



# LANCER DISPLAY

## GET POWER - SAVE ENERGY

### 1 ETAPES PRELIMINAIRES

- ✓ Collecte des données
- ✓ Choix du/des bâtiment(s)
- ✓ Choix du message du poster
- ✓ Edition et affichage du poster

### 2 PLANIFIER VOS ACTIONS DISPLAY

- ✓ Objectifs
- ✓ Public(s) visé(s)
- ✓ Rôles et responsabilités
- ✓ Budget
- ✓ Calendrier

### 3 LISTE DES ACTIONS DISPLAY

#### POSSIBLES

- ✓ Actions à l'initiative du participant Display
- ✓ Travailler avec les habitants et les acteurs locaux
- ✓ Activités techniques
- ✓ Evénements culturels
- ✓ Activités pour les écoles et les universités
- ✓ Jouer les synergies



## 1 ETAPES PRELIMINAIRES

- ✓ **Collecte des données**
- ✓ **Choix du/des bâtiment(s)**
- ✓ **Choix du message du poster**
- ✓ **Edition et affichage du poster**

L'élément principal de la Campagne Display est un **poster**, réalisé sur la base de l'étiquette énergie, maintenant bien connue, des équipements électroménagers. Ce poster :

- Informe en toute transparence le public sur la performance énergétique de vos bâtiments,
- Sert d'interface entre la partie technique et la partie communication de la Campagne Display,
- Est un outil de communication au design agréable, facilement compréhensible et avec une forte visibilité,
- Signale que l'énergie est une préoccupation municipale.

Le poster peut être affiché dans tous types de bâtiments, y compris :

- Les bâtiments administratifs
- Les écoles
- Les établissements culturels
- Les établissements de santé
- Les équipements de sports et de loisirs

**Les bâtiments municipaux, et les autres bâtiments, se prêtent particulièrement bien aux campagnes d'amélioration de l'efficacité énergétique, telles que la Campagne Display, dans ce sens où :**

- **Ce sont des lieux fréquentés par le public**
- **Ils peuvent servir d'exemples aux citoyens**



▪ Ils peuvent inciter d'autres institutions à mettre en œuvre des actions d'économie d'énergie

Display vise à accélérer la mise en œuvre de la Directive Européenne 2002/91/CE sur la Performance Energétique des Bâtiments. Une révision de la directive est prévue en 2008.

Le poster n'a cependant pas vocation à en être une transcription exacte.

Il est établi sur la base d'un suivi des consommations de combustible(s), d'eau et d'électricité, à partir duquel sont calculés des indicateurs de consommation d'énergie (primaire), d'émissions de CO<sub>2</sub> et de consommation d'eau pour les bâtiments concernés. **Le poster se veut avant tout un outil d'information destiné à rendre compréhensibles l'énergie et le climat à tout public.** Il ne s'adresse en aucun cas à des experts en énergie !

#### Collecte des données

Avant d'éditer le poster Display, vous devez commencer par analyser l'historique des consommations d'énergie dans vos bâtiments municipaux.

Choisissez des données représentatives pouvant servir de point de référence.

Cette étape de collecte des données est utile pour plusieurs raisons :

1. Les données collectées vous permettront d'identifier facilement tout changement ultérieur dans la consommation d'énergie, et elles vous serviront à établir les objectifs que vous souhaitez atteindre au travers de vos actions Display.
2. Ces données de référence vous seront également utiles pour faire vos prévisions d'économie d'énergie.
3. Vous pouvez aussi utiliser ces données pour convaincre vos élus de l'intérêt de prendre des



mesures afin d'améliorer la performance énergétique des bâtiments municipaux les moins bien « classés ». La présentation du poster et des informations qu'il contient peut vous aider à les convaincre d'agir.

En tant que participant à la Campagne Display (vous n'auriez probablement pas ce manuel entre les mains si tel n'était pas le cas), vous avez un accès illimité à l'outil de calcul en ligne sur le site de la Campagne Display ([www.display-campaign.org](http://www.display-campaign.org)).

Vous avez peut-être déjà effectué ce travail de collecte des données pour les bâtiments concernés et entré ces données dans l'outil de calcul.

Si tel n'est pas le cas, et **si vous avez besoin de plus amples informations sur la nature des données à collecter et sur la manière de les entrer dans l'outil de calcul, consultez le chapitre suivant intitulé « Guide de l'Utilisateur Display ».**

### Choix du/des bâtiment(s)

La collecte d'un nombre suffisant de données vous donne une vue d'ensemble de votre bâtiment et de sa performance énergétique. Il vous appartient de choisir celui ou ceux de vos bâtiments que vous souhaitez utiliser pour la Campagne Display.

Un **bâtiment classé « excellent »** (classe A) fera figure de réalisation exemplaire en matière de gestion de la consommation d'eau, d'énergie et d'émissions de CO<sub>2</sub> dans votre municipalité.

Introduire Display dans des **bâtiments bien classés** (classes B, C, D) vous permettra d'en améliorer la performance pour les faire progresser vers la classe A.

N'hésitez pas à inclure **des bâtiments dont la performance énergétique est moyenne** (classe E), **ou même faible** (classes F et G). La Campagne Display est en effet un bon moyen de mettre en place des mesures d'amélioration, en particulier dans les bâtiments les moins bien classés, et de



sensibiliser les usagers à adopter des comportements plus économes en énergie. C'est ce qu'a fait le Comté de Durham avec sa campagne « away from class G (pour sortir de la classe G) ».

### Choix du message du poster

Outre les données de consommation du bâtiment, le poster donne également des informations sur les mesures techniques qui ont été ou seront mises en oeuvre.

Avant d'éditer le poster, les services municipaux devront se mettre d'accord sur les mesures d'amélioration dont il sera fait mention sur le poster. Vous pouvez choisir d'y inscrire aussi bien des mesures techniques déjà mises en oeuvre, que des mesures encore à l'état de projet. Le choix du message est un excellent moyen pour votre municipalité de communiquer avec les citoyens sur ses engagements vis-à-vis de l'environnement.

**La Ville d'Angers, en France, a ainsi décidé d'indiquer les coûts énergétiques du bâtiment afin de donner plus de poids au message du poster !**

Une fois que vous aurez choisi les bâtiments dont vous souhaitez afficher les performances en matière de consommation d'eau, d'énergie et d'émissions de CO<sub>2</sub>, et convenu du message, vous pouvez éditer le poster Display, à raison d'un poster par bâtiment.

### Édition du poster Display

Pour obtenir une édition conforme du poster Display, vous devez télécharger le logo de votre municipalité à la rubrique administration sur le site internet Display. Le plus simple est de vous adresser au service communication de votre Ville, qui vous fournira la version officielle de ce logo.

#### **Télécharger le logo de votre municipalité :**

- Format : jpg
- Définition : au moins 600 x 600 pixels
- Résolution : 300 dpi



Il est fortement recommandé de confier à un professionnel l'impression du poster généré au format PDF à partir du site internet. Demandez à votre service communication les coordonnées de leur fournisseur habituel.

#### Caractéristiques du poster à transmettre à l'imprimeur :

- Dimension minimum : 60cm x 80cm
- Type de papier : plastifié
- Charte graphique Display :
  - Vert - Quadrichromie : 25% Cyan, 100% Jaune  
- Pantone : 390 C
  - Bleu - Quadrichromie : 80% Cyan, 30% Magenta  
- Pantone : 285 C

Le résultat final doit se rapprocher le plus possible de ceci :



*Le poster Display*

Pourquoi ne pas suivre l'exemple de Neuchâtel (CH) ou de Ivanic-Grad (HR) en imprimant le poster dans un format particulièrement imposant de 3 mètres par 4 et en l'accrochant à la façade du bâtiment ?

Certaines villes comme Montbéliard ou Colomiers ont même demandé à leur graphiste d'ajouter sur le poster le classement énergétique obtenu les années passées, afin de mieux rendre



compte de l'évolution. N'hésitez pas à adapter le poster à vos besoins !

Pour en savoir plus sur la charte graphique de la Campagne Display, consultez le chapitre 4 "Relations avec la presse".

### Affichage du poster

Voici quelques conseils pour bien afficher le poster.

Le **choix de l'emplacement** est primordial. Affichez de préférence le poster dans le hall d'entrée du bâtiment, passage obligé des visiteurs, afin que tous puissent le voir. Le poster Display s'adresse en particulier aux publics suivants : personnes fréquentant régulièrement le bâtiment (par ex. les personnes qui y travaillent), personnel et responsables municipaux, et toute personne du public (visiteur, client, etc.) amenée à se rendre dans ce bâtiment.

**Faites du lancement de cette campagne un événement important dont tout le monde aura entendu parlé. Vous pouvez faire intervenir les médias (voir le chapitre consacré aux « relations avec la presse »).**

Si le calendrier le permet, organisez une « **journée d'information Display** » au cours de laquelle vous inaugurerez le poster et installerez les autocollants en divers endroits du bâtiment. Vous trouverez des conseils pratiques sur l'utilisation de ces autocollants au chapitre 5 consacré aux « Produits ».

Il est conseillé qu'une moins une personne responsable de la Campagne Display au sein de la municipalité soit présente lors de l'inauguration du poster. Cette personne pourra ainsi expliquer la procédure et donner des informations sur le poster Display. L'objectif est de sensibiliser le public aux aspects environnementaux liés à ce bâtiment en particulier, et de souligner les actions, présentes et futures, de la municipalité.



*Participation des élèves à la mise en place  
du premier poster à Milton Keynes*

Si vous en avez la possibilité, vous pouvez éditer un prospectus qui apportera un petit plus à votre campagne. Destiné au grand public, ce document expliquera la raison de cette campagne et le « rôle » que les usagers y ont à jouer. Le prospectus sera distribué lors du lancement de la campagne et des exemplaires seront laissés à la disposition du public, à proximité du poster.



## 2 PLANIFIER VOS ACTIVITES DISPLAY

- ✓ Objectifs
- ✓ Public(s) visé(s)
- ✓ Rôles et responsabilités
- ✓ Budget
- ✓ Calendrier

Avant d'identifier et de contacter directement la personne responsable dans chacun de vos bâtiments municipaux, vous devez vous mettre d'accord sur les modalités générales du projet au sein de votre municipalité et planifier votre action.

### Objectifs

La Campagne Display a pour objectif d'améliorer la performance énergétique des bâtiments par la mise en place de **mesures techniques** et d'actions de sensibilisation destinées à **modifier le comportement des usagers**.

### Public visé

Le public visé comprend tous les usagers du bâtiment, à savoir les employés administratifs, le personnel technique, le personnel des écoles, les élèves et les visiteurs (tous les citoyens sont donc potentiellement concernés).

### Rôles et responsabilités

Lorsque vous avez signé la Charte Display, vous avez dû nommer un contact Display, au sein de votre municipalité. C'est cette personne qui sera chargée de coordonner le projet.

Lors de la mise en place des actions dans le cadre de la Campagne Display, le coordinateur sera en général amené à intervenir en quatre temps, à des moments clefs de la relation entre la municipalité et les utilisateurs du bâtiment :



- **En début de projet, pour s'adresser aux gestionnaires du bâtiment**
- **Pour donner des conseils techniques**
- **Pour motiver les participants en cours de projet**
- **Pour aider aux relations publiques**

(Source : EnergieSchule NRW)

Les actions décrites dans le tableau ci-après sont classées en trois catégories, lesquelles correspondent aux trois principales étapes de la campagne : « Etapes préliminaires », « Mise en œuvre » et « Evaluation ». Les cases cochées renseignent sur la ou les personnes qui, de par leurs fonctions, sont susceptibles de remplir cette tâche. N'oubliez pas que la plupart des actions reposent sur un travail d'équipe. Les cases grisées indiquent la personne qui est la mieux placée pour exécuter la tâche en question.



Qui peut faire quoi ?	Responsable énergie (Ville)	Gestionnaire du bâtiment / Directeur (école)	Employés / Enseignants	Elèves	Gardien	Agence locale de l'énergie
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Personne la plus apte</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Autres choix possibles</b>						
<b>ACTIONS</b>						
<b>Etapes préliminaires</b>						
Planifier	✓	✓	✓			✓
Sensibiliser le personnel / les élèves	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Etablir un calendrier	✓	✓				
Trouver les ressources financières	✓	✓				
Définir les responsabilités / créer une équipe énergie	✓	✓	✓			
Collecter / analyser / suivre les consommations d'énergie	✓			✓	✓	
Identifier les opportunités pédagogiques (écoles seulement)	✓	✓	✓			✓
Définir des objectifs	✓	✓			✓	
<b>Mise en oeuvre</b>						
Initier les actions Display		✓	✓		✓	
Coordonner les actions Display	✓					
Organiser le lancement officiel de la campagne Display	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Proposer des activités extrascolaires sur l'énergie (écoles seulement)		✓	✓	✓		
Travailler avec les médias locaux	✓	✓		✓		
Relever régulièrement les compteurs					✓	
Identifier les gaspillages d'énergie		✓	✓	✓	✓	
Donner des conseils techniques	✓				✓	✓
<b>Evaluation</b>						
Faire le point par rapport aux objectifs	✓	✓			✓	
Sondage personnel	✓					✓
Sondage élèves		✓	✓			✓
Sondage parents			✓	✓		
Sondage visiteurs	✓	✓				✓



### Budget

Les ressources financières allouées varient d'une municipalité à l'autre et le budget nécessaire aux mesures de sensibilisation dépendra des actions entreprises. Demandez à votre service financier de vous préciser les ressources budgétaires disponibles.

### Calendrier

Il est important de respecter le calendrier prévu. Bien sûr, le temps alloué dépendra du type d'actions de sensibilisation que vous souhaitez mener et du budget dont vous disposez. (voir la *liste des actions possibles*). Chaque bâtiment municipal doit avoir son **poster Display**, lequel doit être **mis à jour une fois par an**. Cela vous permet de tenir informé le public des changements qui sont intervenus au niveau de la performance énergétique du bâtiment (si possible dans le sens d'une amélioration), et des mesures techniques qui ont été mises en oeuvre. Il se peut cependant que l'intérêt des usagers pour le poster baisse en cours d'année. Des actions de sensibilisation sont alors recommandées. Il peut s'agir **d'actions ponctuelles** qui viendront compléter et renforcer l'action du poster à des moments opportuns.

Vous pouvez également profiter de certains moments de l'année pour mener des actions spécifiques, par exemple en lançant un projet sur les bonnes habitudes en matière de chauffage juste à l'entrée de l'hiver (idéalement en octobre – novembre), avant la mise en route des appareils de chauffage.

Une autre possibilité consiste à mener une **campagne sur le long terme**, afin de sensibiliser les utilisateurs du bâtiment tout au long de l'année. Les ressources financières et humaines nécessaires seront alors plus importants, mais modifier durablement les comportements nécessite de toute façon un effort continu sur le long terme.



*Une étude menée à **Leicester**, ville qui participe à la Campagne Display, a montré qu'il pouvait être très utile de faire du poster un élément d'une campagne plus vaste portant sur l'ensemble du bâtiment. Le personnel et les visiteurs doivent être informés et impliqués afin qu'ils comprennent pourquoi ils doivent économiser l'énergie et sachent utiliser au mieux les systèmes de contrôle dont est équipé le bâtiment.*

**C'est la première fois que vous organisez une campagne de sensibilisation et ne savez pas comment procéder ? Pas de problème – le guide pour votre campagne Display vous accompagnera tout au long des différentes étapes. Allez directement au chapitre 3 de ce classeur et faites passer le message : améliorer l'efficacité énergétique est l'affaire de tous ! Les chapitres suivants vous aideront à passer des intentions aux actes et à améliorer l'efficacité énergétique de votre bâtiment avec le concours des usagers.**



### 3 LISTE DES ACTIONS DISPLAY POSSIBLES

- ✓ Actions à l'initiative du participant Display
- ✓ Travailler avec les habitants et les acteurs locaux
- ✓ Activités techniques
- ✓ Evénements culturels
- ✓ Activités pour les écoles / universités
- ✓ Jouer les synergies

#### Recommandations pour optimiser l'organisation des actions Display

Vous pouvez vous inspirer des activités suivantes :

#### Actions à l'initiative du participant Display (organisme municipal ou privé)

- ✓ **Menu / calendrier** – liste de mesures simples prises par la Ville afin d'encourager les citoyens à suivre son exemple (exemple sous forme de menu : Lundi – fermer la porte des ateliers, Mardi – penser à éteindre les lumières, imprimantes et ordinateurs avant de quitter le bureau, Mercredi – maintenir à 19-20°C la température à l'intérieur des locaux ...)
- ✓ Associer le lancement de la Campagne Display à l'annonce officielle de la participation de la Ville à la Convention des Maires lancée par la Commission Européenne
- ✓ **Engagement** à pérenniser une ou plusieurs actions tout au long de l'année (par ex. baisser la température intérieure tous les





mercredis pendant la période de chauffage)

- ✓ Nommer un **Responsable Energie**
- ✓ « **Tableau de bord énergie** » donnant les consommations d'énergie hebdomadaires, des astuces pour économiser l'énergie, des nouvelles des projets en cours, ou toute autre information utile
- ✓ **Défi énergie** : concours organisé entre employés / élèves afin d'inciter à une meilleure performance
- ✓ **Quiz énergie** avec récompense à la clef pour le gagnant
- ✓ **Lancement officiel d'un plan énergie municipal / d'entreprise** et information sur Display – promotion de votre organisation
- ✓ **Présentation publique de vos ambassadeurs énergie ou inauguration du bureau municipal de l'énergie**
- ✓ Création d'un **centre d'information** sur les mesures visant à améliorer l'efficacité énergétique de l'Hôtel de Ville ou d'une zone fréquentée par le public
- ✓ **Petits-déjeuners** sur le thème de l'efficacité énergétique avec des acteurs locaux
- ✓ Inviter des employés / utilisateurs des bâtiments à **s'engager individuellement et sur le long terme** sur des mesures simples – envoyer tous les mois par e-mail une liste des mesures d'économie d'énergie à mettre en œuvre par les participants – évaluer les résultats.



### Travailler avec les habitants et les acteurs locaux

- ✓ **Séminaires** pour les employés / élèves / résidents expliquant les **conséquences du changement climatique** et le lien avec les économies d'énergie dans les bâtiments, et information sur les avantages attendus, tant collectifs qu'individuels
- ✓ **Séminaire** sur les directives européennes et les tendances nationales en matière de réduction des émissions de carbone ; lien avec **les certificats de performance énergétique** et les économies d'énergie
- ✓ **Expositions avec des PME** (promotion de l'éclairage basse consommation d'énergie, isolation, fenêtres, etc.)



### Activités techniques

- ✓ Démonstration de la **quantité de CO2** émise lors d'une journée énergie (graphique sur écran ou posters)
- ✓ Visualisation des compensations possibles, notamment grâce à l'utilisation des énergies renouvelables
- ✓ Démonstration **d'outils de calcul de l'efficacité énergétique**
- ✓ Caméra IR / mesures de la consommation d'énergie / **mesures et démonstration** de la consommation d'eau



### Événements culturels

- ✓ Inviter des artistes locaux (musiciens, acteurs de théâtre, sportifs, autres personnalités) afin de sensibiliser aux questions climatiques, conférence de presse sur le changement climatique et les économies d'énergie
- ✓ Présentation de l'exposition « **IMAGINE** » dans votre bâtiment (<http://www.imagineyourenergyfuture.eu/exhibition/>)
- ✓ **Projection publique d'un film** sur le thème de l'énergie et du climat, suivie d'une table ronde. Films possibles :
  - Documentaire d'Al Gore « Une vérité qui dérange »
  - Documentaire d'ARTE « Energie – le futur à contre-courant »
  - Wall-E
  - La fin de Suburbia ([www.endofsuburbia.com](http://www.endofsuburbia.com))
  - Films pédagogiques de la Commission Européenne



[www.lahuit.com/catalogue/FR/SOCIETE/016/display\\_film/](http://www.lahuit.com/catalogue/FR/SOCIETE/016/display_film/)

### Activités pour les écoles / universités :

- ✓ **Concours opposant élèves, classes, écoles, départements ou bâtiments** – peinture, photographie, littérature, arts plastiques, danse, sport – sur le thème des énergies renouvelables dans les écoles. Ces activités peuvent être sponsorisées, notamment pour la remise des prix.
- ✓ **Jeux éducatifs** sur l'efficacité énergétique et les SER
- ✓ **Audits énergétiques** des écoles réalisés par les élèves – collecte des données énergie, recherche de sources potentielles d'économie d'énergie (fenêtres, éclairage, fermeture des portes ...)
- ✓ **Quiz énergie**
- ✓ **Concours sportif ou artistique « Display »** inter-écoles (voir la fiche « exemple à suivre » de Brasov)



- ✓ Activités et programmes éducatifs – par ex. **exposition** organisée par différents producteurs d'énergies renouvelables afin de montrer et expliquer aux adolescents les techniques faisant appel aux énergies renouvelables et permettant d'améliorer l'efficacité énergétique.



- ✓ Faire **visiter aux élèves** un site de production d'énergies renouvelables proche de leur école
- ✓ Pour les maternels – **spectacle de marionnettes** sur des concepts énergétiques simples
- ✓ **Présentation, par les élèves**, et discussion autour de projets en lien avec l'efficacité énergétique
- ✓ **Participation au programme Eco-Schools** (<http://www.eco-schools.org/>)

### Jouer les synergies

#### **Pour une meilleure visibilité :**

- Organiser ces activités dans le cadre **d'événements plus vastes, en rapport avec l'énergie et le climat** (Journée mondiale de l'eau, Journée mondiale de l'environnement, Semaine européenne de l'énergie durable etc.)
- **Travailler avec d'autres partenaires** afin de créer des synergies autour d'activités locales conjointes

#### **Qui choisir comme partenaires ?**

- ✓ Des acteurs locaux
- ✓ Des écoles
- ✓ Des citoyens / des ménages
- ✓ Des PME
- ✓ Des industries
- ✓ Des administrations publiques
- ✓ Des organismes HLM
- ✓ Des services de santé (hôpitaux...)



- ✓ Des agences de l'énergie / des agences de développement
- ✓ Des représentants des autorités régionales et/ou nationales
- ✓ Des sponsors
- ✓ Etc.

