêts à taux zéro en 'simplifiant' les explications, en les focalisant et en les adaptant à la situation des citoyens (sur base de son projet et de sa situation socio-économique) mais l'ensemble du cadre reste complexe, un empilage d'obligations, conditions, prérequis, pas toujours abordable pour le citoyen lambda. L'OSS est une solution, mais ressemble à un emplâtre sur une jambe de bois. La première voie est probablement la simplification de l'ensemble du cadre, une révision unique des dossiers, un interlocuteur administratif unique et proactif.

4) Adaptations des offres, démarches de prêt et demande de permis d'urbanisme

Sur base du dernier échange avec le citoyen, l'équipe Renocity s'assure du suivi des différentes démarches : adaptations des devis par les entrepreneurs si nécessaire, suivi de la démarche de prêt à 0% avec Betty Delalune (LLO) et suivi de la démarche de permis d'urbanisme avec Justine Finet (LLO). Tout au long du projet, un suivi hebdomadaire est réalisé avec le GUEL (Anne et Charlotte).

Durant cette phase, il est souvent nécessaire de relancer activement les citoyens qui ont tendance à être moins réactifs lorsqu'il s'agit des procédures administratives. De nombreux efforts sont mis en place pour débloquer les citoyens les encourager à entreprendre leurs démarches administratives et aboutir à leur décision (qu'elle soit positive ou négative, ferme ou sous réserve d'obtention du prêt, de l'accord de l'urbanisme, ou même des primes en fin de projet).

5) Signature et accompagnement de la réalisation des travaux

Une fois les devis signés, la suite de la procédure dépend des cas :

(a) Le citoyen a signé sous réserve d'obtention du prêt 0% ou de son permis d'urbanisme : un suivi régulier est fait entre les équipes Renocity et les équipes de la Ville jusqu'à la signature ferme.

(b) Le citoyen a signé ferme. Renocity propose alors une offre d'accompagnement des chantiers. Cette offre d'accompagnement est valorisée à 1500€ TTC et est subsidiée pour le citoyen (2 subsides possibles : remboursé à 100% par la Ville

de La Louvière, ou financé à 100% par RENOBATEX, dans le cadre d'un projet de recherche). L'accompagnement est réalisé par Benjamin Nocq, le même Field Manager, ce qui nous permet de retirer le fardeau de la planification et supervision de la rénovation pour le propriétaire.

Ce dernier peut également bien entendu faire appel à un autre organisme pour le suivi de chantier (depuis février 2025, nous recommandons d'ailleurs l'offre de suivi de chantier d'Immopass, qui a réalisé l'audit logement des citoyens). Dans ce cas de figure, le citoyen peut bénéficier de la prime de remboursement de la Ville, mais pas du financement Renobatex, car celui-ci est propre à Renocity.

Si le citoyen n'a pas opté pour l'accompagnement, Renocity le met en contact avec l'entrepreneur pour la planification des travaux. Nous lui transmettons également les coordonnées du GUEL en cas de questions concernant les primes.

Si le citoyen a opté pour l'accompagnement, le Field Manager Benjamin s'occupe de la planification des travaux et de l'ordre de ceux-ci. Le citoyen reçoit un guide de rénovation qui clarifie chronologiquement toutes les procédures. Ce document l'accompagne également pour la préparation de ses chantiers. Lors de l'exécution des travaux, Benjamin passe régulièrement et s'assure du bon déroulement de ceux-ci. Il est également présent pour la réception du chantier et se tient à disposition du citoyen pour toutes ses questions.

Durant le parcours, nous avons naturellement perdus des citoyens qui ont quitté les projets pour diverses raisons. Les chiffres sont donnés dans le chapitre suivant.

En Chiffres

Nombre de personnes ayant rénové leur logement

Voici les chiffres effectifs à ce jour. A noter qu'un certain nombre de citoyens ont été perdus et/ou non activés entre octobre 2024 et décembre 2024 suit à la forte incertitude des primes. Nous avons effectivement conseillé, à contre cœur mais avec un sens moral appuyé par notre expérience du quartier, aux citoyens en cours de processus de ne pas signer les devis. Nous estimons avoir perdu une demi-douzaine de citoyens dans ce contexte.

Chiffres au 13/08/2025

~1300 logements activables
152 citoyens ont pris contact avec Renocity
107 citoyens ont été validés en profiling
91 citoyens reçu une 1ère visite
88 citoyens ont demandé offre (après la visite)
78 citoyens ont reçu une 2ème visite (après la visite explicative)
48 citoyens activés = ont signé leurs devis ferme ou sous réserve de l'obtention du prêt à taux zéro ou de l'accord de l'urbanisme

=48 /1300, **taux activation de 3,7%**

Nous estimons avoir perdu une demi-douzaine de citoyens dans le contexte des primes avec des rétractations et des 'mises ai frigo' du projet des citoyens dans le climat d'incertitude du dernier trimestre 2024. Deux citoyens ont essuyé un refus de prêt.

A ce jour, 33 citoyens sont en cours de rénovation avec Renocity ou ont terminé leurs travaux, 3 terminent leurs formalités de prêt à taux zéro et au moins 3 citoyens supplémentaires rénovent sans Renocity à notre connaissance.

= 39 citoyens au moins auront rénové avec Renocity, soit un taux de rénovation de près de 3%

Nous sommes certain qu'un nombre encore plus important de citoyens a été sensibilisé par la démarche et a entrepris une ou plusieurs rénovations dans la dynamique du quartier, inspiré par Renocity mais avec d'autres entrepreneurs, d'autres devis. Et nous en sommes ravis ! Ils ne sont pas comptabilisés ici.

A ce jour le montant des rénovations est estimé à entre 800.000 € et 900.000€ de travaux, qui sont soit déjà réalisés ou soit dans la dernière ligne droite (attente du prêt).

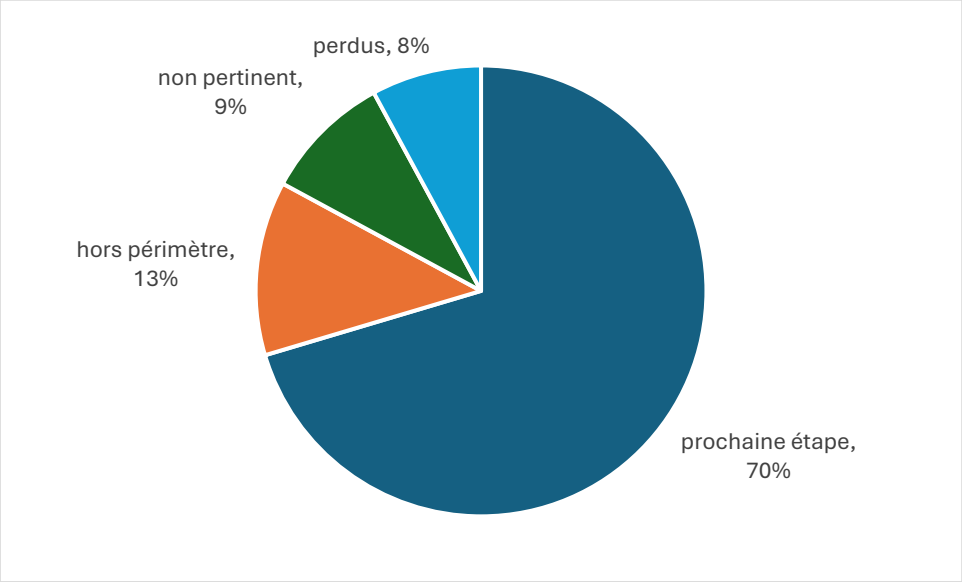
En moyenne, un ménage rénove pour 25.000 €.

Nombre de personnes ayant fait appel à RENOCITY (données au 17/03/2025)

Au total, 152 personnes ont contacté Renocity,

- Soit via la plateforme en prenant directement un rendez-vous,
- Ou en demandant d'abord davantage d'informations via mail ou par téléphone au numéro vert gratuit 0800.

Parmi ces citoyens : 107 ont confirmé leur créneau de rdv, 19 se situaient en dehors du périmètre défini pour le projet , 14 n'étaient pas pertinents pour la suite et 12 ont décidés de s'arrêter à cette étape après avoir pris connaissance des informations.

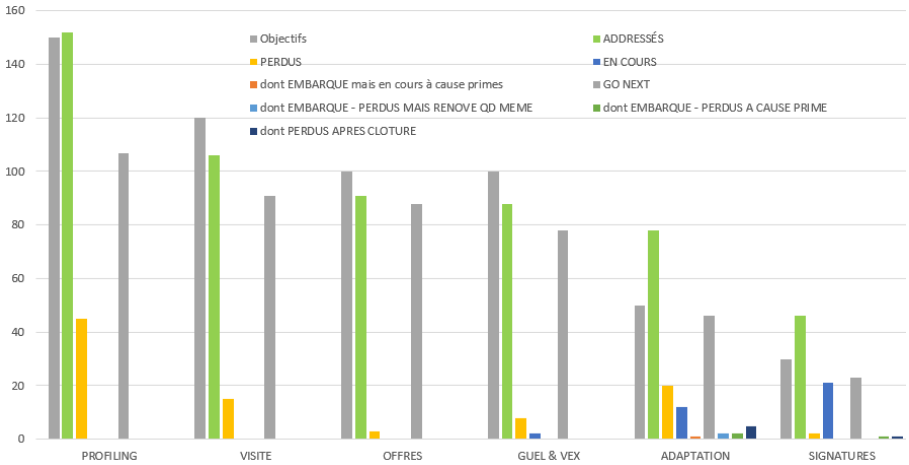


- 9% des leads sont classés « non pertinents » : cela signifie qu'ils ont annulé leur rdv après le profiling, qu'ils n'ont jamais décroché pour le profiling, qu'ils ont déplacés plus de 3 fois le rdv sans motif valable, ou qu'ils sont arrivés après la campagne d'audits gratuits (clôturée en juin 2024).
- 8% sont considérés comme « perdus » : la raison principale est le refus de signer le document d'engagement, mais cela peut également être une méfiance par rapport au projet (2 cas), ou d'autres cas personnels.

Les objectifs du projet tels que mentionnés dans le Marché Public sont des obligations de résultats. Pour que le projet soit un succès, il fallait sensibiliser 50 logements à la rénovation énergétique et concrétiser 30 signatures.

KPIs (indicateurs clés de performance) du projet (AU 17/03/2025)

Le graphique ci-dessus reprend les statistiques globales du projet.

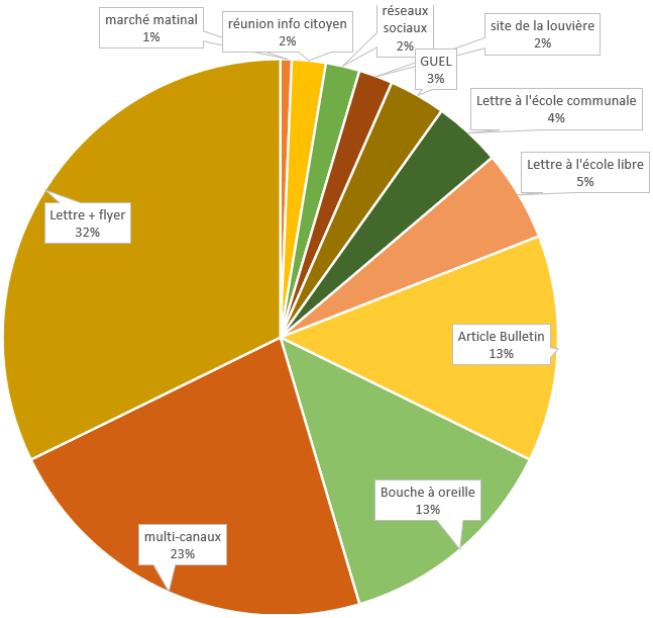


- En gris, nous retrouvons les objectifs du projet.
- En vert, le nombre réel de citoyens adressés à l'étape concernée.
- En jaune, le nombre de citoyens qui quitte le projet à l'étape concernée.
    - Nous constatons une plus grande perte au début du projet, ce qui se justifie par la prise d'information non concluante. C'est un signal positif pour nous : cela confirme la qualité des leads restants.
    - Il y a également une perte un peu plus haute au niveau de l'adaptation des offres et des procédures administratives : cela s'explique par la comparaison des prix, le refus d'un prêt ou d'un permis d'urbanisme ou la volonté d'entamer des rénovations mais pas avec les devis Renocity (en bleu clair).
- En bleu foncé, la situation des chantiers en cours (au 17MAR25).

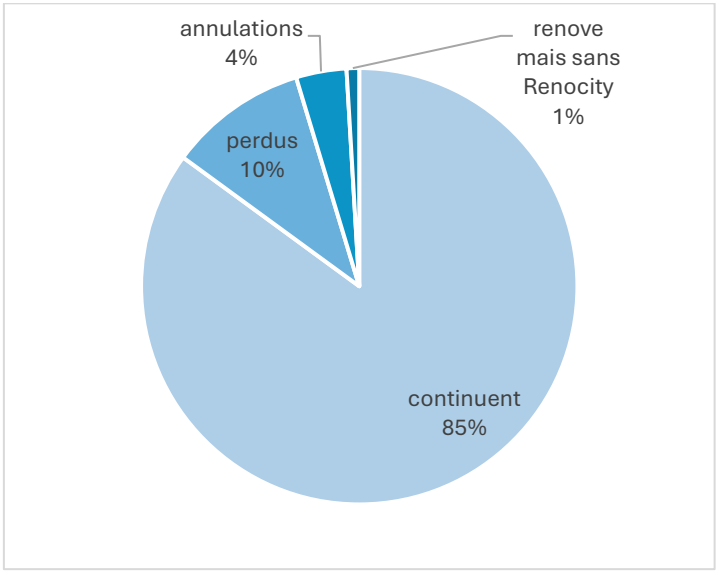
Note : l'étape « GUEL et VEX » correspond à la seconde visite, où le GUEL réalise l'estimation du montant des primes qui pourrait être perçu (sous toutes réserves) et le Field Manager collecte les devis, avant de présenter l'intégralité du dossier de rénovation au citoyen, couplé avec la présentation de l'audit logement effectuée par l'auditeur. Dans notre jargon, nous appelions cette seconde visite « la VEX » (pour Visite Explicative).

La provenance des citoyens candidats-rénovateur est multiples. Comme à Alost, l'envoi d'une lettre nominative à tous les propriétaires du périmètre est très efficace. Cette lettre est envoyée accompagnée du flyer Renocity, signée par le bourgmestre et le directeur général et expédiée dans une enveloppe La Louvière : cela permet d'officialiser le projet et d'arrêter la croyance spam / hameçonnage. On est également certains que la lettre soit ouverte car le logo de la Ville figure dessus : ce n'est donc pas une publicité. À Haine-Saint-Pierre c'est également le bouche à oreille spécifique qui a fonctionné. Enfin, comme nous pouvons le constater, même si certains canaux semblent inutiles, la force

du multi-canal est très importante, le message survient tellement « un peu partout » que les citoyens finissent par prendre action.

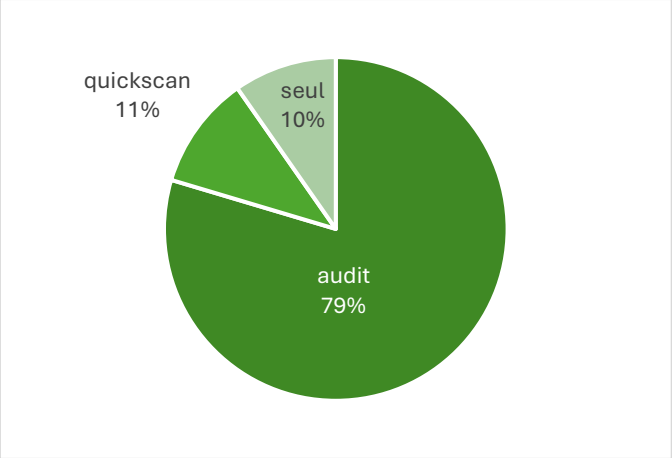


Suite à la première visite, il y a un taux de perte de 15% qui se chiffre comme tel :



Pour les 10% de propriétaires qui quittent le projet à ce stade, les raisons sont variées : le document d'engagement était trop ferme (cf. page 20), les travaux de mise en conformité électrique sont trop importants, le PEB n'est pas si mauvais et donc ce n'est pas urgent à ce stade-ci.

En ce qui concerne l'octroi d'un audit logement gratuit, celui-ci s'est avéré être un réel levier d'accélération de la décision, d'autant plus que contrairement aux autres campagnes d'audit gratuit, celui-ci n'était pas limité à la catégorie de revenus.

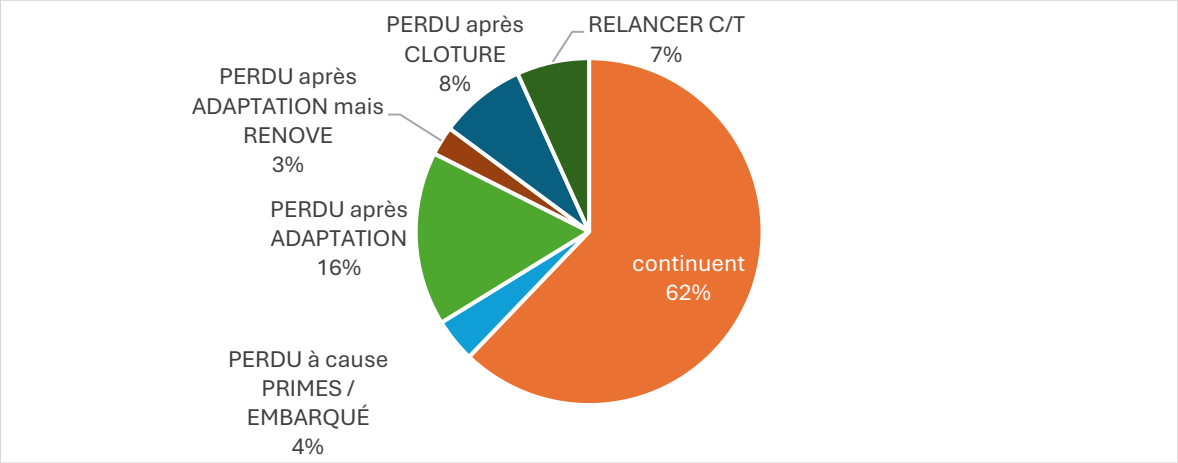


Au terme de la deuxième visite, 91% des ménages continuent. Les causes principales pour les 8 logements qui quittent le projet sont le budget (pour les ménages précaires), revente du bien, volume des travaux trop important, problèmes de santé ou encore personnes âgées qui souhaitent profiter de leurs économies pour assurer une fin de vie sereine.

Au terme de cette 2ème visite, un propriétaire est considéré comme « sensibilisé à la rénovation énergétique » puisqu'il a un rapport d'audit, plusieurs devis, des estimations de primes, toutes les procédures administratives nécessaires et enfin, des explications claires et détaillées sur l'importance de la rénovation de son logement. **Sur l'objectif contractuel de réaliser 50 sensibilisations, Renocity en a réalisé 88**.

Lors de la dernière étape, 62% des ménages encore présents ont signés au minimum un devis avec Renocity. Cela représente près de **40 signatures, sur un objectif contractuel qui était fixé à 30 (17/03/2025).**

Voici la répartition :



- 7% à relancer : ce sont les citoyens pour lesquels aucune décision n'est prise à ce jour (17/03/2025)
- 8% « perdus après clôture » sont des citoyens qui n'étaient pas suffisamment avancé dans leur projet de rénovation pour que celui-ci soit dans le temps imparti

du projet. En effet, le projet Renocity mise sur le fait qu'il est limité dans le temps pour être un levier à la rénovation collective. Ces citoyens n'ont pas été réactifs.

- 3% perdus mais rénove : ils ont signé d'autres devis que les devis Renocity
- 16% sont perdus à cette étape. Il s'agit de citoyens trop peu réactifs qui se sont désengagés au moment de la contractualisation. Certains ont également eu leur prêt refusé par la SWCS (raisons : les toitures ne sont pas rénovées prioritairement, les démarches administratives sont fastidieuses, les revenus ne sont pas stables).

6. Témoignages

L'expérience des citoyens est un élément clé pour évaluer l'impact du projet Renocity. Les témoignages recueillis, tant de manière spontanée que via des enquêtes de satisfaction, permettent de mieux comprendre les forces et les axes d'amélioration du dispositif. Cette section met en avant les retours des citoyens candidats-rénovateurs, illustrant l'importance de l'accompagnement, le rôle central du Field Manager et les effets concrets du projet sur le terrain.

De l'effet déclencheur de Renocity

Les citoyens soulignent combien le soutien de Renocity a été déterminant dans leur décision de rénover :

- *« Je ne me serais pas engagée seule dans les travaux, impossible ! » (Rue J. Tison)*
- *« Sans Renocity, je n'aurais pas pu avoir autant d'informations par moi-même. » (Rue des Combattants a)*
- *« Vous savez, c'est vraiment le parcours du combattant, vous avez tout fait, vraiment tout, et ce depuis 1 an et demi. Les gens vous mettent des bâtons dans les roues. J'arrête à cause de l'instabilité des primes, mais merci, merci pour tous les efforts que vous avez fait pour mon dossier. Votre aide était indispensable ». (Chaussée de Mons c)*
- *« En tout cas, merci pour tout. Les procédures sont tellement fastidieuses que je n'y serai jamais allé et surtout je n'aurais pas continué. » (Rue des Combattants b)*
- *« Désolée de vous remercier seulement maintenant mais vous m'avez bien aidée. Merci pour tout, je ne pensais pas que je rénoverais » (Rue Haute)*

De la qualité et de l'impact du projet Renocity

Au-delà de l'accompagnement technique, le projet a été perçu comme un soutien global :

- *« Renocity est une démarche sérieuse, même le fait de faire une étude de qualité en est la preuve. Ce serait difficile de faire mieux, sauf une personne de plus dans le staff (i.e. pour épauler Benjamin). » (Chaussée de Mons a)*
- *« Le projet Renocity est chouette, il y a une vraie volonté d'aider les citoyens et d'aider la planète. »*
- *« Le guide de rénovation était très clair, il m'a beaucoup aidé pour la suite. » (Rue de l'Alliance n)*

Du rôle du Field Manager

Les témoignages mettent en évidence l'importance d'un accompagnement humain et personnalisé :

- *Interviewer : « Est-ce que savoir que vous alliez être accompagné pendant les travaux était important pour vous ? »*

  Citoyen : « Oui, c'était primordial. Benjamin venait quand c'était nécessaire et c'était rassurant. Je savais que je pouvais lui faire confiance sur toutes les démarches et qu'il arrangerait les choses si un problème survenait. »

- *« Benjamin a bien joué son rôle de conseiller. C'est la bonne personne à la bonne place, avec sa mentalité et son caractère. »*

- *« Benjamin est très professionnel, pointilleux, honnête et transparent. Il est franc et ouvert, j'ai particulièrement apprécié cela chez lui. De sa propre initiative, il m'a contacté pour m'expliquer les couacs de la Ville. »*

- *« Benjamin ? On le voyait souvent dans le quartier, il a dû user ses semelles ! » (Rue de la Hestre)*

De l'importance de l'assistance téléphonique

Les citoyens ont également souligné l'utilité du support à distance, que ce soit par téléphone ou par e-mail :

- *« Encore merci d'avoir décroché une fois de plus. C'est tellement plus facile pour moi de vous appeler, c'est efficace et vous êtes vraiment réactive » (Chaussée de Mons b)*

- *« Merci pour votre aide sur les primes ! C'est essentiel, je ne comprenais rien. Heureusement que vous pouvez m'aider à distance » (Rue de l'Alliance y)*

- *« Merci pour votre sympathie et votre support. J'y vois plus clair, dès que je raccroche avec vous, j'enclenche la suite » (Rue de l'Alliance x)*

- *Heureusement que vous m'avez rappelé, j'avais oublié. J'envoie les documents de « pension cette semaine. » (Rue de l'Alliance z)*

- *« (…) et la conformité gaz ? (…) ouf, heureusement que vous me le dites, je viens de gagner un temps fou ! » (Rue de l'Alliance x)*

- *« Heureusement que vous êtes là, on est tellement perdus avec mon fils… merci de nous tenir informé, c'est grâce vous qu'on rénove ça c'est sûr » (Rue des Déportés)*

Synthèse des retours qualitatifs

La conclusion des divers témoignages nous permet de relever certains points globaux concernant l'approche.

Aspects positifs :

- ✓ **Un accompagnement précieux** : Les citoyens ont souligné l'importance de l'aide apportée par Renocity, notamment pour naviguer dans la complexité administrative.
- ✓ **Un soutien humain et accessible** : La présence régulière du Field Manager et l'assistance téléphonique ont été des atouts majeurs pour rassurer et guider les rénovateurs.
- ✓ **Un impact au-delà des citoyens** : Le projet est perçu comme bénéfique non seulement pour les particuliers, mais aussi pour l'atteinte des objectifs environnementaux.
- ✓ **Des outils clairs et efficaces** : Le guide de rénovation a été particulièrement apprécié pour sa clarté et son utilité dans le processus de décision.

Aspects négatifs

- × **Des obstacles administratifs décourageants** : Les lourdeurs bureaucratiques et l'instabilité des primes ont freiné certains citoyens dans leur projet.
- × **Un manque de moyens humains** : La nécessité d'une personne supplémentaire dans l'équipe a été mentionnée pour améliorer l'accompagnement.
- × **L'impact des décisions politiques** : Les changements de primes en cours de projet et l'absence de réactivité des autorités ont entraîné des blocages et des frustrations.
- × **Un parcours complexe pour les citoyens** : Malgré l'accompagnement, certains témoignages montrent que les démarches restent fastidieuses et dissuasives.
- × **Parfois des devis trop chers** : Nous avons effectivement eu un prestataire trop cher par rapport aux standards du quartier (il avait également un positionnement prix orienté vers les chantiers de taille supérieure et n'était pas compétitif pour des petits chantiers). Nous l'avons peu à peu substitué à un autre prestataire. Certains citoyens se comparaient aussi à des travaux réalisés par eux-mêmes ou un cousin qui..., etc.

7. Ateliers de Réflexion avec la Ville

Organisation et déroulement des ateliers

Afin de récolter des retours pertinents pour ce rapport d'étude, nous avons organisé 2 séances de workshop qui visaient à renforcer la collaboration entre les parties prenantes, mais aussi à préciser ce qui avait bien fonctionné et ce qui nécessitait un ajustement (soit en cours de projet, soit pour un projet futur).

La première session s'est déroulée le 3 juillet 2024 sur une matinée. Elle a eu lieu à l'A6K, espace de collaboration et de coworking disponible à Charleroi et a précédé un lunch et un team building entre les équipes de Renocity et du GUEL.

La deuxième session de workshop, qui visait à adresser la fin du projet, s'est déroulée chez AGC au Technovation Centre de Gosselies, le 11 décembre en après-midi.

Les participant(e)s à ces workshops sont : Charlotte Verlinden et Anne Mathot (pour le guichet énergie-logement de la Ville de La Louvière) ; Valérie Barlet, Benjamin Nocq et Jessica Leclercq (pour Renocity – AGC Glass Europe).

Les workshops ont été organisés de façon similaire, en 2 parties. Après un temps de réflexion individuel, chacun a pu retranscrire ses idées sur des post-it, classés ensuite en plusieurs catégories : à garder / à supprimer / à améliorer / à ajouter ; et ce pour chaque phase du projet (pré-lancement, lancement, suivi de la première vague, suivi de la seconde vague, concrétisation des signatures). Une mise en commun nous a permis de mettre l'accent sur des constats à niveau plus élevé.

Réflexions et pistes d'amélioration issues des ateliers

Le workshop organisé pour réfléchir au projet Renocity a permis d'identifier plusieurs points clés et pistes d'amélioration afin d'optimiser la gestion du projet et améliorer l'expérience des citoyens. Nous reprenons ici les éléments les plus importants.

Collaboration et organisation du projet	
Points positifs	**Axes d'amélioration**

• La collaboration entre les acteurs impliqués, notamment le GUEL et Renocity, a été déterminante pour le succès de la deuxième vague d'audits.
• Les outils numériques (plateforme en ligne, lettre envoyée aux citoyens) ont facilité la
	• **Planification et délais** :
	  ○ La gestion des délais doit être plus flexible, notamment au niveau du marché public.
	  ○ La première vague d'audits a connu un goulot d'étranglement, avec des équipes

communication et la gestion du projet.	fort sollicitées pendant les trois premières semaines. • **Processus internes :** o Simplifier les démarches administratives et les interactions entre acteurs pour garantir une meilleure fluidité. o Optimiser l'organisation des créneaux de rendez-vous pour éviter une surcharge de travail pour les équipes et les citoyens. A ce titre les contraintes des fins de marché publics sont élevées. Ex : fin décembre on devait avoir réaliser 30 AUDITS LOGEMENTS si on voulait épuiser le marché public.
Optimisation des audits	
Points positifs	**Axes d'amélioration**
	Définition des rôles : Clarifier le rôle du Field Manager et des auditeurs pour éviter les erreurs et garantir la qualité des audits dès le marché public. Centraliser l'audit au sein d'une seule société pourrait accélérer le processus et garantir une cohérence dans les pratiques.
Expérience citoyenne et communication	
Points positifs	**Axes d'amélioration**
• La diversité des canaux de communication et la personnalisation du service sont des atouts du projet. • La mise en place d'outils numériques (plateforme de réservation en ligne, numéro 0800) a été efficace et très bien accueillie.	• **Créneaux de réservation** : Offrir plus de plages horaires en soirée et le week-end pour mieux répondre aux disponibilités des citoyens. • **Simplification du parcours** : Rendre encore plus clair et plus simple le processus de sélection des citoyens et l'attribution des audits et des Quickscan.

Gestion des dossiers de rénovation	
Points positifs	**Axes d'amélioration**
	1. **Qualité des offres** : Veiller à la diversité et à la qualité des entrepreneurs sélectionnés. 2. **Transparence du système de primes** : Rendre les aides financières plus accessibles et compréhensibles. 3. **Accompagnement administratif** : Proposer un soutien plus personnalisé pour les démarches complexes (permis d'urbanisme, financement, etc.).

Bien que le projet Renocity ait rencontré de nombreux succès, plusieurs axes d'amélioration restent à explorer :

- **Renforcer la collaboration entre les parties prenantes, y compris avec les entrepreneurs.** Plusieurs ont été lents sur les remises d'offres. Nous avons dû beaucoup les relancer ce qui nous a demandé beaucoup d'énergie. Cela a également retardé la présentation des dossiers aux citoyens, parfois nous attendions une offre sur les 4 par exemple.

  Un entrepreneur nous a quitté en cours de projet. Nous avons trouvé une alternative mais certainement le nombre d'offres à réaliser pour les entrepreneurs, versus le nombre de projets gagnés reste un enjeu et un point d'attention, surtout pour des mesures de rénovation coûteuses, comme l'isolation des façades souvent repris en devis à demander, mais rarement adopté par les citoyens (vu le coût de l'isolation des façades).

  Une entrepreneur s'est révélé être sur un positionnement prix trope élevé. Nous avons progressivement reporté les demandes sur un second partenaire, tout en défendant le positionnement de forte qualité du premier entrepreneur, très apprécié pour sa qualité et son service.

  Une option est de rendre le Field Manager autonome dans la première remise d'offre, avec liste de prix et estimation par lui-même avant demande aux entrepreneurs. Ce n'est évidemment pas facile lorsque plusieurs métiers sont inclus dans le scope.

- **Bien évaluer les délais versus les moyens mis en œuvre** (par exemple les délais du marché public pour les audits n'étaient pas compatibles avec les moyens mis en œuvre pour les réaliser).

- **Simplifier les processus** pour que ce soit plus simple à communiquer aux citoyens.

8. WHITE PAPER – Réflexion & recommandations au sujet des procédures administratives (primes, prêt, etc.) liées à la rénovation énergétique du résidentiel

L'un des principaux freins identifiés au cours de la démarche Renocity à Haine-Saint-Pierre réside dans **l'instabilité et la complexité des procédures administratives**. Qu'il s'agisse des mécanismes d'octroi de primes, des systèmes de financement ou des démarches d'urbanisme, ces processus sont souvent inadaptés à une idée de 'massification' et à l'ampleur du défi de la rénovation énergétique.

Face à ces obstacles, il apparaît essentiel d'opérer un **changement structurel**, impliquant à la fois les Villes et les pouvoirs publics régionaux. Une simplification et une harmonisation des procédures permettraient d'accélérer les rénovations, de rassurer les acteurs du secteur et de garantir une approche plus efficace et cohérente.

Sous forme de 8 thématiques, nous avons repris les problématiques rencontrées et nous faisons des propositions et des recommandations concrètes pour chacune d'entre elles. Dans certains cas nous mettons en question des pratiques. Nous espérons vivement que ces thématiques et les propositions faites seront évaluées et prises en compte par les acteurs qui portent le cadre de la rénovation en Wallonie et, même plus largement, en Belgique.

THEMATIQUE 1 : La Lettre d'engagement

PROBLEMATIQUE

CONTEXTE : Lors de la visite de l'auditeur logement et du Field Manager, les citoyens devaient s'engager, à travers la signature d'un document, à mener deux mesures de rénovation pour avoir accès à l'audit logement gratuit.

Nous avertissions aussi les citoyens par téléphone que c'était un prérequis à l'audit logement gratuit. Ceci avant la visite, lors de la confirmation du lieu et de l'heure de rendez-vous, au cours d'un premier échange de profiling. Si les citoyens étaient motivés mais informaient d'emblée qu'ils ne pouvaient absolument pas s'engager à cela, nous leur proposions un QUICK SCAN.

NB : Cet échange était aussi destiné à écarter les personnes qui ne rentraient pas dans les conditions du projet, par exemple les citoyens hors périmètre ou n'ayant pas l'intention de rénover prochainement.

CONSTAT : La première lettre d'engagement était trop ferme *« je m'engage à rénover »* → 80% des citoyens n'ont pas voulu signer et le processus s'est vu

bloqué pour eux. A noter que dans le cadre du projet Renocity à Alost, l'audit (diagnostic PEB) était gratuit d'emblée, sans engagement particulier.

REACTION : Renocity a rapidement fait un retour d'expérience auprès du GUEL. Nous avons reçu un écho positif qui nous a permis de reformuler l'engagement sous la forme de *« je m'engage à évaluer la possibilité de rénover »*. Ceci a néanmoins exigé l'approbation du Collège Communal et induit un délai dans le processus. Cela a aussi généré une surcharge administrative pour l'équipe Renocity (recontacter les citoyens après accord du Collège, etc.).

IMPACT : Nous avons dû mettre des dossiers en attente et les rouvrir après approbation du Collège de la nouvelle formulation, proposer la nouvelle formulation, faire le suivi des signatures, etc.

RESULTAT

- ➔ Nous avons récupéré tous les citoyens sauf 3 parmi ceux déjà visités, qui malgré la nouvelle formulation ne voulaient pas signer.
- ➔ Au total, 5 citoyens n'ont pas signé le document et n'ont pas poursuivi à cause de cet engagement au cours du projet.

RECOMMANDATIONS

1.1. **Se poser la question du bien-fondé de l'audit logement**, qui n'existe pas en Flandres. Le PEB est une des motivations pour rénover, pourquoi rajouter un audit logement ? Combiner les deux, appliquer les mêmes métriques, les mêmes approches, combiner l'outil afin qu'il remplisse les deux finalités.

1.2. **Conserver la proposition d'audit gratuit** dans le contexte de la rénovation par quartier (l'audit payant est un frein réel) menée par des OSS ou des PLRE ou autres outils de soutien à la dynamique de rénovation. Les audits gratuits ont permis d'embarquer des citoyens qui n'auraient pas rénover de leur propre initiative.

1.3. Si l'audit logement est maintenu et si le projet de rénovation par quartier finance d'une manière ou d'une autre l'audit logement, **garder une forme d'engagement** (pour éviter de distribuer des audits gratuits aux citoyens peu motivés), mais réfléchir au « véhicule » d'engagement et au moment opportun pour demander cet engagement. En effet, l'engagement à la rénovation à un stade aussi précoce (1er appel, 1ère visite) est contraignant pour le citoyen qui s'informe dans un premier temps et n'est pas encore convaincu du bien-fondé de la démarche pour lui-même.

1.4. Pour ce qui concerne le contenu de l'engagement, **réfléchir à ce qui est exigé**. Dans notre cas il s'agissait d'un engagement à considérer 2 mesures de rénovation.

- POINT POSITIF : dans le cadre de Renocity, cela a immédiatement donné le ton, nous voulions que les citoyens aillent plus loin et considère plus qu'une mesure de rénovation. C'était aussi cohérent avec la primes spécifique Haine-Saint-Pierre de 10.000€ qui pouvait être utilisée si au moins deux mesures de rénovation étaient mises en œuvre. Techniquement cela a poussé certains citoyens à réellement considérer et mettre en œuvre deux, voire trois ou même plus de mesures de rénovations.

- POINT NEGATIF : dans certains cas, nous avons été amenés à demander des devis pour une deuxième mesure de rénovation alors que nous pouvions percevoir que ce ne serait pas effectivement mis en œuvre. Cela induisait une perte de temps pour nous et pour les entrepreneurs.

Illustration
« Je vais isoler ma façade. Mais je n'aurai pas les moyens de faire autre chose. », mais comme l'audit est indispensable pour avoir les primes et que le citoyen doit s'engager « à considérer » deux mesures de rénovations, il demande un second devis…qu'il n'acceptera / ne réalisera pas.

THEMATIQUE 2 : Les primes régionales wallonnes

PROBLEMATIQUE

Le processus d'octroi de la prime régionale wallonne est long, complexe, incertain et fastidieux.

EXEMPLES DE COMPLEXITE/OBSTACLE ET PROPOSITIONS

COMPLEXITE /OBSTACLE : Il faut un audit logement pour l'obtention des primes, alors que ce dernier n'est qu'un diagnostic qui laisse ensuite le citoyen seul devant toute la complexité d'action. Cet audit n'est pas exigé en Flandres.

2.1. **Lever l'obligation d'audit logement,** faire confiance que les citoyens feront ce qui est pertinent pour améliorer leur PEB, leur confort de vie et la consommation énergétique de leur maison. Le cas échéant, accorder ce privilège dès lors que le citoyen embarque dans un train de rénovation ou est assisté par un organe reconnu.

2.2. **Transformer l'auditeur logement en un accompagnateur de projet de rénovation (quasi équivalent au Field Manager).** Il connait le dossier de la maison et peut aider le citoyen à de nombreux niveaux : faire les demandes de devis à les comparer, superviser les travaux, collecter les annexes techniques, etc. Il peut aider pour les dossiers de primes.

COMPLEXITE /OBSTACLE : Les annexes techniques sont parfois fastidieuses à obtenir. Les entrepreneurs ne sont pas systématiques dans la livraison de ces dernières. Il est utile, dans certains cas, que ces annexes soient revues par une personne compétente pour confirmer la cohérence avec l'audit.

2.3. **Imposer une responsabilité forte à l'entrepreneur sur la disponibilité des annexes techniques** (p.ex. exigé avant le paiement du solde).

2.4. **Proposer un soutien pour les publics moins compétents** qui couvre ces aspects de collecte des annexes techniques.

COMPLEXITE /OBSTACLE : Il n'y a aucune garantie de la disponibilité des primes pour le citoyen : la mention *« sous réserve de budget disponible »* rend l'ensemble du cadre non fiable. Certains citoyens n'y croient pas. Cette incertitude transforme la prime, non pas en incitant à la rénovation mais, en 'cerise sur le gâteau' : « si je l'ai c'est bien mais je ne compte pas dessus ». Evidemment les personnes en situation précaire sont dès lors peu motivées/concernées par les primes.

2.5. **Assurer la disponibilité des primes et donner un engagement ferme, non réversible dans le chef de l'entité qui octroie la prime** : dès lors que le citoyen a signé son devis, les primes devraient être garanties (voir aussi la Thématique 3).

COMPLEXITE /OBSTACLE : Les règlements et formulaires sont complexes et exigeants administrativement. C'est en soi un blocage pour certains citoyens.

2.6. **Simplifier** les démarches administratives pour les citoyens. Encore simplifier, revisiter l'ensemble du processus. Redesigner le parcours complet du citoyen.

2.7. **Envisager un dossier citoyen unique** avec des documents préremplis, des rappels de délais, des accompagnements en dehors des heures de bureaux, ou à distance, etc. (*voir Livrable 5 - Outil IT d'aide à l'Accompagnement au Suivi de Chantier dans le cadre du Projet de Rénovation Energétique par Quartier, Renocity - La Louvière*).

2.8. **Mettre en place un vrai guichet unique** : primes /prêt /urbanisme /etc.

2.9. **Assurer une prise en charge complète et gratuite pour certains publics** de l'ensemble des formalités.

QUELQUES ELEMENTS DE COMPLEXITE PLUS TECHNIQUES

COMPLEXITE TECHNIQUE : La Prime toiture. Il en existe deux différentes, une s'il y a un audit logement et l'autre sans audit logement. La prime avec audit logement est nettement plus avantageuse que sans audit. Cela induit une forme de confusion et de complexité.

2.10. **Simplifier, uniformiser** la prime toiture.

2.11. Si une telle différence est maintenue, indiquer et rappeler aux citoyens les deux cas de figures de façon claire et simultanée. Il doit **pouvoir arbitrer clairement entre les deux approches.**

COMPLEXITE TECHNIQUE : La primes pour le remplacement des vitrages sans remplacement des châssis.

2.12. **Inclure ce cas de figure du remplacement du verre sans remplacement du châssis** dans les approches primes de façon claire et simple.

COMPLEXITE TECHNIQUE : Dans certains cas, des épaisseurs d'isolant spécifiques sont exigés pour un élément de la maison comme prérequis au subside d'un autre élément. Nous avons par exemple été confronté à un changement des conditions d'octroi dans ce sens. Cela peut induire de devoir refaire le premier élément alors qu'il a été réalisé il y a peu ou alors qu'il est encore en bon état, avant de pouvoir faire toute autre rénovation subsidiée. Les situations sont parfois imbriquées et peuvent mener à des démarches non efficaces ou dénuées de bon sens.

2.13. **Avoir une marge d'acceptation sur les épaisseurs d'isolants** dans les cas où de rénovations ont été faites sur base de conditions de primes précédentes et sont encore en cours de vie. Il est absurde (et écologiquement incohérent au vu de l'usage de nouveaux matériaux) de retirer et remplacer un isolant car il manque un ou deux centimètres alors qu'il était conforme aux exigences d'il y a quelques années, mais ne l'est plus, ceci pour obtenir les subsides sur d'autres rénovations.

THEMATIQUE 3 : Modification, en cours de projet, du régime de primes régionales wallonnes.

PROBLEMATIQUE

CONTEXTE : Dès les élections de juin 2024, une forte incertitude s'installe concernant la continuité du régime des primes régionales wallonnes.

REACTION : Avec l'équipe, nous décidons de proposer aux citoyens en cours de projet et proche de la signature de leurs devis de suspendre les signatures de leurs devis afin de ne pas risquer de mettre certains en difficulté (certains citoyens ne pourraient juste pas honorer leurs factures sans le soutien des primes).

IMPACT

- Cela a induit une dynamique contraire à celle mise en place depuis plusieurs mois, où nous aidions chaque citoyen à faire avancer son projet : « ne signez pas vos devis ». Mais il nous a semblé important d'obtenir des clarifications au sujet des primes et de ne pas mettre les citoyens en difficulté.
- Cela a généré une surcharge administrative de suivi et de communication significative, à un moment où le projet devait progressivement se clôturer.
- Nous avons dû prolonger le support aux citoyens pendant plusieurs mois.
- Lorsque le régime de prime a été confirmé (un nouveau et un ancien sous conditions), nous avons rappelé en urgence tous les citoyens concernés pour les guider afin de maintenir leur ancien régime. Les délais étaient très courts, 48h dans certains cas !

RESULTAT : Nous avons perdu une part des citoyens qui auraient pu poursuivre, soit parce qu'ils nous ont quitté à cause de cette incertitude, soit parce qu'à ce stade du projet nous avons renoncé à réactiver une partie d'entre eux (par manque de temps notamment).

A LONG TERME : Ce type d'instabilité et d'incertitude s'inscrit dans les mémoires et détruit la confiance dans les dispositifs d'aide parfois pour plusieurs générations. Les dispositifs de soutien perdent leur nature d'incitant pour devenir des éléments 'bonus si on l'obtient' / 'cerise sur la gâteau'. De ce fait, ils ne bénéficient, au final, qu'aux publics qui ont les moyens et perdent leur cible des publics plus précaires, qu'il faut effectivement aider financièrement pour encourager à rénover.

RECOMMANDATIONS

3.1. Le régime de primes ne devrait pas être tributaire des cycles électoraux si nous voulons rester cohérents vis-à-vis des politiques de

rénovation énergétique et des objectif climatiques à moyen et long terme. Cela doit être un 'contrat' avec le citoyen avec une durée fixe. Ces dispositifs doivent bénéficier d'un cadre stable et d'une transition adaptée pour garantir la continuité des projets.

3.2. La révision 'en urgence' du régime de primes peut être justifiée pour des raisons d'équilibre budgétaire ou autre urgence politique (type COVID, etc.), mais elle doit s'accompagner de mesures garantissant une progressivité pour les citoyens qui sont déjà engagés dans un processus. Les **changements de régime de primes ne peuvent s'appliquer si les citoyens ont déjà signé un devis**, ou mieux encore dès lors qu'un devis est en cours de validité au moment du signalement du changement de régime de primes.

3.3. De même en cas de changement de régime de primes, **on ne peut pas raisonnablement imposer des délais de quelques jours aux citoyens pour réagir ou de 48h dans certains cas, sans aucun préavis de la nature du changement.** Un délai de six semaines parait être plus acceptable (il prend en compte des aléas d'indisponibilité temporaire, de type vacances, santé, etc.)

3.4. **Les initiatives telles que les OSS (One Stop Shops), PLRE (Plateformes Locales de Rénovation Énergétique) et TRE (Trains de Rénovation) pourraient bénéficier d'une procédure préférentielle** pour éviter les interruptions brutales qui génèrent, pour eux, un manque à gagner important, une incertitude particulièrement complexe à gérer et décourageante pour mener d'autres initiatives.

THEMATIQUE 4 : Prime « Haine-Saint-Pierre / Renocity »

PROBLEMATIQUE

CONTEXTE : Dans le cadre de l'appel d'offre La Louvière avait prévu de débloquer un budget pour encourager spécifiquement le projet de rénovation par quartier à Haine-Saint-Pierre. Ensemble avec la ville et le GUEL en particulier, nous avons désigné la prime spécifique. Notre objectif étant de stimuler la rénovation nous avons imposé que deux mesures de rénovations éligibles aux primes régionales wallonnes soient incluses dans le projet des citoyens pour bénéficier de la prime supplémentaire de 10.000€ maximum par logement.

IMPACT : Cela a réellement poussé les citoyens à rénover plus que leur idée initiale. Cela a été un réel levier de rénovation. Le candidat pouvait choisir entre la Prime Travaux (valable pour toute La Louvière et qui prévoyait un complément de prime équivalent à 50% de la prime Wallonne).

RECOMMANDATIONS

4.1. **Mettre en place une prime spécifique et attrayante** pour un projet de rénovation par quartier contribue significativement à « créer le Momentum ».

4.2. **Concevoir la prime spécifique comme un encouragement à aller plus loi**n que l'approche step-by-step habituelle des citoyens (une mesure à la fois) en y incluant une condition simple et facile à comprendre, de 2ème rénovation ou de rénovation plus profonde.

4.3. **Poser une réflexion sur le montant de cette prime** de façon à ce qu'elle soit attractive pour faire cet « extra mile » tout en gardant une logique économique.

4.4. **Garder l'idée de concevoir la prime ensemble entre la Ville et le porteur de projet de rénovation par quartier** permet de partir d'un contexte spécifique et d'ajuster la prime aux conditions du projet (délais, montants, etc.)

4.5. **Veiller à une formulation simple** des conditions de primes de façon à ne pas complexifier la réflexion du citoyen et la communication vers ce dernier.

4.6. **Tenir compte des délais d'approbation** du projet de prime spécifique (approbation Collège, etc.) pour planifier le démarrage du projet.

THEMATIQUE 5 : Instabilité des primes communales

PROBLEMATIQUE

CONTEXTE : À la suite des élections, outre l'incertitude sur les primes régionales wallonnes évoqué dans la thématique 3, le nouveau Collège communal n'a pas non plus reconduit le régime de primes communales précédemment sécurisé pour le projet, créant une incertitude complémentaire pour les deux primes précitées (« Haine-Saint-Pierre » et « entité La Louvière »).

IMPACT : Cette instabilité a contraint Renocity à renforcer encore davantage la communication aux citoyens évoquées dans la thématique 3 ci-dessus, à savoir conseiller aux citoyens en cours de projet avec Renocity de suspendre leur projet. Comme indiqué, c'était contraire à notre objectif et à l'ensemble de la dynamique apportée au quartier de Haine-Saint-Pierre, mais cela aurait mis certains citoyens en situation inacceptable financièrement, s'ils s'engageaient auprès des entrepreneurs sans vision sur le cadre de primes.

Il est à noter, que la communication de ceci vers les citoyens a été prise en charge par Renocity. Nous souhaitons cependant soulever la complexité de cette démarche de communication dans la mesure où, après les élections communales, nous avons été confrontés à une réelle lenteur des processus de décisions de la part du Collège, avec des reports successifs de mise à l'ordre du jour et de décision. Comme pour les primes régionales, l'impact des élections a été considérable, retardant et interrompant la dynamique engagée avec les citoyens, de même que la confiance dans le régime de primes dans son ensemble.

RECOMMANDATIONS

Outre les recommandations reprises en Thématique 3 ci-dessus, pour ce qui concerne les primes régionales et qui s'appliquent également ici, nous partageons ici des éléments plus précisément liés aux primes communales.

5.1. Lorsque le budget de prime communale est voté pour des rénovations énergétiques, il doit être sécurisé dans une enveloppe dédiée et validée par le Collège communal, avec une obligation de continuité pour le Collège à venir si le projet dépasse la période couverte par le mandat en cours. Ceci afin d'éviter qu'en cas de changement de majorité en cours de projet, les engagements soient maintenus.

THEMATIQUE 6 : Prêt à Taux Zéro

PROBLEMATIQUE

CONTEXTE : Au moment du projet Renocity, un prêt à taux zéro était disponible pour la rénovation énergétique. Il s'avère être indispensable pour une grande partie des citoyens de Haine-Saint-Pierre. C'est un facteur essentiel pour déclencher la rénovation.

Une excellente communication se met très vite en place entre la cellule prêt de la Ville de La Louvière et l'équipe Renocity.

COMPLEXITE : **Administrativement**, la procédure à charge des citoyens reste fastidieuse, certains citoyens prennent des semaines à rassembler les documents pour compléter leur dossier de prêt. Certains se découragent en route.

COMPLEXITE : **Nouvelle visite d'expert**. Alors que les citoyens ont un audit logement et les conseils d'un auditeur, transmettent les devis et sont assistés de l'expert Renocity et des guichets de la Ville, un expert lié à la demande de prêt doit encore passer pour valider l'approche. Il doit reprendre un rendez-vous avec le citoyen et il repasse l'ensemble du dossier technique en revue. Parfois il revient avec des commentaires nouveaux, induisant, dans certains cas, une dissonance auprès des citoyens.

COMPLEXITE : **Délai d'examen**. Les délais de traitement des dossiers sont souvent de plusieurs semaines, voire 2 à 3 mois. Un délai de 3 mois est prévu pour les procédures papier et de 3 semaines en théorie, si le citoyen ou l'antenne locale a utilisé Appi Crédit.

Ceci, sachant qu'une banque donne un accord en 2 à 3 jours, il est clair que le processus devrait être optimisé.

A noter que des processus accélérés existent, à l'instar de celui mis en place par Renoplus avec la SWCS. Ils permettent, en principe, des traitements plus rapides. Ils sont à explorer mais surtout à généraliser. Ils devraient pouvoir être mis en place beaucoup plus rapidement et facilement avec les PLRE, les TRE et les OSS de la rénovation énergétique.

RECOMMANDATIONS

6.1. **Maintenir le prêt 0%,** car c'est un réel levier de motivation INDISPENSABLE pour permettre à tous de financer leurs travaux de rénovation.

6.2. **Favoriser l'utilisation d'Appi Crédit** par les antennes locales en résolvant les problèmes auxquelles elles font face (par exemple lorsqu'elles assistent un citoyen non digitalisé). Appi Crédit devrait devenir un outil plus simple que la version papier, y.c. pour les cas particuliers.

6.3. **Diminuer le nombre de personnes qui relisent un dossier** ! Sur toute la chaîne : primes régionales, communales, techniques, audit, prêt, urbanisme !

6.4. **Généraliser et rendre accessible les processus accélérés** pour les PLRE, les TRE et les OSS de la rénovation énergétique.

THEMATIQUE 7 : Permis d'Urbanisme

PROBLEMATIQUE

CONTEXTE : Pour beaucoup de citoyens réaliser une rénovation énergétique est perçu comme un processus complexe et risqué (les décisions à prendre ont un impact financier et structurel sur leur maison). Ajouté à cela se greffe une crainte que nous avons rapidement identifiée dans le quartier : la peur de la révision cadastrale, la crainte de contraintes urbanistiques complexes.

ACTIONS

Nous avons clairement communiqué sur le fait que la plupart des rénovations énergétiques n'avaient pas d'impact sur le revenu cadastral.

Avec l'équipe de la Ville et de l'urbanisme, mais aussi avec le support de Lab705, nous avons également répertorié les contraintes urbanistiques et les cas précis pour lesquels les citoyens devraient faire une demande de permis.

IMPACT : C'était une excellente initiative pour informer d'emblée les citoyens des démarches à entreprendre en fonction des types de rénovation ou des techniques utilisées. Cela a permis de faciliter une série de démarches et d'en éviter une partie également.

Cela dit nous avons quand même été confrontés à des dossiers plus complexes qu'attendus, dont nous reprenons un exemple représentatif ci-dessous.

CAS 1 : *Un citoyen souhaite isoler sa façade (type de rénovation vivement encouragée et relativement rare vu le coût de la mesure). Lors de la remise du dossier, l'urbanisme aperçoit une terrasse, précédemment réalisée mais non déclarée. Il s'avère que cette terrasse a été réalisée préalablement à l'acquisition du bien par le citoyen actuel. Pour faire preuve, il doit :*

1. *Prouver que la terrasse a plus de 20 ans, pour prétendre à l'amnistie*
2. *Fournir des preuves de construction de la terrasse avec des factures etc. datant de plus de 20 ans*
   - *« (…) par exemple une photo qu'un de vos voisins aurait pris durant un barbecue début des années 2000 et on verrait derrière que la terrasse est déjà là. La photo doit évidemment être datée. »*
   - *« Vous avez acheté la maison il y moins de 20 ans et la terrasse était déjà là ? Alors recontactez l'ancien propriétaire* (NDLR : celui qui a vendu sa maison il y a 10 ans…) *pour lui demander la preuve de la construction de la terrasse. »*

CAS 2 : Le service urbanisme accepte au premier rendez-vous un graphisme que le citoyen intègre à sa demande avec confiance. Au moment où le dossier est

remis un autre réviseur prend le dossier en charge et refuse le graphisme. Suite à un échange constructif entre l'Urbanisme et Renocity, nous dégageons une piste et le visuel est validé.

RECOMMANDATIONS

7.1. Dans le cadre de rénovations lourdes et coûteuses telles que l'isolation de la façade, une certaine flexibilité/amnistie sur les infractions passées devrait être accordée.

7.2. Pour un OSS, PLRE, TRE un travail préliminaire cadrant ce qui sera permis ou pas comme éléments graphiques pourrait être préparé.

7.3. Un réviseur unique pour le dossier d'urbanisme. Pas de changement de personne de contact durant la procédure. La personne qui a émis l'avis lors de la rencontre est la personne qui suit l'intégralité du dossier.

9. Réflexion sur les Moyens de Communication

Communication physique et digitale mise en place

Comme cité précédemment, le projet contient un volet de participation citoyenne. Renocity a la particularité de ne pas « aller chercher » les candidats rénovateurs. Nous parlons du projet, nous sensibilisons le périmètre et nous apportons un maximum d'informations, mais ce sont les citoyens qui nous contactent. Cela est essentiel dans notre approche : c'est leur projet, leur démarche, leur motivation.

Pour sensibiliser et faire connaitre le projet, nous avons mis en place de multiples campagnes, largement soutenu par La Ville de La Louvière qui a financé 100% des supports marketing.

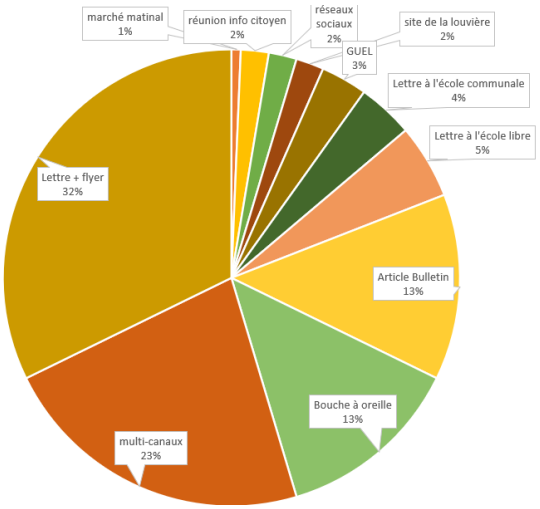
Comme il s'agit d'un projet de quartier, les campagnes physiques ont toute leur important dans le périmètre. Les supports digitaux viennent appuyer les mesures de marketing physiques.

Voici un bref aperçu des différents supports de communication :

Support physiques	Supports digitaux

- Lettres + flyer
  ▪ Toute boite
  ▪ École communale
  ▪ École libre
- Bâches
- Affiches
- V-board
- Articles dans le Bulletin Communal (3)
- Séance info à l'antenne admin
- Permanences du GUEL
- Présence au marché matinal et à HSPi Les Bains
- Etc.
	- Posts sur les réseaux sociaux de la Ville de La Louvière
	- Posts sponsorisés sur les réseaux sociaux de Renocity (financés par AGC)
	- Article sur le site web de la ville de La Louvière
	- HOPLR

Les campagnes de sensibilisation menées en collaboration avec la Ville de La Louvière



1. PRÉPARATION AU LANCEMENT

La phase de préparation a permis d'établir les fondations du projet par une double approche :

Immersion: La visite du marché matinal, notre présence durant l'événement « Pierrots en vacances » et les rencontres préliminaires ont été déterminantes pour comprendre le territoire et créer un réseau de parties prenantes. Cette immersion a permis d'adapter la communication aux spécificités locales et d'ajuster les messages en fonction du niveau socio-économique du quartier.

Communication anticipative : L'article dans le bulletin communal paru en juin 2023 s'est révélé particulièrement efficace avec 46 préinscriptions, démontrant l'intérêt latent pour la rénovation énergétique. Le stand lors des "Pierrots en Vacances" a complété cette approche avec une dimension humaine essentielle.

2. LANCEMENT

Phase de Lancement et Exécution

Le déploiement simultané de plusieurs canaux a généré un intérêt significatif :

Communication directe ciblée : La lettre adressée aux propriétaires accompagnée du flyer explicatif a constitué **le déclencheur majeur d'engagement** avec 35 inscriptions directes. Cette approche personnalisée a démontré son efficacité pour transformer l'intérêt en action concrète.

Renforcement multicanal : L'article de septembre dans le bulletin municipal (13 inscriptions), les bâches dans le périmètre et la présence web ont créé un effet d'amplification et de légitimation institutionnelle du projet.

3. EN COURS DE PROJET

Tout au long du projet des initiatives complémentaires ont été menées :

- Séances d'information /permanences du GUEM
- Lettres dans les écoles du quartier
- Affiches dans les petits commerces
- V-Board sur les fenêtres des maisons qui ont participé au projet
- Présence au marché matinal
- Post sur HOPLR
- Article dans le Bulletin sous forme de témoignage d'une citoyenne ayant rénové dans le cadre du projet Renocity à Haine-Saint-Pierre.
- Etc.

De plus, à certains moments précis du projet des communications ciblées et personnalisées ont été mises en place.

- Information concernant le régime des primes après les élections
- Information concernant la clôture du projet
- Information concernant l'urgence de signaler son positionnement primes lorsque la région a signifié le délai de 48h
- Etc.

Résumé des éléments de communication clés dans le déclenchement des rénovations

L'analyse des différentes actions de communication révèle plusieurs éléments déclencheurs fondamentaux.

1. **Proximité et Personnalisation**

Le contact direct et personnalisé (lettre nominative, présence terrain) apparaît comme le facteur le plus déterminant pour transformer l'intérêt en engagement concret.

2. **La création du moment**

La communication insiste, et est clairement orientée vers, « c'est pour vous, citoyens de Haine-Saint-Pierre, ici et maintenant ».

3. **Crédibilité**

Le soutien visible de la Ville et la présence multicanale ont renforcé la confiance des citoyens, élément essentiel dans un quartier où la méfiance était significativement présente en début de projet.

4. **Simplicité et Clarté de l'Offre**

Le flyer explicatif et les supports visuels ont permis de traduire un processus complexe en proposition claire et accessible, en un chemin facilité par l'accompagnement du projet.

5. **Aide à la projection**

L'outil d'embarquement crée rapidement et simplement l'image de ce que peut être le chemin, y compris, les résultats qui peuvent être atteints, le coût mais aussi les subsides accessibles.

6. **Gratuité et Accompagnement**

La mise en avant de l'audit gratuit et de l'accompagnement complet jusqu'à la supervision des chantiers ont constitué des arguments décisifs, particulièrement dans un contexte de précarité.

7. **Call to Action, à portée de main**

La réservation en ligne, le numéro vert sont des éléments clés qui rendent le passage à l'action simple et accessible.

Bilan des actions de communication

L'expérience RENOCITY démontre que le déclenchement de l'engagement dans la rénovation énergétique repose sur la combinaison de :

- **La création du Momentum**
- **Un outil d'embarquement efficace qui participe d'emblée à l'activation**
- **Un contact humain, direct et personnalisé et expert**
- **Une offre claire qui assure de la cohérence tout au long du processus**
- **Un accompagnement visible et rassurant**
- **Une légitimité institutionnelle forte à travers une vraie collaboration avec la Ville et les organes de décision.**

Un bon phasage des actions de communication est crucial pour éviter la saturation des capacités d'accompagnement tout en maintenant une dynamique d'engagement et la création du Momentum.

Le bouche à oreille est un élément sur lequel la rénovation par quartier peut réellement compter. Les problèmes éventuels, rumeurs, doutes doivent être adressés très vite.

10. Pourquoi AGC ne poursuit pas le projet RENOCITY malgré son succès ?

Malgré les résultats probants du projet RENOCITY, AGC Glass Europe a pris la décision d'arrêter le projet. Cette décision s'inscrit dans une réflexion stratégique plus large et repose sur plusieurs éléments clés.

Un environnement instable

Le contexte économique et réglementaire dans lequel opère RENOCITY est caractérisé par une grande volatilité. Plusieurs facteurs rendent difficile la pérennisation d'un tel projet :

- **L'instabilité des dispositifs d'aides publiques** (primes, prêts) qui évoluent constamment, rendant toute planification complexe.
- **Un cadre décisionnel marqué par des changements qui peuvent être drastiques**, notamment lors des cycles électoraux, ce qui limite la prévisibilité des décisions.
- **Un écosystème où les règles administratives et les processus** varient d'une ville à l'autre, d'une région à l'autre, parfois d'une personne à l'autre (par exemple entre deux auditeurs), ce qui rend les processus uniques à chaque fois.

Ces incertitudes rendent difficile la mise en place d'une stratégie d'investissement à long terme et la mise en place de processus facilement réplicables.

Le service au cœur de l'activité

Le projet a révélé l'importance de l'accompagnement individualisé et de proximité.

Le succès de Renocity est fortement lié au profil du Field Manager, très apprécié tant à La Louvière qu'à Alost, où il était considéré par les citoyens comme un élément clé dans leur décision de rénover.

Ceci a transformé Renocity en une activité de service et de proximité humaine forte, rendant le modèle complexe à répliquer, standardiser, formatter.

Il est certainement possible de standardiser l'approche mais nous pensons que d'autres acteurs sont mieux positionnés que nous pour optimiser du service en B2C et pour bénéficier plus directement des résultats des rénovations.

Une complexité opérationnelle hors de nos mains

L'exécution du projet RENOCITY a mis en lumière plusieurs obstacles structurels qui freinent son efficacité et limitent sa capacité d'expansion :

- **Des délais administratifs excessifs** : l'octroi des prêts à taux zéro et les démarches pour l'obtention des permis d'urbanisme sont particulièrement chronophages. Chaque dossier mobilise des ressources importantes, et l'hétérogénéité des situations empêche toute standardisation des processus.
- **Une charge de travail difficile à optimiser** : contrairement à un modèle basé sur des processus répétables, chaque projet de rénovation est unique, impliquant un accompagnement sur mesure qui limite la mutualisation des efforts. Le pilotage par des délais imposés par les marchés public ou le processus de décision des Villes (Collège, etc.) est difficilement compatible avec une réactivité indispensable dans certains cas.
- **Un manque de maturité du réseau d'entrepreneurs** : les entreprises du secteur restent fragmentées, leur efficacité reste souvent dépendantes d'aléas (maladie, vacances, etc.) qui rendent difficile la mise en place de standards de qualité en termes de temps de réponse, formalités, etc.

Conclusion

Si RENOCITY a prouvé qu'il est possible d'accélérer significativement la rénovation énergétique à l'échelle locale, sa mise en œuvre à plus grande échelle se heurte à des limites structurelles et organisationnelles. Dans ce contexte, AGC Glass Europe a fait le choix stratégique de ne pas poursuivre son développement, tout en partageant les enseignements à travers les rapports RENOBATEX et la mise à disposition de l'outil d'embarquement RENOCITY.

11. Conclusions Générales

Le projet RENOCITY démontre un résultat intéressant dans la rénovation énergétique par quartier : nous avons **triplé le taux de rénovation à Haine-Saint-Pierre**, passant d'un taux naturel de 0,6% à 1% à un taux effectif de près de 3%.

Par rapport au premier projet pilote de Renocity mené sur 2 quartiers d'Alost en Flandre, où taux de rénovation avait atteint 2,3 %, nous avons obtenu de meilleurs résultats à Haine-Saint-Pierre, dans un quartier plus précaire, malgré des obstacles financiers et administratifs plus marqués.

Le projet RENOCITY prouve qu'**une approche intégrée permet d'accélérer considérablement la rénovation énergétique**, y compris dans les quartiers précaires. Il ouvre ainsi la voie à une évolution majeure, essentielle pour atteindre nos objectifs climatiques et améliorer durablement la qualité de vie des habitants.

Malgré ces succès, l'expérience de Haine-Saint-Pierre souligne la nécessité d'une réforme en profondeur sur au moins 4 niveaux qui permettrait de réellement atteindre une massification de la rénovation énergétique :

a) **Une clarification et une transparence du régime des primes.** Elles ont instables et le cadre actuel ne donne aucune certitude à celui qui démarre le processus que les primes qui l'ont éventuellement motivé seront effectivement acquises en fin de processus.
Aujourd'hui, une grande partie des citoyens les considèrent comme 'la cerise sur le gâteau' tant ils sont peu certains de les obtenir. Les primes en perdent tout leur caractère de déclencheur. Une autre partie des citoyens ne les considèrent même pas dans leur réflexion et ne rénove pas vu le coût des travaux.

b) **Une simplification administrative** : il est urgent de réduire la complexité des primes, des démarches qui y sont liées et des obligations. En Flandre par exemple l'audit logement n'est pas obligatoire pour obtenir les primes.

c) **Un saut technologique** : il est nécessaire de créer des outils numériques et collaboratifs innovants, d'abandonner les méthodes fragmentées et dépassées et la multiplicité des dossiers et documents auprès des uns et des autres.

d) **Une professionnalisation du secteur** : il est essentiel de structurer un réseau d'entrepreneurs spécialisés et valoriser les entreprises de taille moyenne à grande afin d'accélérer la rénovation du parc immobilier.

ANNEXE 1 – NOTES REFLEXIVES JOINTES A LA REPONSE A l'APPEL D'OFFRE

NOTE REFLEXIVE #1 – FACTEUR CLE DE SUCCES : *Nous estimons que le propriétaire doit pouvoir bénéficier d'un* ***ACCOMPAGNEMENT LORS DES TRAVAUX****, à savoir, un appui et un conseil à la résolution de problème lors de ses interactions avec les corps de métier, un support à la coordination entre les corps de métier, et une assistance sur la supervision de la qualité des travaux réalisés par les corps de métier. Il ne s'agit en aucune façon de jouer le rôle d'entrepreneur général, mais bien d'être aux côtés du citoyen pour cette phase critique du processus de rénovation. L'expérience nous montre effectivement que cet accompagnement ("aux côtés du citoyen") est un facteur clé de succès tant pour motiver les propriétaires à rénover que pour assurer la bonne exécution des travaux (qualité des prestations).*

Ceci n'étant pas inclus dans l'appel d'offre, nous proposons que ce soit intégré sous forme d'option pour le citoyen et financé à part entière par une portion du subside prévu dans le cadre du projet.

NOTE REFLEXIVE #3 – FACTEUR CLE DE SUCCES : *Forts de notre expérience nous pensons que l'****ACCÈS À UN AUDIT GRATUIT*** *est un facteur clé de la réussite de l'embarquement. Elle ne représente qu'une très faible part de l'investissement pour le citoyen mais elle est un réel incitant à la démarche en particulier pour les citoyens peu sensibilisés à la question de la rénovation énergétique.*

Considérant les ratios de conversion observés dans des projets similaires, nous recommandons que toute réservation d'un créneau d'audit soit gratuite pour le citoyen, à concurrence de minimum 120 audits et idéalement jusqu'à 150 audits. Nous avons bien noté que la Ville proposait 50 audits gratuits d'emblée. Il est dès lors essentiel qu'une réflexion soit très vite posée et une solution trouvée afin de préfinancer 80 audits additionnels. Plusieurs pistes sont envisageables mais elles requerront probablement une garantie de procédure simplifiée et de remboursement en cas de préfinancement par l'un ou l'autre des acteurs.

Justification : le taux de conversion observé entre le nombre d'audits et le nombre de contractualisation est de près de 25%. Pour obtenir 30 contractualisations l'estimation est qu'il faudrait environ 120 audits.

NOTE REFLEXIVE #4 – FACTEUR CLE DE SUCCES : *Renocity a mis au point un set d'**OUTILS DE COMMUNICATION** qui se sont avérés performants. Dans le cadre de La Louvière, nous nous engageons à mettre à disposition de l'agence marketing l'ensemble des éléments de design de ces outils. Ceci afin qu'ils ne soient pas 'réinventés' mais bien adaptés au cas spécifique de La Louvière. Cela nous permettra à tous de gagner du temps et de nous concentrer sur les éléments à valeur ajoutée, tant au niveau du budget marketing que du temps des parties prenantes. C'est, pour nous, un point essentiel.*

Nous nous tenons à disposition de la ville pour clarifier les éléments essentiels à reprendre dans la mission et les tâches de l'agence Marketing. Idéalement l'agence Marketing devrait être prête à travailler dès janvier 2023. A titre indicatif, nous reprenons ci-dessous quelques éléments essentiels pour le volet rénovation énergétique (encart jaune ci-dessous).

***AGENCE MARKETING** - A titre indicatif, nous reprenons ci-dessous quelques éléments essentiels pour le volet rénovation énergétique. Ceci est à complété par les éléments utiles pour les actions participatives du volet urbanisme par OSMOS – voir aussi **Illustration #4** en annexe.*

Au minimum il faudra compter dans le budget marketing

- *L'adaptation du contenu existant et la production des éléments suivant :*
  - ✓ *Un flyer par habitant + une lettre sous enveloppe personnalisée + distribution*
  - ✓ *Environ 500 flyers supplémentaires (pour les actions participatives)*
  - ✓ *50 affiches A3*
  - ✓ *2 bâches textiles pour placement en extérieur (type 3x2m)*
  - ✓ *Autre matériel promotionnel divers*
  - ✓ *Production de V-board pour l'émulation dans les quartiers (environ 50) – à apposer sur les vitres 'J'ai fait un audit avec Renocity ! »*
- *L'identification et éventuellement achat d'images 'activantes' à La Louvière*
- *L'adaptation du contenu du site Renocity à la Ville de La Louvière (relecture)*

Comme indiqué, nous nous tenons à disposition de la ville pour clarifier et compléter les éléments essentiels à reprendre dans la mission et les tâches de l'agence Marketing.

NOTE REFLEXIVE #5 – FACTEUR CLE DE SUCCES : *Une bonne compréhension des* ***RESPONSABILITÉS ET TACHES ATTENDUES DE L'AUDITEUR DÉSIGNÉ*** *est essentielle.*

La coordination entre les activités du Coach de Rénovation et de l'auditeur désigné sera clé.

Un alignement des plannings est indispensable et une non-disponibilité de l'auditeur aura un impact significatif sur le déroulé du projet.

Pour que son activité contribue valablement à l'objectif du projet l'auditeur sera responsable de faire le statut PEB actuel et de simuler le statut futur, en fonction des rénovations discutées avec le propriétaire durant la visite. La simulation du PEB futur doit être alignée avec le niveau PEB futur réel si les rénovations sont réalisées. Nous pensons que cet alignement est un engagement majeur qui doit être pris vis-à-vis du propriétaire qui rénove. Idéalement, le PEB futur ne devrait pas nécessiter une nouvelle visite et être octroyé au citoyen sans frais supplémentaire dans le cadre du projet.

Enfin, le Coach de Rénovation doit rester l'interlocuteur clé et unique pour le citoyen. Il mettra au point les modes de communication avec l'auditeur.

Nous recommandons vivement qu'un alignement sur ces principes soit fait très vite et permette le cas échéant des mesures correctrices.