

Rapport annuel Blue Communities 2024

La majeure partie du présent rapport annuel s'appuie sur les résultats de la première enquête annuelle en ligne menée auprès des Blue Communities pour l'année 2024. Pour conclure, nous vous donnons un aperçu des activités du groupe d'accompagnement, des ambassadrices et ambassadeurs et du Bureau de Blue Community Suisse. Nous remercions chaleureusement toutes les Blue Communities pour leur engagement au cours de l'année écoulée et pour leur participation à l'enquête. Nous vous souhaitons une agréable lecture !

1. Blue Communities participantes

Au total, 40 des 48 Blue Communities ont participé à l'enquête annuelle, ce qui est un résultat réjouissant ! Toutes les Blues Communities représentées dans l'enquête sont actives en Suisse alémanique. Environ 40 % sont des paroisses, 15 % proviennent du domaine scientifique et 10 % sont des communes ou des villes. Les autres catégories représentent chacune moins de 10%.

Le sondage en ligne a été envoyé par e-mail fin décembre 2024. Les Blue Communities avaient jusqu'à fin janvier pour y répondre.

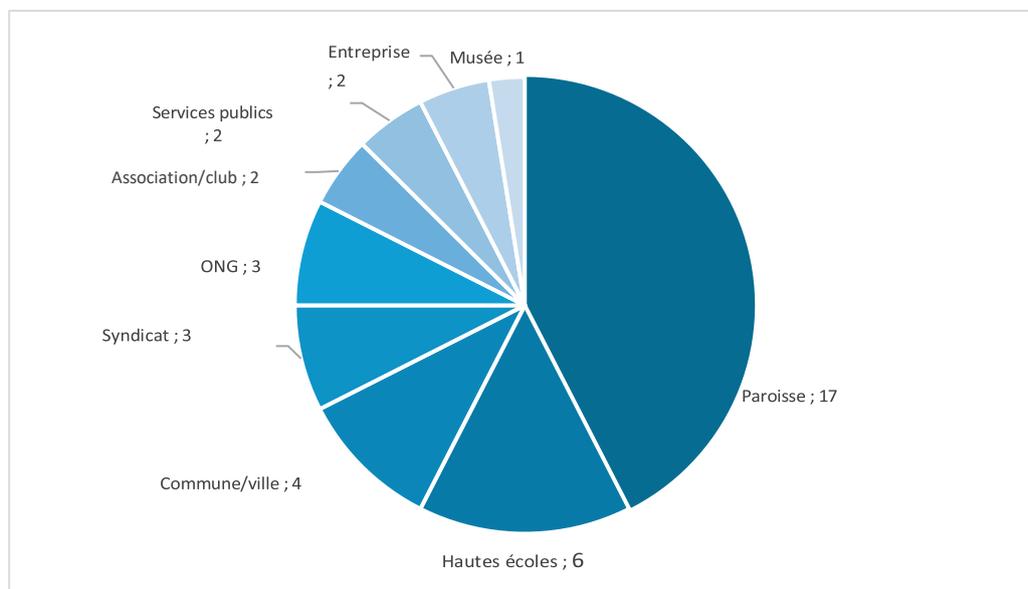


Illustration 1 : Blue Communities participantes par catégorie

2. Coopération entre les Blue Communities

La moitié des Blue Communities ont déclaré collaborer avec d'autres Blue Communities. (20). 17 Communities se sont activement engagées dans des clusters ou des chapitres. Un cluster désigne l'échange entre des Blue Communities de même catégorie. Il s'agit par exemple d'universités et d'églises. Un chapitre désigne quant à lui l'échange régional, dans le cadre duquel des Blue Communities d'une région géographique donnée se mettent en réseau. Il existe actuellement deux chapitres actifs : l'un dans la région de Zurich et l'autre en Suisse orientale.

Ces coopérations contribuent à faire avancer ensemble les objectifs des Blue Communities et à exploiter les synergies.

3. Événements liés aux 4 principes

29 des 40 Blue Communities qui ont participé à l'enquête, soit environ trois quarts, ont organisé l'année dernière des événements sur les quatre principes de Blue Community. Au total, elles ont touché plus de 4 200 personnes.

Les thèmes abordés étaient très variés : la plupart des actions ont eu lieu autour de la Journée mondiale de l'eau, notamment des lectures, des projections de films, des conférences, des expositions, des appels aux dons et des services religieux thématiques. Les communes et les paroisses ont également proposé des visites guidées des fontaines et des promenades sur le thème de l'eau afin de faire découvrir l'approvisionnement local en eau. Des films tels que « Wärmer als das Klima » (Plus chaud que le climat) ou « Holy Shit » ont suscité des discussions, tandis que des questions scientifiques et sociopolitiques ont été abordées lors de conférences, de tables rondes et de congrès, par exemple lors du Forum sur la santé environnementale ou de la manifestation « Berne-Ouest va-t-elle devenir une ville éponge ? ». La journée « Futur en tous points » a également été l'occasion de sensibiliser les jeunes à la question de l'eau. Blue Community était en outre présente à des salons tels que la BEA et a organisé des actions interactives, notamment pour promouvoir la consommation de l'eau du robinet ou le défi des fontaines.

Ces activités variées montrent à quel point les Blue Communities s'engagent à sensibiliser la société au thème de l'eau.



Illustration 2 : Aperçu de différentes manifestations organisées par les Blue Communities en 2024

4. Dans les médias



Illustration 3 : Interview de Roman Wiget dans le cadre d'un événement organisé par la Seeländische Wasserversorgung

18 Blue Communities ont indiqué avoir publié l'année passée des articles dans les journaux, à la radio, à la télévision ou dans leurs propres publications.

Parmi les médias les plus importants figuraient le Bieler Tagblatt, la Limmattaler Zeitung, le St. Galler Tagblatt, Reformiert, SRF Akzent, Terre et Nature ainsi que des revues spécialisées telles qu'Aqua C Gas. Des plateformes en ligne telles que Nau.ch et City Mobile ont également repris le sujet.

Au total, 28 articles ont été publiés afin de sensibiliser un large public au thème des Blue Communities ou à l'un des quatre principes fondamentaux.

L'année dernière, 26 Blue Communities ont publié des articles sur leurs réseaux sociaux ou leurs sites web. Au total, 186 articles ont été publiés.

Les thèmes abordés allaient de l'eau en tant que droit humain aux projets et partenariats internationaux, en passant par l'eau du robinet, les objectifs de développement durable de l'ONU ainsi que les événements et les

offres. Blue Community a ainsi gagné en visibilité en ligne et a touché un large public.

Outre les contributions dans les médias et sur les canaux en ligne, le thème de Blue Community a également été relayé de diverses manières lors d'échanges personnels. Des newsletters, des marchés, des déjeuners réguliers et surtout des discussions directes ont permis d'informer et de sensibiliser le public aux principes et aux préoccupations de Blue Community.

5. Principe 3 : promotion de l'eau du robinet

Un choix durable qui dépasse l'assiette

L'eau du robinet à la Blue University Berne : fraîche, pétillante et disponible à diverses fontaines à eau.



Illustration 4 : Affiche de sensibilisation à l'Université de Berne © Université de Berne

21 Blue Communities ont mis en œuvre des mesures visant à promouvoir l'eau du robinet. Il s'agissait notamment de la distribution d'environ 2 000 gourdes ou carafes à des tiers, de l'achat de nouvelles carafes et de solutions de gazéification portant le logo Blue Community pour leur propre usage (5 BC) et de l'installation de distributeurs d'eau potable. Certaines communautés ont mis à disposition de nouvelles bouteilles d'eau potable à leurs nouvelles collaboratrices et collaborateurs ou ont contacté des lieux d'événementiel pour leur demander de ne plus servir que de l'eau du robinet à l'avenir.

L'économie estimée en bouteilles d'eau est d'environ 300 000 litres, dont environ un tiers dans les universités et les instituts de recherche. Ce chiffre est toutefois très incertain, car il est difficile d'établir une estimation précise en raison de nombreux facteurs influents.

6. Principe 4 : Partenariats et projets internationaux

19 Blue Communities ont apporté un soutien financier à des partenariats et projets internationaux. Au total, 101 820 CHF ont été donnés. Les dépenses financières pour les projets propres aux institutions ne sont toutefois pas comprises dans ce montant.

Outre l'argent, du temps a également été investi : 17 Blue Communities se sont activement engagées et ont consacré plus de 1000 heures à leurs propres projets et partenariats. Une grande partie de cet engagement provient d'universités.



Illustration 5 : aperçu d'un des projets soutenus par Blue Communities © Skat Foundation



7. Groupe d'accompagnement, Bureau, ambassadrices et ambassadeurs de Blue Community Suisse

Le groupe d'accompagnement aide les différentes Blue Communities en Suisse à déployer leur impact. Il s'agit de l'instance chargée de l'orientation stratégique du réseau, où sont discutés les processus qui le concernent. Les différents clusters et les organisations responsables sont représenté·e·s au sein du groupe d'accompagnement. Les clusters peuvent proposer des représentant·e·s pour le groupe d'accompagnement. Le groupe est complété par d'autres personnes qui jouent un rôle important dans le développement stratégique du réseau. En outre, la Direction du développement et de la coopération (DDC), en tant qu'institution de soutien du Bureau, joue un rôle d'observateur.

En 2024, un atelier sur la coopération entre Blue Community et Solidarit'eau Suisse ainsi que deux réunions du groupe d'accompagnement ont eu lieu. Des thèmes centraux ont été abordés, tels que la fusion avec Solidarit'eau Suisse, l'organisation du Bureau, l'événement annuel des Blue Communities ainsi que la stratégie et les priorités du groupe d'accompagnement et du Bureau.

Au sein du Bureau, l'Église réformée de Berne-Jura-Soleure (RefBeJuSo) est désormais soutenue par le VSA (Association suisse des professionnels de la protection des eaux) dans la coordination du réseau Blue Community. Le Bureau est implanté à Berne, Zurich, Lausanne et Bellinzone et assume des tâches centrales pour le réseau. Il s'agit notamment de conseiller et d'accompagner les organisations qui souhaitent devenir une Blue Community, ainsi que d'encadrer, de mettre en réseau et de soutenir les Blue Communities et les ambassadeur·rice·s existant·e·s, y compris l'organisation de l'événement annuel. Le Bureau est également chargé de mener l'enquête annuelle et d'en assurer le suivi, d'organiser les réunions du groupe d'accompagnement et de gérer le site web, les réseaux sociaux (depuis juin 2024 : 30 contributions, 7 254 impressions, 217 clics, 112 réactions), la newsletter et la plateforme de projets Solidarit'eau Suisse. Le Bureau est également responsable du réseautage international et entretient des contacts avec le Council of Canadians, le Blue Planet Project et le réseau international Blue Community.

Grâce à son affiliation à Solidarit'eau Suisse, Blue Community a pu recruter des ambassadeur·rice·s qui soutiennent et promeuvent activement le réseau et ses quatre principes fondamentaux. Ces personnalités représentent Blue Community Suisse lors d'événements et d'apparitions publiques et mettent leur notoriété au service de la création de nouvelles Blue Communities.

Actuellement, les personnalités suivantes s'engagent en tant qu'ambassadeur·rice·s :

Laurent Balsiger, directeur de la société d'électricité des Forces de l'Aubonne et membre du Grand Conseil du canton de Vaud, Ernst Bromeis, ambassadeur de l'eau et nageur d'expédition ; Olga Darazs, présidente de CSD Ingénieurs.

Une première réunion des ambassadeur·rice·s a eu lieu en septembre 2024 afin de favoriser les échanges et de discuter de stratégies communes pour le développement du réseau.

Lukas Bouman, Bureau Blue Community Suisse