

## La campagne Display® comme outil de valorisation d'une stratégie générale de maîtrise de l'énergie à Lom

La campagne Display® est une initiative de l'association Energie-Cités. Basée sur le volontariat, elle vise à anticiper la mise en œuvre de la Directive européenne « Bâtiment », qui prévoit notamment l'évaluation et la diffusion des performances énergétiques des bâtiments. Conçue par des experts en énergie de vingt municipalités européennes, la campagne Display® encourage toute autorité locale à afficher volontairement et visiblement les performances énergétiques et environnementales de ses bâtiments publics, en utilisant des posters qui suivent le modèle de l'étiquetage des appareils ménagers. Cette démarche implique la mise en place d'un management énergétique des bâtiments publics, tout en aidant la municipalité à s'engager sur la voie de la transparence et de la sensibilisation de sa population. A Lom, cette campagne débute en 2007 et offre à la ville l'opportunité de développer une large stratégie de communication qui se base sur des actions précises. Cette stratégie est à l'origine de la nomination de la ville au concours Display® Toward Class A en 2007 qui récompense les 20 meilleures stratégies de communication de villes, dans chaque pays européen, autour de cette campagne d'affichage des performances énergétiques des bâtiments.

### Une ville qui montre l'exemple

#### Prendre des mesures d'amélioration de la maîtrise de l'énergie sur le territoire

Afin de concrétiser les informations qu'elle promet auprès du public, au sujet de la maîtrise des consommations énergétiques, la commune se positionne comme modèle, en valorisant les travaux qu'elle a réalisés sur son territoire et leurs résultats. Elle incite aussi de cette façon les autres entités publiques présentes sur le territoire à investir dans les mêmes travaux et à mettre en place des contrats de partenariats public privé. Voici l'essentiel des travaux réalisés ou prévus :

#### > Travaux pour la rénovation énergétique des bâtiments prioritaires de la ville

Ces travaux (isolation thermique de l'enveloppe) doivent avoir lieu dans le cadre d'un projet pilote de partenariat public privé avec une société bulgare. L'une de ces rénovations déjà réalisées concerne une école primaire, pour laquelle un poster Display® a été réalisé. Ce poster affiche et qualifie d'une lettre les consommations en énergie et en eau du bâtiment, ainsi que les émissions de CO<sub>2</sub> émises. La réalisation des travaux combinée à l'affichage du poster dans l'école permet de sensibiliser les écoliers, et en conséquence leur entourage, à la question énergétique.

#### > Mise en place d'un monitoring des consommations énergétiques des bâtiments publics

Cette étape permet de disposer de données actualisées nécessaires pour assurer un suivi des consommations énergétiques et la réalisation de posters Display®. Il constitue également un outil précieux en vue d'identifier les besoins en rénovation et de hiérarchiser les projets de maîtrise de l'énergie dans les bâtiments. Enfin, il offre les informations indispensables au bon fonctionnement d'un fonds d'investissement pour l'efficacité énergétique provisionné par les économies d'énergie réalisées. Un tel fond est en projet à Lom.

« Les mesures mises en place à Lom s'inscrivent dans le cadre de sa stratégie globale de maîtrise des consommations énergétiques et visent à dynamiser l'implication des citoyens sur le long terme. »

### Une ville qui communique

#### Donner les moyens aux citoyens d'être acteurs

La communication a pour objectif de faire connaître les mesures engagées par la municipalité dans le but d'accroître sa maîtrise de l'énergie, de sensibiliser les habitants afin qu'ils reproduisent de telles mesures sur leurs habitations et de les sensibiliser plus globalement aux problématiques énergétique et climatique. Elle est centrée autour de l'outil Display® et vise à faire intervenir différents acteurs autour de plusieurs actions concrètes :

#### > Affichage d'un premier poster Display® sur l'école Nikola Parvanov

#### > Préparation de 25 nouveaux posters Display® actualisés

Elle sera à la charge du futur Centre de l'énergie de la ville, qui s'attachera à impliquer étudiants et écoliers de façon à ce qu'ils s'approprient l'outil et qu'ils soient sensibilisés aux activités de la municipalité. Pour chacun des 25 bâtiments prioritaires de la ville, un poster Display® exprimant ses performances énergétiques sera réalisé. Chaque année un nouveau poster présentera ses nouvelles performances. La juxtaposition des anciens et nouveaux panneaux permettra d'observer l'évolution des performances et donc l'effet des travaux de rénovation thermique qui auront été menés.

#### > Organisation d'une semaine Display®

La mise en place d'un tel évènement ponctuel permettra d'affirmer la démarche de la ville et de consolider les acquis et engagements des citoyens. Cette semaine s'articulera autour de manifestations interactives présentant la campagne Display® à Lom et les enjeux climatiques et énergétiques.

### En bref

#### Les posters Display

Nombre de bâtiments communaux : 26

Nombre de posters Display® affichés : 1 poster sur

l'école Nikola Parvanov

Nombre de posters envisagés sur d'autres bâtiments publics : 25

#### Emissions de gaz à effet de serre évitées

Effet de la campagne difficile à évaluer.

(NB : 56 % sur l'école rénovée)



L'école au poster Display

#### Côté \$ ?

Budget pour la campagne Display® : 6 150 €

#### Date

juin 2007 : affichage du poster sur l'école et première présentation de Display® à la population.



Un exemple de poster Display en Bulgarie



## L'intégration de la campagne Display® aux plans initiaux de la ville

La stratégie Display® s'intègre parfaitement aux plans initiaux de la ville. Le premier est le **Plan municipal pour le développement** dans lequel Display® fait référence à la mesure concernant notamment l'introduction des technologies d'économies d'énergie, d'efficacité énergétique et de changement des sources énergétiques. Le second plan est la **stratégie pour l'efficacité énergétique pour la période 2006-2010**.

Display® vient consolider une démarche antérieure de la commune. Lom va utiliser les apports de la stratégie de communication de Display® et de la stratégie de marketing de la ville pour réaliser des supports de communication à destination des délégations bulgares et étrangères, des investisseurs potentiels, et lors des foires nationales, internationales et des expositions.

## Des moyens de communication innovants



L'écran devant le Centre communautaire destiné aux opérations de communication de la campagne Display

La commune s'est engagée dans la création d'outils de communication innovants en Bulgarie pour mener à bien sa campagne de communication et d'information. Ces outils visent à mettre à contribution un grand éventail d'acteurs et s'adressent à tous.

Outre l'affichage des posters Display®, il s'agit par exemple de la **diffusion sur grand écran**, devant le centre communautaire de la ville, d'informations sur la campagne Display® et du film d'Al Gore, « Une vérité qui dérange », afin de sensibiliser l'ensemble de la population sur le changement climatique et les moyens de réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Par ailleurs les talents des **écoliers et lycéens** sont mis à contribution à travers la création d'œuvres artistiques sur les thèmes des économies d'énergie et de l'énergie solaire thermique pour alimenter une exposition.

L'innovation de la démarche de communication réside également dans les créations de pages Web qu'elle occasionne. Un **portail sur l'énergie solaire** et un **portail sur les « bio-énergies »** permettront à chacun de se familiariser avec ces technologies et d'approfondir ses connaissances. Un **portail spécialement dédié aux enfants** et aux professeurs traitera de l'utilisation rationnelle de l'énergie en général.

## Des partenariats riches et variés

La campagne a nécessité la mise en place de plusieurs partenariats. Elle incite des acteurs de tous horizons à se rencontrer et à travailler ensemble, parmi lesquels :

### ➤ Le Centre pour la coopération transfrontalière

Ce centre réalise une base de données sur les consommations énergétiques et en eau des bâtiments publics de la ville. Il abritera le futur Centre de l'énergie de Lom qui aura la responsabilité du monitoring permanent de ces consommations.

➤ **L'association « Illumination »** responsable de la réalisation d'actions à portée sociale. Cette association est à l'origine des travaux de réparation qui ont été menés à l'école Nikola Parvanov.

➤ **Les médias** : 2 chaînes de télévision locales mettent à disposition de la commune 48h d'enregistrement pour une diffusion à près de 5 000 foyers, le journal local publie régulièrement des articles pour Display®.

➤ **Le centre communautaire de la ville** devant lequel a été présentée à la population sur un écran géant la campagne Display®.

➤ **L'Ecoclub pour la jeunesse** rassemble des élèves de Lom qui s'impliquent en faveur de l'environnement. Ils vont contribuer aux activités de communication de la ville en organisant notamment une parade en roller durant laquelle ils distribueront des brochures d'information sur l'énergie.

➤ **Des sociétés privées** du domaine de l'énergie susceptibles de signer des contrats de partenariats public privé avec la commune. Elles bénéficieront de la campagne de communication de la ville pour se faire mieux connaître.

### ➤ Le futur Centre de l'énergie de Lom

La municipalité projette de créer une entité qui incarnerait l'ambition de la ville en matière d'énergie. Ce centre jouerait le rôle d'une agence locale de l'énergie, en tant qu'interface entre la population et les autorités. Il serait chargé d'outiller la ville, par la définition d'une stratégie de management énergétique et d'une politique d'investissement pour l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables. Il sera chargé de la réalisation des posters Display®.

## Conseils

La campagne Display® est un outil international, compréhensible par tous. Il fait figure d'intermédiaire entre la municipalité et les citoyens. C'est un outil de communication très performant dont les impacts sont riches et variés.

Il peut aussi permettre de se comparer aux autres villes (et de comparer les bâtiments d'une même ville entre eux bien sûr) afin de situer ses performances et de mesurer l'ampleur des efforts à consentir.

## Pour aller plus loin...

Site de la campagne Display : <http://www.display-campaign.org/>

Site de la commune de Lom : <http://www.lom.bg/>

Articles sur Lom sur le blog de ChallenGES Tour :

<http://challengestour.blogspot.com/>

## Qui contacter à Lom ?

Rumyana Simeanova (non anglophone)

Responsable Programme de développement  
Mairie de Lom - 36000 LOM - 12 Dunavska Str.  
Tel. +359 971 69 106 e-mail. [pumka@abv.bg](mailto:pumka@abv.bg)

Sylviya Ivanova (anglophone)

Traductrice - Centre de coopération transfrontalière  
Tel. +359 889 609 281 e-mail. [sylvia\\_ang@yahoo.com](mailto:sylvia_ang@yahoo.com)