

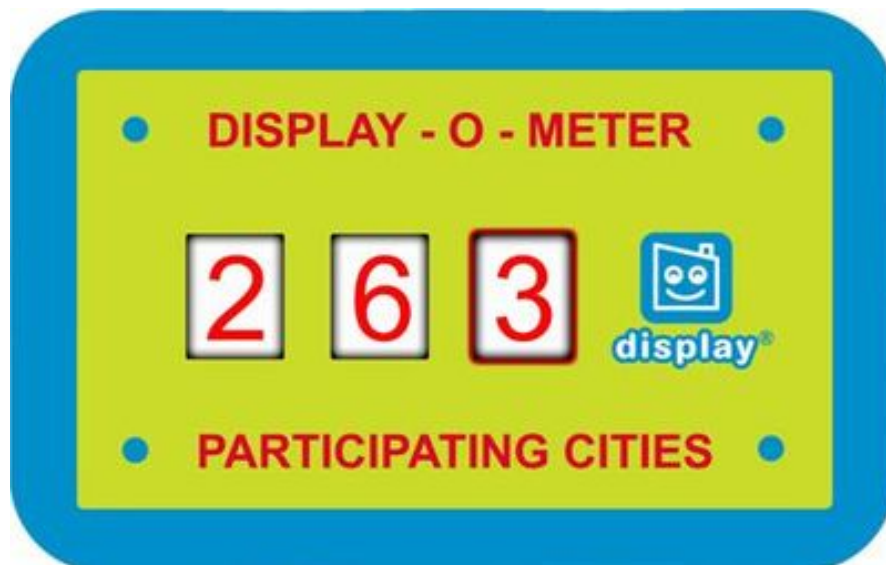
- **Compteur Display®**
- **Le guide "Towards Class A" disponible en ligne**
- **Visite technique à Brasov – une source d'inspiration pour nous tous !**
- **Display® s'ouvre au secteur privé**
- **Les Exemples à suivre de la Campagne Display®**
- **Avez-vous un exemple à suivre ?**
- **Communiquez et gagnez le 2ème Concours « Towards Class A » : le 22 juin approche à grand pas !**
- **Toutes nos félicitations :**

Editorial

La "Towards Class A" newsletter électronique vous informera sur les activités et progrès du projet « Towards Class A - Municipal Buildings as Shining Examples » tout au long de sa durée (2005-2007). Le projet "Towards Class A" cofinancé par la Commission européenne - DG TREN, a pour objectif d'anticiper et d'accélérer la mise en place de la Directive européenne « Bâtiments » par une extension large de la Campagne européenne Display®

Energie-Cités - Juin 2007

Compteur Display®



Le guide "Towards Class A" disponible en ligne

La Campagne Display® existe depuis plus de trois ans maintenant et de nombreuses villes et régions en sont à leur 2ème, voire 3ème année consécutive d'affichage de leurs consommations en eau et en énergie. Le guide récemment publié se veut une synthèse des outils et documents développés pour aider les collectivités locales à améliorer encore plus la performance de leurs bâtiments. Quant aux « Exemples à suivre », beaucoup d'entre vous s'y intéressent car ils apportent la démonstration que des interventions techniques associées à des actions de communication peuvent avoir un impact positif sur le classement des bâtiments en les faisant progresser vers la classe A, ou en tout cas, loin de la classe G !!! Bonne lecture !

[Guidelines](#)

Visite technique à Brasov – une source d'inspiration pour nous tous !



Fin avril, la Ville de Brasov (Roumanie), gagnant du second prix du concours Display®/Towards Class 2006, accueillait la conférence annuelle d'Énergie-Cités. Le thème de cette année – mieux communiquer pour changer les comportements – étant particulièrement proche de la thématique de la Campagne Display®, celle-ci a été largement abordée tout au long de la conférence. Ce fut en particulier le cas avec l'atelier spécifique consacré à la manière de communiquer sur les performances énergétiques des bâtiments publics, lequel a suscité un débat animé, lancé par Jeff Kirton, du Comté de Durham.

Pour terminer en beauté cette conférence, le club européen des utilisateurs Display® avait organisé une visite technique du collège "Grigore Moisil", une école nationale d'informatique. Ce collège fait actuellement l'objet d'un vaste programme de rénovation. Plus de 50 personnes ont ainsi pu assister à diverses présentations :

- Camelia Rata, de Brasov a présenté la semaine de l'efficacité énergétique organisée en 2005 lors du lancement de la campagne Display® dans trois établissements scolaires, les élèves des trois écoles participantes ayant préparé un événement spécial en lien avec le profil de leur établissement pour en fêter le lancement officiel ([voir](#))
- Berno Ram et son collègue roumain, Costin Cune•teanu, ont présenté les caractéristiques techniques du nouveau système d'éclairage Philips qui vient d'être installé dans de nombreuses salles de cours de l'école. Ce système permet non seulement de faire des économies d'énergie, mais offre également un éclairage de meilleure qualité.



- Andrei B•ceanu, de Moeller, a présenté un nouveau système de gestion de l'éclairage qui, outre les fonctions habituelles de régulation en fonction de la lumière du jour et de contrôle par zone, présente l'avantage de s'éteindre automatiquement la nuit.
- Peter Schilken (coordinateur Display®) a brièvement présenté le nouveau guide Towards Class A [Guidelines](#)

La visite technique s'est terminée par un tour du site, ce qui a permis de comparer l'ancien et le nouveau système d'éclairage, et de voir les économiseurs d'eau AquaClic - le prix remporté par Brasov - installés dans les

toilettes. Mais l'objet le plus photographié reste l'immense poster Display® accroché à l'entrée de l'école.



Display® s'ouvre au secteur privé

Il a été récemment décidé que la Campagne Display® devait s'ouvrir à un plus large public en accordant aux entreprises du secteur privé la possibilité d'y participer.

Toute entreprise privée disposant de bureaux administratifs au niveau national ou européen peut demander à participer à la Campagne Display®. Les requérants doivent suivre l'éthique Display®, à savoir communiquer avec leurs employés afin de les sensibiliser aux consommations d'eau et d'énergie et réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Display peut également être utilisé dans le cadre de la responsabilité sociale des entreprises (RSE). Les entreprises privées intervenant auprès des collectivités locales pour les aider à gérer leurs consommations d'eau et d'énergie dans leurs bâtiments publics pourront également devenir membres de la Campagne Display®.

Merci de contacter **Ian TURNER** pour de plus amples informations.



Les Exemples à suivre de la Campagne Display®

Tableau d'Excellence

Pays	Exemples à Suivre
UK	15
France	12
Switzerland	7
Germany	7
Ireland	5
Italy	3
Portugal	3
Finland	2
Bulgaria	1
Denmark	1
Greece	1
Hungary	1
Latvia	1
Netherlands	1
Poland	1
Romania	1
Slovakia	1
Sweden	1

A seulement six mois de la fin du délai fixé pour atteindre les **100 exemples à suivre**, la compétition fait rage pour savoir qui sera le 100ème élu.

Au Tableau d'Excellence, le **Royaume-Uni** caracole toujours en tête, suivi de près par la **France**. **L'Allemagne** et **la Suisse** sont au coude à coude pour la troisième place et **l'Irlande** s'est hissée à la quatrième position.

Saluons l'arrivée de **la Slovaquie**, dernière entrée au tableau d'honneur. Il

reste cependant des places à pourvoir et nous espérons voir prochainement les premiers exemples à suivre en provenance de **[l'Autriche](#)**, **[la Belgique](#)**, **[l'Espagne](#)**, **[l'Estonie](#)**, **[la Lituanie](#)**, **[Malte](#)**, **[la République Tchèque](#)**, **[la Slovénie](#)**, ou encore **[l'Ukraine](#)**.

Nous vous invitons à consulter les exemples à suivre déjà recensés et à vous inspirer de l'excellent travail réalisé par vos collègues Display® en vue d'améliorer l'efficacité énergétique de leurs bâtiments et sensibiliser leurs citoyens : www.display-campaign.org/rubrique41.html

Merci de continuer à envoyer vos propositions d'exemples à suivre à : [sarah](#) et [Ian](#)



Avez-vous un exemple à suivre ?

Les Exemples à Suivre sont au coeur du dispositif Display car ils encouragent à une meilleure performance des bâtiments et apportent la démonstration de ce qu'il est possible de faire.

Il est cependant très rarement possible pour un bâtiment public ancien d'atteindre la classe A ou B, pour des raisons liées à son ancienneté, ou encore à des contraintes budgétaires. C'est pourquoi il est important de récompenser les progrès réalisés, par exemple une progression de la classe G à la classe D, car toute amélioration apportée aux bâtiments municipaux contribue à améliorer l'environnement.

Si votre municipalité s'est engagée à améliorer la performance de ses bâtiments, faites-le nous savoir ! Display se fera une joie de promouvoir votre ville et vos connaissances pourront aider d'autres municipalités à reproduire votre expérience.



Communiquez et gagnez le 2ème Concours « Towards Class A » : le 22 juin approche à grand pas !

Vous **communiquez** sur le thème de l'énergie auprès de vos employés municipaux et des diverses populations d'usagers de manière créative et originale ? Pour votre municipalité, **l'affichage** des posters n'est que le point de départ d'une campagne plus vaste de sensibilisation sur la performance énergétique de vos bâtiments ? Qu'importe les moyens, formats ou supports utilisés pour faire passer le message auprès des populations ciblées, ce qui compte c'est votre engagement et votre originalité. Tout effort de communication entrepris dans le cadre de la Campagne Display® fait de vous un **CANDIDAT PARFAIT** pour le Prix Display "Towards Class A". Comme l'an passé, un jury d'experts évaluera les candidats sur la visibilité, le caractère innovant et l'exemplarité de leurs actions.

Ne laissez pas passer l'occasion de gagner l'un des prix suivants !

1er prix : Panneaux sur l'éclairage économe en énergie Philips.

Ces panneaux particulièrement bien conçus sont un outil pédagogique idéal pour toute action de sensibilisation sur l'éclairage et la consommation d'énergie. Ils feront comprendre aux utilisateurs de vos bâtiments que toutes les lampes ne se valent pas. Chaque panneau traite en effet des écarts d'efficacité énergétique entre équipements d'éclairage et de leur impact sur la consommation d'énergie et les émissions de CO2 d'un bâtiment.

2ème prix : 50 dispositifs d'économie d'énergie eCube

Le eCube distribué par **eCube Distribution** est un simulateur d'aliment composé d'un boîtier à double paroi. Ce dispositif simule le comportement et la

température d'un aliment réfrigéré. Grâce à sa conception unique, le eCube permet de maintenir une température idéale de conservation tout en réduisant la consommation d'énergie de l'unité de réfrigération. Une fois installé sur les réfrigérateurs de vos cantines ou dans l'espace restauration de votre personnel, ce dispositif vous permettra de contribuer à lutter contre la pollution en économisant l'énergie et en réduisant le bruit produit par vos unités de réfrigération.

3ème prix : 200 pommes de douche- économiseurs d'eau AquaClic spécial Display®

Les pommes de douche de la société suisse **Aqua Art** sont conçues pour réduire de plus de moitié la consommation d'eau. Le gagnant du 3ème prix pourra donc équiper les douches de ses salles de sport, piscines etc. de dispositifs spéciaux AquaClic, permettant ainsi à sa municipalité d'économiser de l'eau et de l'énergie tout en affichant sa participation active à la Campagne Display®.

Vous êtes tous invités à concourir au Prix 2007, que vous ayez ou non déposé un dossier l'an passé. Le dossier de participation peut être téléchargé à l'adresse suivante : [Français](#) ou [Anglais](#).

Pour participer au concours, complétez et renvoyez votre dossier de candidature avec les documents nécessaires avant le 22 juin à l'adresse de notre secrétariat :

TCA Award
Energie-Cités
2, chemin de Palente
FR - 25000 Besançon
France

ou par courrier électronique à [Ian TURNER](#). Pour toute question concernant le Prix TCA, merci de contacter [Ian TURNER](#).



Toutes nos félicitations :

Au premier poster tchèque affiché !

Bienvenue à Krupka, première ville tchèque à rejoindre Display®. Le premier poster Display® a été inauguré le 11 mai dernier dans une école primaire de la ville. Pour visionner les photos et vidéos de l'événement, cliquez sur les liens ci-dessous :

[Photos](#)

[Photos](#)

[Videos](#)

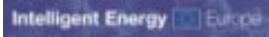
Pour en savoir plus, contactez [Jaroslav Klusák](#)..

Au gouvernement allemand pour avoir lancé la Charte de Leipzig pendant sa présidence de l'UE.

La charte insiste sur un développement qui associe tous les acteurs, y compris les acteurs externes à l'administration, et donne « *aux habitants la possibilité de participer activement à l'aménagement de leur cadre de vie immédiat* ».

Le projet de charte recommande aux villes européennes d'explorer la possibilité de mise au point d'un schéma de développement urbain intégré, véritable « instrument de planification axé sur la mise en œuvre pratique » décrivant les atouts et les inconvénients des villes et des quartiers. Basés sur une analyse de la situation actuelle, ces schémas devront fixer des objectifs cohérents en matière d'urbanisme et développer une vision pour la ville.

Nous espérons que Display aura un rôle important à jouer dans la réalisation des objectifs de cette charte.



Co-financed by the European Commission's DG TREN

The sole responsibility for the content of this newsletter lies with the authors. It does not represent the opinion of the Community. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information contained therein.