

Débat Participatif Linky

Compte-rendu de la conférence de citoyens n 3 à Montauban

Réunion du :	Samedi 24 novembre 2018
Salle / Adresse :	Hôtel du Commerce 9 place Franklin Roosevelt 82 000 Montauban
Participants :	20 participants (cf. liste ci-dessous)
Animateurs :	Kyvan FARZAMI, rédacteur en chef des Cahiers de la Ville Responsable Fiona LACOMME, consultante
Début / Fin :	10h → 16h00

◆ Objectifs de cette 3 me conférence

- Développer les actions phares émanant des 2 me conférences citoyens pour aboutir sur des propositions concrètes concernant :
 - L'information autour de Linky
 - La relation client
 - Linky et ses usages
 - Linky comme outil à la transition écologique et énergétique
 - Le livret d'information remis lors de la pose

◆ Ambiance générale

Dans la même logique que les précédentes conférences, conviviales et constructives : les participants semblent s'être bien appropriés le sujet, et certaines positions ont même évolué. Ils se sont questionnés dès leur arrivée sur la finalité de cette dernière conférence, **ce à quoi il leur fut répondu qu'il s'agissait cette fois-ci de produire de réelles propositions.**

◆ Tour de table

La conférence a débuté sur un retour d'impressions des participants, concernant les précédentes conférences et le compte rendu envoyé.

Deux demandes explicites ont émergé lors de la conférence :

- Un participant souhaite qu'en plus des comptes rendus on leur transmette également toute l'information utile relative au compteur (lien vers site internet, études, articles, etc.).
- L.Meric souhaite effectivement que l'on ne passe pas uniquement par le site internet, mais que l'on envoie explicitement l'ensemble de ces informations directement par mail aux participants.

L'INFORMATION

→ RAPPEL

Rappel des attentes :

- ▣ Mieux communiquer sur le programme national de déploiement, sur le compteur (sur les possibilités qu'il offre) ainsi que sur les missions d'Enedis : institutionnaliser la communication d'Enedis
- ▣ Clarifier le financement du programme national de déploiement et son absence d'impact sur la facture finale des clients
- ▣ Communiquer de manière transparente sur les risques liés au compteur (en cas de surconsommation)
- ▣ être transparent sur les chiffres d'émission d'ondes électromagnétiques
- ▣ Fournir davantage de retours d'expériences, notamment en ce qui concerne les phases « test » à Tours & Lyon
- ▣ Certifier de la protection/sécurisation des données et de leur non-transmission à des tiers
- ▣ Informer de l'utilité de Linky comme outil à la transition écologique et énergétique

Vos propositions d'actions phares :

- ▣ Communiquer sur les bénéfices apportés par Linky (tous supports confondus) et mettre en place une action de communication d'envergure (publicité...) pour rappeler les objectifs de Linky
- ▣ Présenter un comparatif chiffré des émissions d'ondes électromagnétiques en Linky et les autres compteurs d'une part, et les autres appareils de la vie courante d'autre part. Rappeler que les ondes sont contenues dans les câbles.
- ▣ Diffuser la vidéo de présentation du financement du programme national de déploiement voire ouvrir une chaîne Youtube Linky

Communiquer sur les bénéfices apportés par Linky (tous supports confondus) et mettre en place une action de communication d'envergure (publicité...) pour rappeler les objectifs de Linky

Quels objectifs atteindre ?

- Informer le plus grand nombre que c'est un outil permettant d'anticiper les usages futurs de l'électricité, la transition énergétique et les relevés à distance.
- (Re)donner confiance en Enedis et en Linky.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Diffuser de petites vidéos informatiques et pédagogiques via une communication multicanaux : spots télé et radios (heures de grande écoute), recours à la presse écrite, aux réseaux sociaux.
- Créer une chaine youtube diffusant des petits documentaires ou reportages de façon régulière regroupant les témoignages de détenteurs Linky (sur l'exemple de l'enquête participative vidéo qui a été menée).
- Enquête de satisfaction auprès des clients disposant de compteur Linky réalisée par une association de consommateurs (neutre par rapport à Enedis)

Quel degré de priorité ?

Peu important : 0 table

Important : 1 table

Très important : 3 tables

Présenter un comparatif chiffré des émissions d'ondes électromagnétiques en Linky et les autres compteurs d'une part, et les autres appareils de la vie courante d'autre part. Rappeler que les ondes sont contenues dans les câbles.

Idem pour la protection des données personnelles et le risque incendie...

Quels objectifs atteindre ?

- Rassurer en donnant des chiffres quant à l'inoffensivit  du compteur, des données vérifiées sur l'impact des ondes en fournissant un comparatif établi par des organismes extérieurs.

Quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Ces informations devraient apparaître sur les factures, tous les mois, sous forme de tableau comparatif ou d'histogramme.
- Elles pourraient également être indiquée sur l'interface abonné en ligne, 1 fois par an, via un tableau comparatif.
- Par l'interface d'une chaîne youtube

Quel degré de priorité ?

Peu important : 1 table

Important : 1 table

Très important : 2 tables

Diffuser la vidéo de présentation du financement du programme national de déploiement voire ouvrir une chaîne Youtube Linky

Quels objectifs atteindre ?

- Informer le public, lever la réticence de la population par rapport au coût du compteur.
- Faire comprendre le processus.

Quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Diffuser une vidéo détaillée expliquant le montage financier et l'ensemble des éléments rassurants (le fait qu'il n'y ait pas d'impact sur la facture, sur la santé, la sécurité des données, etc.)
- Cette vidéo pourrait être diffusée à la télé, sur les réseaux sociaux, sur Youtube, au sein de l'espace public (transports en communs).

Quel degré de priorité ?

Peu important : 1 table

Important : 0 table

Très important : 3 tables

AUTRES IDEES

- Être informé par mail et indiquer l'adresse du site internet pour plus d'informations
- Expliquer les autres (tous) moyens d'informations

- Réitérer la communication débutée en 2000
- Produire une vidéo témoignages des détenteurs, sous forme de retours d'expérience client, chez/pour qui tout s'est bien passé et la diffuser largement (pour calmer, rassurer)

USAGES

→ RAPPEL :

Rappel des attentes :

- ▶ Maîtriser / rationaliser sa consommation énergétique et son coût pour les usagers ;
- ▶ Ergonomie, facilité d'utilisation, connecté
- ▶ Adapter la consommation électrique à chaque client (adaptation des heures pleines / heures creuses...) → une personnalisation de la relation client
- ▶ Simplifier la relation client, sans pour autant la déshumaniser
- ▶ Anticiper au mieux les perturbations du réseau

Vos propositions d'actions phares :

- ▶ Mieux communiquer sur la personnalisation des plages horaires, en fonction des habitudes de chaque foyer → un travail à mener avec les fournisseurs
- ▶ Renforcer la pédagogie des poseurs sur les possibilités offertes par Linky
- ▶ Lors de la pose, veiller à ce que le poseur installe également avec le client l'application Smartphone de suivi de consommation électrique
- ▶ Permettre à Linky de programmer certains appareils → initiation à la domotique, notamment au travers d'offres partenariales d'essai
- ▶ Alerter en cas de surconsommation via un SMS ou un appel afin de réajuster la puissance souscrite et éviter les coupures

Vos propositions d'actions phares...

Mieux communiquer sur la personnalisation des plages horaires, en fonction des habitudes de chaque foyer

Quels objectifs atteindre ?

- Faire comprendre au client que Linky lui permettra d'optimiser ses coûts.
- Une meilleure connaissance des consommations pour mieux moduler les plages horaires, rendue possible notamment par des interactions régulières entre le fournisseur et le client.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Le changement de plages horaires devrait être permis par un système de démarchage téléphonique, la mise en place d'un numéro vert ou encore d'une rubrique dédiée sur le site internet.
- Offrir la possibilité d'effectuer des simulations en ligne.
- Lors d'une surconsommation le client pourrait être averti sur la facture ou par SMS.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 0 table

Important : 0 table

Très important : 4 tables

Renforcer la pédagogie des poseurs sur les possibilités offertes par Linky

Quels objectifs atteindre ?

- Les poseurs doivent être formés de façon à pouvoir offrir toutes les informations liées au compteur Linky, et de façon pédagogique, et à ce que le consommateur ait une totale maîtrise des fonctionnalités et possibilités offertes par le compteur.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Faire connaître les prestataires (la société) aux clients, et former les techniciens. Ces derniers doivent être aptes à présenter et expliquer le compteur au client et disposer de documents à leur remettre (vignette avec numéro de téléphone, adresse de la société) en fonction de l'installation du compteur (monophasé, triphasé)
- Organiser une enquête de satisfaction client quelques jours après la pose.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 0 table

Important : 1 table

Très important : 3 tables

Lors de la pose, veiller à ce que le poseur installe également avec le client l'application Smartphone de suivi de consommation électrique

Quels objectifs atteindre ?

- Faire connaître l'application au client, l'aider à se l'approprier

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Le jour de la pose du compteur, le technicien formé doit vérifier avec le client la mise en place de l'application, ses fonctionnalités, faire une utilisation test en direct.
- Remise d'un mode d'emploi spécifique ou envoi par mail d'un lien spécifique (tutoriel) si le client est absent.
- Pour les personnes n'ayant pas accès à internet, elles doivent retrouver l'ensemble des mêmes informations que celles présentes sur l'application, sur leurs factures. Sur la facture doit aussi figurer un numéro de téléphone auquel le client peut faire appel s'il a des questions, besoin d'aide.
- Créer des antennes sur le territoire (endroits types municipalités, maisons de quartier, etc.) où les clients peuvent se rendre pour trouver de l'information et de l'accompagnement.
- *Pour certains participants, l'application ne devrait pas être obligatoire. Il devrait seulement y avoir la possibilité de créer son compte le site internet.*

Permettre à Linky de programmer certains appareils → initiation à la domotique, notamment au travers d'offres partenariales d'essai

Quels objectifs atteindre ?

- Expliquer les atouts de la domotique (vérifier la consommation de chaque appareil) et former les clients à celle-ci.
- Faire connaître le coût de cette installation ainsi que les données qui seront recueillies par ces appareils.

- Mettre en avant l'aspect nouvelle technologie de Linky, faire valoir son côté innovant et la simplification de la vie courante grâce à celui-ci.
- *Pour certains participants cela n'est pas nécessaire* : il faut déjà laisser le temps de l'adaptation à ce nouveau compteur, puis voir dans un second temps pour la domotique.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Appel téléphonique
- Site internet
- Antenne (point d'accueil et d'information)
- Via la présentation d'un support vidéo pendant la pose ou lors d'un autre rendez-vous spécifique, et/ou la diffusion publique de spots vidéos sur les possibilités offertes à ce jour.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 3 tables

Important : 0 table

Très important : 1 table

Alerter en cas de surconsommation via un SMS ou un appel afin de réajuster la puissance souscrite et éviter les coupures

Quels objectifs atteindre ?

- Informer le client de sa surconsommation pour réajuster la puissance souscrite, le plus vite et simplement possible
- Plusieurs participants se sont montrés en désaccord avec cette proposition, estimant qu'à installation identique (même électroménager, mode de consommation, etc.) au moment de la pose il ne devrait pas exister de cas de surconsommation.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Pour alerter le client de sa surconsommation le plus rapidement possible : envoyer un SMS, un mail, appeler ou un courrier.
- En cas de coupure le technicien doit intervenir au plus vite chez le client.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 0 table

Important : 0 table

Très important : 4 tables

AUTRES IDEES

- Informer sur le devenir des compteurs Linky : amélioration du matériel et logiciel, possibilité d'intégration d'innovation, à court, moyen et long terme, et basé sur « quoi, quand, comment ».
- Un tutoriel vidéo disponible sur l'espace client qui reprendrait les différentes fonctionnalités et possibilités du compteur Linky.
- Informer les clients qui sous-consomment par rapport à leur abonnement souscrire et augmenter le nombre de type d'abonnement (tranche de 1 ou 2kwh).
- Faire un diagnostic du système électrique existant chez le client avant d'installer le compteur (éviter risque d'incendie)

→ Echanges collectifs :

Concernant l'application Smartphone et le afficheur déporté : selon certains participants il conviendrait d'offrir le choix aux consommateurs. Celui qui souhaite l'avoir, accepte de fournir ses données pendant X temps, mais celui qui ne le souhaite pas, doit se voir garantir la non récupération/stockage de ses données.

L'idée d'un SMS en cas de « surconsommation » (quand on dépasse puissance souscrite) ne fait pas l'unanimité. Plusieurs participants pensent que cela ne sert à rien si la coupure intervient dans tous les cas dans les minutes/heures qui suivent. Il conviendrait plutôt d'avoir des SMS qui préviennent lorsque l'on dispose encore d'une grande marge de manœuvre par rapport à la puissance souscrite, lorsqu'un consommateur sous-consomme par rapport à son abonnement.

Les participants insistent sur la nécessité de rassurer davantage les consommateurs. A titre d'exemple, beaucoup d'inquiétudes autour des rumeurs sur les risques d'incendie dû à la compatibilité entre les installations électriques préexistantes et les compteurs Linky. Selon les participants, il devrait y avoir un diagnostic de l'installation électrique existante avant la pose du compteur, pour vérifier la compatibilité (si cette dernière est par exemple défective, obsolète).

TRANSITION ENERGETIQUE

→ RAPPEL:

Rappel des attentes :

- ▣ Présenter de manière claire la fonction de Linky comme outil à la transition énergétique et écologique :
 - D'un point de vue global, afin de mieux rationaliser la production et la distribution
 -   échelle individuelle, afin de se responsabiliser en matière de consommation énergétique
- ▣ Mieux considérer les producteurs individuels d'énergie et de manière générale, davantage communiquer sur les possibilités qu'offre le compteur en matière d'injection de productions vertes dans le réseau national

Vos propositions d'actions phares :

- ▣ Effectuer et diffuser des études chiffrées de la façon dont le compteur permet de favoriser la transition énergétique
- ▣ Réfléchir à la mise en place d'un afficheur déporté, en KWh et en euros (via un afficheur ou sur Smartphone), afin de connaître en temps réel sa consommation électrique
- ▣ Mettre en place un système de bonus / prime pour les consommateurs les plus exemplaires / éco-responsables et un malus pour les foyers ayant une consommation supérieure à la moyenne
- ▣ Apporter un service personnalisé aux producteurs individuels, notamment sur les KWh à fournir pour être rentable

Vos propositions d'actions phares...

Effectuer et diffuser des études chiffrées de la façon dont le compteur permet de favoriser la transition énergétique

Quels objectifs atteindre ?

- Sensibiliser les consommateurs aux possibilités offertes par Linky dans le cadre de la transition énergétique, le convaincre des bienfaits du compteur pour celle-ci.
- Chiffrer les effets de la transition énergétique, en lien avec le compteur, pour les particuliers et les professionnels, et améliorer le contrôle des consommations.
- *Pour certains participants le compteur n'a aucun impact réel sur la transition énergétique, et ne reste qu'un simple compteur.*

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Créer une chaîne youtube avec une communication régulière sur les bilans effectués dans les foyers ayant un compteur. Les liens devraient être envoyés par mail à chaque nouveau bilan.
- Proposer par exemple des petits documentaires de rencontres entre agents Enedis et tous les consommateurs (particuliers, entreprises, collectivités) et un bilan national de fin.
- Création d'une plaquette avec par exemple l'exposé d'une habitation moyenne, famille moyenne et appartement moyen, et présenter les coûts d'une installation et les revenus associés.
- Proposer des études chiffrées concrètes issues d'organismes externes montrant la production et l'utilisation d'énergie verte.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 1 table

Important : 1 table

Très important : 2 tables

Réfléchir à la mise en place d'un afficheur déporté, en KWh et en euros (via un afficheur ou sur Smartphone), afin de connaître en temps réel sa consommation électrique

Quels objectifs atteindre ?

- Généraliser l'accès à l'affichage déporté
- Simplifier l'accès à ses données

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Un affiche déporté via un afficheur hors Smartphone : tablette fourni par Enedis ou le fournisseur d'énergie. La question du coût et de la facturation se pose néanmoins.
- Inclure sur Smartphone, tablette, à la demande et avec mode d'emploi.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 1 table
Important : 3 tables
Très important : 0 table

Quel degré de priorité ?

Peu important : 2 tables
Important : 2 tables
Très important : 0 table

Mettre en place un système de bonus / prime pour les consommateurs les plus exemplaires / éco-responsables et un malus pour les foyers ayant une consommation supérieure à la moyenne

Quels objectifs atteindre ?

- Valoriser les attitudes éco responsables et les citoyens consciencieux et impliqués qui s'engagent dans la transition.
- Le malus ne s'appliquerait qu'aux entreprises et commerces (notamment de nuit).
- *Pour certains participants, il paraît difficile, inutile et/ou non souhaitable de mettre en place un malus. Certains sont radicalement opposés à cette proposition, notamment si elle s'applique aux foyers (enjeu de précarité énergétique).*

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Le bonus ne serait pas forcément financier, mais permettrait davantage de mettre en avant les comportements qui amènent à des consommations raisonnées : par exemple via l'affichage d'un quartier en mode cartographie vert/rouge/orange selon la consommations des foyers, ou encore un système interactif de comparaison en format vidéo interactive (vie de quartier, échanges avec les voisins, projets écologiques communs).
- Définir un foyer moyen et la norme de consommation correspondante : si consommation inférieur, mettre en place le bonus.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 2 tables

Important : 2 tables

Très important : 0 table

Apporter un service personnalisé aux producteurs individuels, notamment sur les KWh à fournir pour être rentable

Quels objectifs atteindre ?

- Augmenter le nombre de producteurs individuels fournissant de l'énergie au réseau et faciliter l'accès aux énergies vertes.
- Promouvoir ainsi ce mode de production.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Dans l'application Linky, de la même façon que l'accès aux données de consommation personnelles dans les foyers, et fournir des conseils pour aller plus loin dans son autoconsommation via l'application.
- Proposer des schémas, iconographies et graphiques au sein de l'application.
- Pour certains il s'agirait d'apporter ces informations en amont, pour éviter le risque d'une installation non rentable.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 1 table

Important : 0 table

Très important : 3 table

AUTRES IDEES

- Les compteurs Link sont-ils également à destinations des enseignes et collectivités ?
- Surtaxe des magasins et collectivités qui consomment la nuit, au delà de l'heure prescrit par la loi, et qui font recours de façon excessive au système de chauffage/climatisation, via surveillance via système de veille.
- Système d'audit de ces établissements, et de malus en fonction de la consommation.
- Stockage et redistribution ciblée de sa production d'électricité verte (exemple :  cole, hospice, foyers sociaux, etc.)
- Proposer une offre de panneaux solaire de la part d'Enedis

→ Echanges collectifs :

L'aspect transition énergétique est l'« atout séduction » du compteur (image « green »), et devrait par conséquent être davantage mise en avant dans la communication.

D'autres participants ne sont toujours pas convaincus de la façon dont le compteur Linky favorise réellement et concrètement la transition écologique.

Plusieurs participants ont souligné le faible nombre d'auto-producteurs d'énergie.

Ainsi, l'argument de favoriser et d'accompagner ces derniers semble faible pour plusieurs participants.

Concernant l'idée bonus / malus : elle est loin de faire l'unanimité. D'un point de vue d'équité et de liberté, plusieurs participants pensent qu'on ne devrait pas tant cadrer ou sanctionner les modes de consommation individuelles. D'un point de vue pragmatique et économique, plusieurs pensent que ce système n'est pas « logique » dans la mesure où en général ce sont les « bons consommateurs », entendre ici ceux qui consomment le plus, qui sont récompensés par des bonus.

RELATION CLIENT

→ RAPPEL

Rappel des attentes :

- ▶ Certifier de la qualification des installateurs
- ▶ En amont de la pose, définir avec le client une date & heure précise de rendez-vous
- ▶ Lors de la pose, faire en sorte que le poseur prenne davantage de temps avec le client afin d'expliquer le nouveau matériel, sa différence par rapport à l'ancien et l'accompagner sur le choix de son offre électrique
- ▶ Prévenir le client en cas d'évolution tarifaire, pouvant être induite par une augmentation de puissance

Vos propositions d'actions phares :

- ▶ Dans l'envoi du courrier d'annonce de la pose ou du premier appel téléphonique, proposer au client de convenir d'une date et heure de pose *via* un calendrier numérique – offrir la possibilité d'intervention en soirée et le week-end. Rappel du rendez-vous via SMS ou appel téléphonique.
- ▶ Envoyer en amont de la pose une documentation / plaquette / notice explicative et/ou inviter à consulter une page web dédiée avec toutes les informations requises
- ▶ Former les techniciens afin qu'ils apportent des réponses concrètes au client, mais également qu'ils les guident dans leur choix d'offre
- ▶ Fournir au client un autocollant explicatif (  coller sur le compteur) avec un numéro dédié gratuit et court & une adresse web en cas de problème
- ▶ A l'issue de la pose, offrir la possibilité au client de « noter » le poseur (comme pour Uber)
- ▶ Mettre en place un suivi annuel physique à l'issue de la pose
- ▶ Alerter en cas de surconsommation via un SMS ou un appel afin de réajuster la puissance souscrite et éviter les coupures

Vos propositions d'actions phares...

Dans l'envoi du courrier d'annonce de la pose ou du premier appel téléphonique, proposer au client de convenir d'une date et heure de pose via un calendrier numérique – offrir la possibilité d'intervention en soirée et le week-end. Rappel du rendez-vous via SMS ou appel téléphonique.

Quels objectifs atteindre ?

- Donner de l'importance, un caractère officiel à la démarche de prise de rendez-vous, et que celle-ci soit adaptée, et non imposée, au client.
- 100% des rendez-vous doivent ainsi aboutir.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Envoyer le courrier officiel au domicile concerné au moins un mois à l'avance, et avoir la possibilité de prendre un rendez-vous le jour même et jusqu'à trois semaines après.
- Une fois le rendez-vous pris, il faut un système de rappel par mail ou par SMS, et de calendrier en ligne mis à jour en temps réel. Avoir également la possibilité d'annuler et de reporter le rendez-vous quelques heures avant.
- Offrir également un traitement spécifique des prises de rendez-vous pour les personnes n'ayant pas accès à internet, notamment par les antennes réparties sur le territoire, et en maintenant le contact par courrier postal.
- Diffuser des spots télévisées pour prévenir de la nécessité de prendre un rendez-vous sur internet, en indiquant les  ch ances.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 3 tables

Important : 1 table

Très important : 0 table

Envoyer en amont de la pose une documentation / plaquette / notice explicative et/ou inviter à consulter une page web dédiée avec toutes les informations requises

Quels objectifs atteindre ?

- De manière générale, déclencher la curiosité du client autour le compteur.
- Rassurer le client et lui faire comprendre le caractère obligatoire de la démarche, du déploiement.

- Proposer la prise de rendez-vous au sein des documents d'information/communication.
- Faire en sorte que le client soit réellement bien informé, par des documents (notices, plaquettes, explication de l'installation, etc.) et par l'envoi de lien renvoyant le site internet.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Dès l'envoi du premier courrier et de la prise de rendez-vous, avec les coordonnées obtenues (mail, SMS, postale), transmettre l'ensemble de cette documentation en format numérique, boîte mail et sur le site internet, et papier, par courrier et dépôts de documents dans la boîte aux lettres. Passer également par les antennes.
- Introduire dans le spot télévisé « Retrouvez nous sur [www....](#) Pour plus d'informations ».

Quel degré de priorité ?

Peu important : 0 table

Important : 0 table

Très important : 4 tables

Former les techniciens afin qu'ils apportent des réponses concrètes au client, mais également qu'ils les guident dans leur choix d'offre...

Certifier leur qualification ...

Quels objectifs atteindre ?

- L'intervention doit être diable et l'approche professionnelle : précise, pertinente, utile et crédible. Les prestations des prestataires poseurs doivent être certifiées.
- Le technicien doit avoir eu une formation accréditée et pertinente au sujet du compteur Linky. Il doit connaître tout le panel des offres, avec la possibilité de produire un diagnostic cohérent, et de fournir des conseils neutres sur le bon fournisseur. (certains participants ne sont pas de cet avis et estiment que ce n'est pas le rôle d'un technicien).

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Le prestataire doit avoir une attitude sereine, qualifiée et professionnelle, acquise grâce à sa formation.
- Les techniciens doivent être bien formés aux différents cas de figures qu'ils pourront rencontrer sur le terrain. Ils devraient avoir une formation non seulement technique mais également commerciale.
- L'accompagnement doit avoir lieu avant, pendant et après la poste.
- Les prestataires défaillants ou ayant reçu un trop grand nombre de réclamations doivent être « d -certifiés ».
- Proposer une FAQ sur le site.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 1 table

Important : 0 table

Très important : 3 tables

Fournir au client un autocollant explicatif (  coller sur le compteur) avec un numéro dédié gratuit et court & une adresse web en cas de problème

Quels objectifs atteindre ?

- Facilité d'accès au service
- Simplicité de mise en place
- Clarté sur l'offre de service

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- L'information doit être installée sur le compteur lors de la pose, ou lors d'une visite spécifique regroupant toutes les informations liées au compteur.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 1 table

Important : 0 table

Très important : 3 tables

A l'issue de la pose, offrir la possibilité au client de « noter » le poseur (comme pour Uber)

Quels objectifs atteindre ?

- Qualité de pose identique pour tous les compteurs/foyers.
- Selon certains participants : il n'y a pas d'intérêt à noter les poseurs.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Application Enedis ou site de type « trustpilot », et courrier. Quelques heures après la pose ou le lendemain pour permettre une notation « à froid ».
- *Pour certains participant, le recours à la notation n'est pas souhaitable :*
 - Un questionnaire de satisfaction, 3/4 jours après la pose.
 - Aucun moyen de notation : désaccord avec la proposition.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 4 tables

Important : 0 table

Très important : 0 table

Mettre en place un suivi annuel physique à l'issue de la pose

Quels objectifs atteindre ?

- Mettre en place une relation de confiance entre Enedis et le client.
- Certains participants ne voient pas l'intérêt d'un suivi physique annuel, étant donné que l'intérêt du compteur est de réduire, voir de faire tendre vers zéro, les déplacements des techniciens.

Apporter des précisions à cette proposition : quelles modalités de mise en œuvre ? (Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ?)

- Certains participants souhaitent que le suivi ait lieu tous les ans à la date d'anniversaire de la pose, au domicile du client, avec un système de calendrier en ligne.
- Pour d'autres, c'est une mesure inutile, un suivi par téléphone et des interventions uniquement en cas de problèmes suffit.

Quel degré de priorité ?

Peu important : 4 tables

Important : 0 table

Très important : 0 table