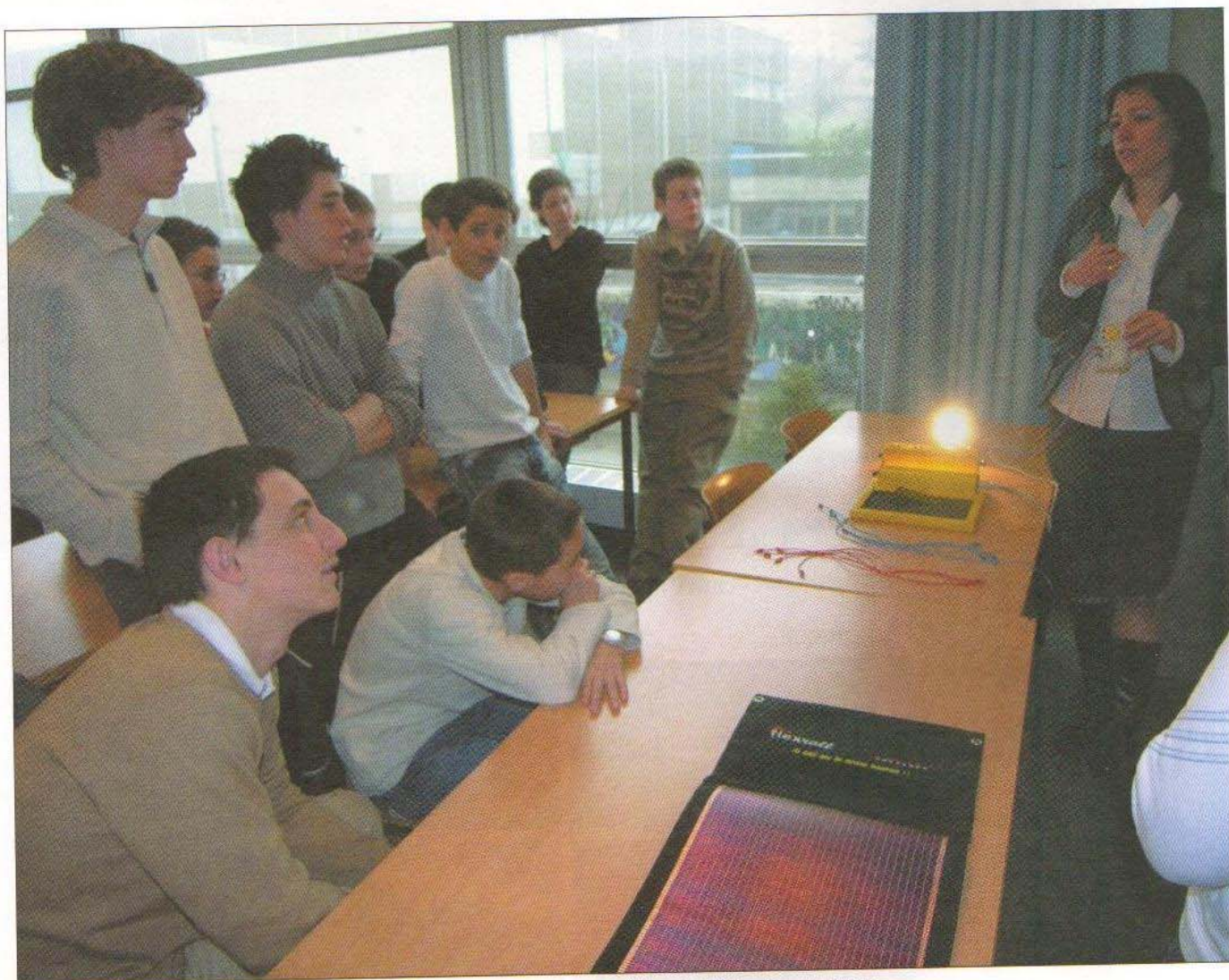


Display à Beaulieu, Floréal, Grand-Vennes, Pierrefleur...



Une démonstration solaire au moyen d'un panneau solaire photovoltaïque portable retient l'attention des élèves.

Display ou l'affichage de la performance énergétique des bâtiments: où en est le projet?

Lancé le 27 octobre 2005, aujourd'hui le projet Display progresse. A fin mars 2006, plus de 2240 élèves ont été sensibilisés à l'affiche de la performance énergétique de leur bâtiment scolaire.

DOSSIER PRÉPARÉ PAR ERIC DE LAINSECO
AVEC LE CONCOURS DE SUISSEÉNERGIE POUR LES COMMUNES



European
Municipal Buildings
Climate Campaign

Ch. des Abeilles 9 à 17, collège de Grand-Vennes

2005

Ce bâtiment est-il performant ?

Energie Consommation **CO₂** Emissions **Eau** Consommation



Faire progresser ce bâtiment vers la classe A

Des gestes simples

Ne pas laisser les fenêtres entre-croisées, aérer brièvement 5 minutes 4 à 5 fois par jour. Éteignez toujours la lumière dès que la luminosité extérieure est suffisante ainsi qu'en quittant une pièce. Avertir le concierge lors de fuite d'eau aux robinets et WC.

Des solutions techniques

A courts termes: Remplacement complet de la production de chaleur et des installations de ventilation avec mise en place de la télégestion. Remplacement des ampoules à incandescence par des modèles économiques. À moyens termes: Rénovation complète de l'ensemble, remplacement des robinets de douche collectifs par des mélangeurs thermostatiques temporisés individuels, équiper les robinets d'émetteur éco limiteur de débit.

Energies utilisées



En gagnant une classe, on économise par an:

La consommation d'énergie de	Les émissions de CO ₂ de	La consommation d'eau de
26.5 tonnes d'équivalent pétrole	28.8 tonnes de poids de voiture	95650 litres

Pour aller plus loin
Municipalité de Lausanne
Services Industriels
Energie SA
Tel : +41 21 315 27 12
www.municipal.ch

www.display-campaign.org

Classification des bâtiments de A à G, selon une échelle semblable à celle des appareils électroménagers.

Grâce au DVD «Vivre avec énergie» de l'EPFZ, les élèves découvrent un état des lieux énergétique de leur pays, la Suisse. Les SIL – Services industriels de Lausanne – présentent les énergies renouvelables, toujours plus nombreuses, mises en valeur à Lausanne, ville pionnière en la matière.

Les élèves proposent leurs idées de comportements plus éco-responsables avant de s'engager à signer une Charte. Une petite démonstration solaire retient leur attention ainsi que la découverte d'un diffuseur d'eau (aquaclit) ou encore d'un panneau solaire photovoltaïque portable (Flexroll). Quelques notions relatives au CO₂ et aux différentes énergies sont abordées. Si le projet Display est d'envergure européenne, il se veut avant toute chose un projet de proximité et un projet d'équipe. Les concierges s'impliquent.

Ainsi M. Délessert, fort de son expérience, a fait redécouvrir le bâtiment scolaire de Floréal aux élèves. Ces derniers ont bénéficié d'une visite guidée de la chaufferie, ainsi que d'une explication sur les ampoules économiques et sur les conduites de chauffage.

En percevant leur bâtiment autrement, les élèves deviennent tous les jours un peu plus éco-responsables. Pour les récompenser, les SIL lancent un concours. La classe gagnante aura la chance de se rendre au Parc Aventure, de venir au pied de l'éolienne «Cime de l'est», et de faire un petit tour au barrage de Lavey!



Collège de Beaulieu, Lausanne.



Campagne Display au collège de Grand Vennes: en présence du doyen Marc Cellier et du concierge Hasan Gecici, Stéphanie Petit – déléguée par les SIL – capte l'attention d'une classe de 8e B1 pré-gymnasiale.

QU'EST-CE QUE LA CAMPAGNE DISPLAY?

Campagne européenne conçue par des spécialistes de l'énergie de 20 villes européennes, elle est destinée à encourager toute autorité locale à afficher volontairement les performances énergétiques et environnementales de ses bâtiments publics, en utilisant le modèle de l'étiquette des appareils électroménagers. Le but: engager et responsabiliser chaque citoyen sur ses consommations énergétiques pour les réduire, diminuer les émissions de gaz à effet de serre et pour réaliser des économies financières.

A ce jour, plus d'une centaine de villes ont rejoint la Campagne Display. Toutes ces villes, parmi lesquelles figurent Modena (IT), Frankfurt (DE), Bielsko-Biala (PL), Lille (FR), Leicester (GB) et bien d'autres encore, bénéficient de nombreux avantages économiques et sociaux grâce à leur participation à la Campagne.

HISTOIRE DE LA CAMPAGNE DE DISPLAY

Débutée en 2003 par Energie-Cités (association des autorités locales européennes pour une politique énergétique locale durable), La Campagne Display est la première campagne de ce genre en Europe. Elle doit durer au minimum 10 ans. La première phase du projet, financée par la DG environnement de la Commission européenne, a réuni 21 villes pilotes de 18 pays et 4 experts scientifiques et techniques. Après une période de cofinancement durant le premier semestre 2005, la Campagne est aujourd'hui cofinancée par la DG TREN (énergie et transports)

Collège de Floréal, Lausanne: en participant à l'action Display, les enfants contribuent à l'obtention d'une bonne note énergétique de leur école.



de la Commission européenne grâce au programme «Energie intelligente pour l'Europe». Le projet en cours, intitulé «Towards class A», rassemble quatre nouveaux partenaires:

- Le Conseil des communes et régions d'Europe (CMRE)
- L'Association européenne pour la conservation de l'énergie (EuroACE)
- Le Conseil des Architectes d'Europe (CAE)
- L'Agence bulgare de l'énergie (EnEffect)

En 2006, les villes ayant obtenu les meilleurs résultats en ce qui concerne leurs campagnes de communication seront récompensées par le «Towards Class A Award».

QUEL INTÉRÊT POUR LA MUNICIPALITÉ?

Grâce à la Campagne Display, chaque municipalité peut:

- réaliser des économies financières;
- entreprendre une action concrète et visible pour lutter contre le changement climatique;
- sensibiliser les usagers et les gestionnaires des bâtiments municipaux;
- évaluer sa politique locale grâce à des données chiffrées;
- encourager les comportements éco-responsables des citoyens en donnant l'exemple;
- comparer les performances de ses propres bâtiments et se comparer avec d'autres villes;
- voir l'impact des mesures d'amélioration;
- échanger son expérience avec d'autres villes européennes;
- bénéficier d'outils et de supports de communication ciblés et adaptés;
- montrer une image positive et dynamique de sa ville.

RÉSULTATS

En perpétuelle croissance depuis sa création, Energie-Cités compte plus de 125 membres, dont une majorité de municipalités ainsi que des structures intercommunales, des agences locales de l'énergie, des entreprises communales et des grou-

Quels outils à disposition?

Une municipalité qui s'engage dans la Campagne Display utilise un outil disponible en ligne qui permet:

- le calcul de ratios concernant les consommations d'énergie, d'eau et les émissions de CO₂ des bâtiments;
- la classification des bâtiments, de A à G, selon une échelle semblable à celle des appareils électroménagers;
- l'affichage des résultats grâce à l'étiquette Display;
- d'évaluer la performance énergétique de chaque bâtiment; cela peut conduire à la mise en oeuvre d'un plan municipal d'amélioration;
- de comparer, année après année, les performances du bâtiment en termes de consommation d'énergie, d'eau ainsi que les émissions de CO₂, et de mesurer les progrès accomplis;
- de comparer les performances de ses bâtiments avec celles d'autres municipalités européennes.

pements de municipalités. L'association forme un véritable réseau, couvrant 21 pays européens.

519 expériences de villes, réparties en quatre thèmes (Actions intégrées, Efficacité énergétique, Energies renouvelables, Mobilité urbaine) et couvrant tous les domaines de l'innovation énergétique, sont disponibles en ligne sur le site de l'association. Energie-Cités coordonne en outre certaines campagnes européennes, dont la «Campagne Display», à laquelle 134 villes européennes participent aujourd'hui. En Suisse, on peut citer la Commune d'Ayent, les villes de Delémont, Lausanne, Lyss, Fribourg, Genève, La Chaux-de-Fonds, Martigny, Morges, Neuchâtel et Pully.

Pour rejoindre la Campagne Display, la municipalité, quelles que soient sa taille et son expérience, doit:

1. Télécharger la Charte d'adhésion puis renvoyer 2 copies signées.
2. Après réception des 2 copies signées de la Charte, parvenir à la municipalité la facture concernant les droits annuels d'utilisation de l'outil de calcul Display et ceux d'utilisation du support de communication (gratuit pour les membres d'Energie-Cités).
3. Compléter le dossier d'inscription disponible sur le site www.display-campaign.org

INFORMATIONS

www.citedelenergie.ch

www.suisse-energie.ch

www.display-campaign.org

Services Industriels de Lausanne www.lausanne.ch