

# SUPPLEMENT Energie-Cités INFO RÉÉDITION

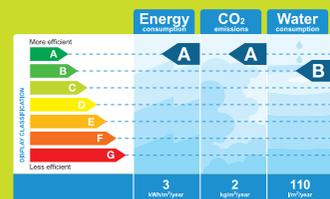
Janvier 2006

SEMESTRIEL D'INFORMATION POUR UNE POLITIQUE ENERGETIQUE LOCALE DURABLE EN EUROPE

## Votre bâtiment est-il performant ?

DOSSIER

 **Display™** première Campagne  
climatique européenne pour  
la performance énergétique  
et environnementale  
des bâtiments publics

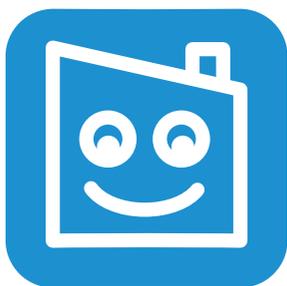


**Get Power  
Save Energy!**

# ▶ ENERGIE ET CLIMAT : on ne peut plus attendre !

**Jusqu'à aujourd'hui, nous étions 20% de la population du monde – dont naturellement l'Europe - à consommer 80% des ressources énergétiques. Notre type de développement - énergivore - n'a pu se réaliser que parce que l'autre partie du monde se contentait des miettes. Maintenant, c'est fini. Les prix s'envolent, et pour longtemps. Les émissions de gaz à effet de serre s'accroissent. On devra apprendre à partager si l'on veut éviter de nouvelles guerres de l'énergie, permettre à tous l'accès au développement, et diviser par 4 nos émissions d'ici 2050. Il nous faudra inventer une nouvelle civilisation énergétique transposable à l'ensemble de la planète. Et vite !**

**Display™, 1<sup>ère</sup> Campagne climatique européenne pour l'affichage public des performances des bâtiments municipaux est une réponse.**



**display™**

**European  
Municipal Buildings  
Climate Campaign**

## Entraîner la société toute entière

Une nouvelle civilisation, cela ne s'invente pas dans les bureaux des administrations. C'est l'affaire de la société toute entière au travers de grandes et petites choses. C'est pourquoi, dans nos villes, nous devons utiliser toutes les opportunités pour impliquer la population et les acteurs dans des actions pour l'énergie intelligente afin de créer de véritables "Communautés énergétiques durables". Parce que **Display™** est avant tout un outil de communication avec la population, il nous donne l'occasion de nous engager dès aujourd'hui, sur ce qui est le plus simple pour nous : nos bâtiments communaux.

## Renouveler nos pratiques de communication

Nous devons changer de rythme dans l'amélioration de la performance énergétique de nos bâtiments. Actuellement, leur situation énergétique est loin d'être parfaite. Même en étant un bon spécialiste, on rencontre des obstacles pour les améliorer. L'un de ces obstacles est la difficulté de communiquer avec les élus, avec le public, avec les collègues non spécialistes. Si nous cherchons à entraîner la population, alors, en tant que maire, adjoint au maire, responsable financier ou technique, notre tâche sera facilitée. Et on aura aussi donné envie d'agir aux citoyens. **Display™** est fait pour cela !

## Display™ : un petit investissement pour de grandes économies

Nous rencontrons des difficultés avec nos budgets communaux. L'heure est aux économies tous azimuts. L'énergie est l'un des rares exemples où un investissement fait baisser les dépenses et cependant nous avons souvent du mal à convaincre les décideurs. Un conseil : "Montrez à votre maire l'étiquette F ou G d'une école de sa commune que vous vous apprêtez à afficher ; il vous écouterait davantage quand vous lui demanderez un (petit) budget pour lui faire réaliser de (grandes) économies. Et vous mandatera pour généraliser l'action dans tous vos bâtiments". Parce que **Display™** a été conçu par des gens de terrain (20 gestionnaires municipaux de l'énergie de 18 pays) pour rendre compréhensibles l'énergie, le CO<sub>2</sub> et l'eau aux non spécialistes, il rend possible de telles situations !

## Display™ : un outil de marketing urbain

Les municipalités qui s'engagent dans **Display™** offrent réellement un "plus" à leur population. Elles prennent une longueur d'avance sur les autres en se montrant transparentes sur leur gestion. A partir de janvier 2006, vous avez l'obligation d'afficher les performances énergétiques et environnementales de vos bâtiments publics. **Display™** vous donne l'occasion de commencer dès à présent, pas de façon administrative, mais de façon communicative. Soyez pionniers ! Entraînez la population avec vous !

Gérard MAGNIN

# L'information sur l'énergie à la portée de tous

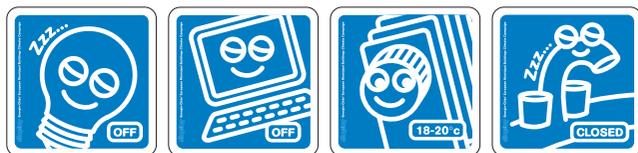
Fruits d'un minutieux travail, les outils de communication produits par Energie-Cités servent les objectifs de la Campagne Display™ : pédagogie et vulgarisation de l'information sur l'énergie sont au rendez-vous.

## Un Guide de communication



Disponible en 5 langues (anglais, français, allemand, italien et polonais), le Guide est un véritable outil d'accompagnement pour la mise en œuvre de la Campagne Display™. Des fiches pratiques, sont intégrées dans un classeur et peuvent être continuellement enrichies. Elles vous orientent dans l'élaboration de votre stratégie et le lancement de vos actions.

Le Guide aborde les stratégies de communication à mener pour valoriser efficacement vos opérations auprès du public et des médias. Enfin, les gestes quotidiens permettant l'économie d'énergie sont illustrés de manière éducative et ludique sur des autocollants à distribuer.



autocollants Display™

## Une affiche

Une affiche de format A2 a été spécialement étudiée pour rendre compréhensibles les performances énergétiques de vos bâtiments aux néophytes. Elle a pour vocation de faire en sorte que les questions d'énergie interpellent le grand public de manière communicative et visible. Automatiquement conçu depuis le site Internet, le message de l'affiche est simple et facile d'accès. L'affiche est disponible en 20 langues. Elle indique aussi les actions futures programmées pour améliorer les performances des bâtiments publics.

## Une plaquette

Publiée en 16 langues, elle présente les grandes lignes de la Campagne Display™: le concept du projet, les outils mis à disposition pour sa mise en œuvre et les modalités de participation.

**L'élaboration d'outils de communication ludiques et compréhensibles permet de sensibiliser les citoyens et tous les acteurs locaux à l'énergie, ce qui doit devenir un objectif pour toute municipalité.**



## Un site Internet

**Les bâtiments publics bénéficient dorénavant d'un suivi technique sur le site Internet de la Campagne Display™! Il est possible de mesurer leurs performances énergétiques et environnementales -aujourd'hui ainsi que sur plusieurs années- et de se comparer avec d'autres. Le site Internet conçu comme outil interactif à la disposition des villes souhaitant améliorer leurs performances énergétiques est devenu un élément fondamental de la Campagne.**

En plus des informations détaillées concernant la Campagne Display™, les villes participantes, les exemples des villes européennes à suivre, etc. un espace est réservé aux villes membres afin de présenter leurs actions et le nombre de bâtiments classifiés. C'est une opportunité pour les municipalités pour communiquer largement et donner des idées à d'autres villes !

Ensuite, l'outil de calcul des performances énergétiques des bâtiments publics (gratuit et libre d'accès) permet à toute ville de faire le test pour évaluer les performances de trois bâtiments et les visualiser sur un poster édité en ligne.

Enfin, pour les adhérents de la Campagne Display™, un forum a été mis en place pour favoriser l'échange direct d'expériences et d'idées.

► Pour en savoir plus  
[www.display-campaign.org](http://www.display-campaign.org)



# L'outil de calcul Display™

**Conforme aux recommandations du CEN (Comité Européen de Normalisation), l'outil de calcul sur Internet Display™ permet de déterminer le niveau de performance des bâtiments et d'éditer un poster Display™ pour chacun des bâtiments entrés dans la base de données. L'édition du poster ne prend que 10 minutes.**

## Méthodologie

L'outil de calcul Display™ est un système d'étiquetage qui détermine un niveau de performance à partir des données de consommation d'eau et d'énergie et classe les bâtiments selon une "classification opérationnelle". Les villes pilotes Display™ ont choisi d'indiquer ce classement sur une étiquette pour les raisons suivantes :

- Les données sur la consommation énergétique finale sont aisément accessibles,
- Le certificat de classement opérationnel peut être révisé tous les ans, ce qui en fait un instrument de mesure de la qualité de la gestion du bâtiment et un facteur de motivation pour les utilisateurs et personnels chargés de son entretien.

## Recensement des données

Grâce à l'enregistrement des données de consommations d'énergie et d'eau des bâtiments publics, l'outil de calcul Display™ permet l'édition instantanée d'un poster destiné au grand public. Le poster Display™ peut être généré dans différents types de bâtiments publics : écoles, gymnases, hôtels de ville, musées, théâtres, maisons de retraite, casernes de pompier, piscines ou encore patinoires.

L'outil de calcul Display™ est en perpétuelle amélioration. Il permet d'intégrer la diversité des bâtiments publics.

L'outil prend en compte la diversité des sources d'énergie dans l'approvisionnement d'un bâtiment. En plus des énergies "traditionnelles", sont prises en compte les énergies renouvelables, la petite cogénération, la fourniture de chaleur par un réseau de chauffage urbain.

Les consommations d'énergie sont converties en équivalent CO<sub>2</sub> dont le résultat figure - sous la forme d'indicateur - sur le poster.

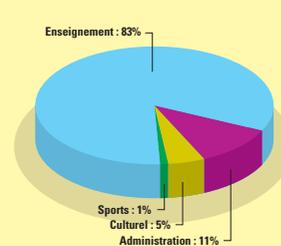
Les données rentrées peuvent servir de base pour mener des analyses et des comparaisons au niveau local. Et dans un second temps, ces données peuvent être utiles pour élaborer un plan d'amélioration des performances des bâtiments.

## La Campagne Display™ : les premiers résultats

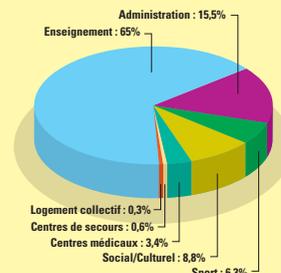
Plus de 100 villes de 21 pays européens ont adhéré à la Campagne. Le nombre de bâtiments enregistrés via l'outil de calcul en ligne augmente quotidiennement et peut être suivi sur le site Internet de la Campagne. Après un an d'échanges et de travail avec les gestionnaires de l'énergie des villes participantes, voici quelques premiers résultats :

### Répartition par type de bâtiment

Répartition des 1005 bâtiments inscrits au 31 mars 2005

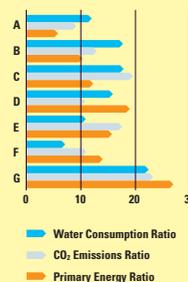


Répartition des 1868 bâtiments inscrits au 31 octobre 2005



Le choix du type de bâtiment disponible dans l'outil de calcul a évolué depuis le début de la Campagne : au tout début, seule la catégorie « enseignement général » était disponible, puis les utilisateurs de l'outil de calcul ont eu le choix entre quatre (mars 2004), puis onze catégories (juin 2005) de bâtiments, du centre secours au bâtiment multi-résidentiel. Cette évolution est visible sur les deux graphiques ci-dessus. Des valeurs de référence par type de bâtiment vont être fixées dès que le nombre de bâtiments entrés dans chaque catégorie sera jugé suffisant.

### Répartition des bâtiments administratifs par classe (en %)



Le graphique ci-contre donne une courbe de résultats assez classique, en forme de cloche. Il convient cependant de signaler le pic persistant observé au niveau de la catégorie G, ce qui démontre bien l'utilité d'un Help desk "Towards Class A" afin de conseiller les municipalités sur les mesures à mettre en œuvre pour améliorer le classement de leurs bâtiments.

### Les perspectives

Au cours des deux prochaines années, nous comptons réunir des données sur au moins 20 000 bâtiments. Les informations contenues dans la base de données Display™ pourront servir à la mise en place de systèmes de gestion de l'énergie dans les villes participantes. Display™ va ainsi être utilisé pour évaluer les indicateurs de performance énergétique au fil des ans. L'objectif principal étant d'aider les municipalités à mettre en place leurs plans d'action pour faire progresser leurs bâtiments classés E-G vers les classes B-C.

# Display™ en action



**Entretien avec  
Inge van de Klundert,  
Ville d'Utrecht**

## **En tant que ville pilote Display™, et ce depuis le début de la Campagne, quel est le principal avantage que retire Utrecht de sa participation à la Campagne Display™ ?**

Concrètement, la ville d'Utrecht s'est intéressée à la Campagne Display™ pour deux raisons : la ville souhaitait de plus amples informations concernant la Directive sur la performance énergétique des bâtiments et Display™ offrait à la municipalité un moyen d'exploiter les données de consommation d'énergie collectées par la ville depuis 1995. Il y avait également la possibilité, au travers de la Campagne Display™, de sensibiliser le public aux questions liées au changement climatique et de leur donner des informations sur ce qu'ils peuvent faire concrètement pour y remédier.

## **Comment la Campagne a-t-elle été accueillie par vos collègues de la municipalité ? Quelle a été leur réaction ?**

Au départ, l'étiquette Display™ n'était utilisée que pour inciter les gestionnaires et gardiens de bâtiments à participer à une action au niveau local. L'étiquette Display™ nous a permis de leur montrer, concrètement, les conséquences de la mise en application de la Directive sur la performance énergétique des bâtiments, une directive qui restait pour eux très abstraite. Les gestionnaires de bâtiments ont pu ainsi

anticiper la mise en application de cette Directive en budgétant le coût de sa mise en œuvre, permettant ainsi à la municipalité de prendre une longueur d'avance.

Mais l'étiquette Display™ s'est avérée être un excellent outil de communication. En effet, les données de consommation d'énergie sont transmises tous les mois aux gestionnaires des bâtiments et au personnel chargé de leur entretien. Or ces données brutes de consommation n'ont aucun intérêt pour le personnel qui travaille dans ces bâtiments, à l'exception des gestionnaires.

Les responsables environnement de la Ville se sont d'ailleurs intéressés à l'étiquette Display™ et à sa capacité à attirer l'attention du public. Ils ont ainsi demandé à ce qu'une campagne complémentaire de communication soit menée afin de tirer avantage de cette expérience Display™.

## **Quels sont, selon vous, les autres effets bénéfiques de cette Campagne ?**

Outre les effets déjà mentionnés, Display™ a également eu un impact au-delà du territoire municipal en incitant d'autres villes à agir. Les autorités nationales prenant du retard dans la mise en place de certificats énergétiques, des municipalités hollandaises se sont récemment intéressées à Display™ pour la même raison qu'Utrecht, à savoir la possibilité ainsi offerte de mettre en pratique une recommandation abstraite.

Il convient enfin de signaler que la participation d'Utrecht à la

Campagne Display™ a permis à la ville de se rendre compte de la nécessité d'améliorer son système de collecte des données de consommation d'eau. Ce type de feedback est toujours intéressant car il nous a permis d'améliorer notre système de gestion.

## **Quelle action de sensibilisation comptez-vous mener prochainement dans le cadre de la Campagne Display™ ?**

Il est tout à fait possible de compléter cette action par une communication plus ciblée, et c'est ce qu'a fait Utrecht avec sa campagne de communication par e-mail. L'objectif est en effet de combiner l'action du poster et celle de cette campagne pour mieux sensibiliser les personnes qui travaillent dans les bâtiments concernés. La ville compte ainsi réduire de 5% sa consommation d'énergie, ce qui nous permettrait d'approcher de la classe A. Cette Campagne de communication par e-mail devrait se poursuivre sur les prochains mois.

## **Quels conseils donneriez-vous aux villes qui n'ont pas encore rejoint la Campagne Display™ ?**

Améliorez la lisibilité des consommations d'énergie et d'eau de vos bâtiments et rejoignez la Campagne Display™ ! Quelle que soit l'étiquette énergie qui sera adoptée au niveau national, et même si la présentation en est très différente,

Display™ a démontré qu'il était un excellent outil de communication. Par ailleurs, les données que vous devez entrer dans l'outil de calcul sont des données qui vous sont de toute façon nécessaires pour gérer les consommations d'eau et d'énergie dans vos bâtiments. Mais, plus important encore, et je suis sûre que vous en conviendrez, les outils Display™ vous feront faire de réelles économies !

# Display™ en pratiques

Depuis son lancement officiel à l'automne 2004, la Campagne Display™ fait son chemin dans les villes d'Europe. Partout, elle suscite l'intérêt et chacun y trouve son compte : élus, cadres, techniciens municipaux ou encore grand public. Voici un petit tour d'horizon à travers les retours d'expériences de 8 villes qui ont su tirer profit de la Campagne pour valoriser leurs actions et en imaginer d'autres.

## ▶ Almada : une sensibilisation qui porte ses fruits !

A travers la Campagne Display™, la ville d'Almada a voulu anticiper la transposition de la Directive européenne 2002/91/EC, au Portugal. En juin 2004, elle commence par l'affichage du poster à l'école primaire de Pragal, puis par la présentation de la Campagne à la rencontre nationale des agences locales de l'énergie et enfin par la publication d'un article dans le magazine national "Municipalités et Villes". Depuis, 19 bâtiments ont été évalués et 5 posters ont été affichés, principalement dans les écoles.

Ce qui est notable dans les actions de la ville, c'est sa volonté de sensibiliser le grand public à l'énergie. Son ambition est de favoriser la prise de conscience des utilisateurs des bâtiments publics, en affichant les consommations d'énergie et d'eau. Ce travail a permis une structuration des données techniques, nécessaire à toute évaluation d'un bâtiment.

L'intérêt du public et des utilisateurs des bâtiments est manifeste. Grâce à l'affichage des perfor-

mances des bâtiments sur des posters de format A2, beaucoup se demandent comment améliorer les résultats, spécialement les enfants qui reproduisent les gestes chez eux. Les enseignants des écoles participantes diffusent l'information aux écoliers et à leurs parents. A l'agence locale de l'énergie, chacun est impliqué. Les professionnels de l'énergie se demandent comment l'outil de calcul fonctionne et s'il prend en compte les différences climatiques entre les pays du Sud et du Nord de l'Europe. Tous reconnaissent que le principal but de la Campagne est d'accroître la prise de conscience autour la consommation de l'énergie et de l'eau ainsi que des émissions de CO<sub>2</sub>.

En fonction de la mise en oeuvre de la Directive européenne au Portugal, la municipalité a pour objectif le renforcement de la Campagne Display™, en l'adaptant au contexte national. Les posters seront mis à jour, avec une information annuelle sur l'eau et l'énergie, pour mettre en évidence les changements de comportements des utilisateurs des bâtiments.

▶ **Pour en savoir plus**  
[Elisabete Serra, AGENEAL,](#)  
[Local Energy Management Agency of Almada](#)  
[E-mail : elisabete.serra@ageneal.pt](mailto:elisabete.serra@ageneal.pt)



## ▶ Saarbrücken : lorsque sensibilisation rime avec économies financières

La ville de Saarbrücken (Allemagne) compte 182 000 habitants et gère 260 bâtiments. Membre depuis 2004 de la Campagne Display™, sa première tâche a consisté à entrer dans l'outil de calcul les données concernant les trente-deux écoles primaires de la ville. Celles-ci étant déjà équipées d'un système de gestion de l'énergie, ce travail n'a pas représenté un trop gros effort.



Les posters présentant les résultats ont été affichés fin 2004 dans les halls d'entrée de chaque établissement. Le maire, M. Kajo Breuer, a assisté à l'affichage du poster dans la première école, située dans le quartier St Annual. Cette inauguration a été suivie d'une discussion entre le maire, les élèves et les enseignants. Le maire s'est montré

particulièrement impressionné par les connaissances des élèves et par les affiches qu'ils avaient eux-mêmes réalisées sur le thème de la consommation de l'eau et de l'énergie.

La presse et la télévision locales étaient présentes et leurs reportages ont suscité de nombreuses demandes de renseignements de la part d'autres écoles sur la gestion et la pérennisation des économies d'énergie. Grâce à ce premier succès, le projet a été étendu aux crèches et aux bâtiments administratifs. Leurs données de consommation ont également été entrées dans le système Display™, ce qui porte à 75 le nombre de bâtiments inscrits au projet à ce stade.

La classification des bâtiments, sur une échelle de A à G, constitue une information particulièrement importante pour la municipalité, notamment au moment de planifier les programmes de rénovation du patrimoine municipal, et concourt à une meilleure gestion des dépenses publiques.

Le projet a également suscité un intérêt à l'échelle régionale. Saarbrücken fait en effet partie, avec les villes de Metz, Trèves et Luxembourg d'un réseau de villes appelé "QuattroPole". Ce réseau organise des "Energietours", ou visites de projets énergétiques dans les villes du réseau afin de favoriser les échanges d'expériences dans ce domaine. La ville de Saarbrücken a présenté son programme "Energietour" le 18 mai 2005. La Campagne Display™ y tient un rôle important, d'autant que la manifestation a eu pour cadre l'école primaire de St Annual, très engagée dans ce projet.

▶ **Pour en savoir plus**  
[Jürgen Lottermoser, Saarbrücken](#)  
[E-mail : jürgen.lottermoser@saarbruecken.de](mailto:jürgen.lottermoser@saarbruecken.de)

## ▶ Lausanne met toute son énergie pour responsabiliser ses citoyens

La campagne Display™ Suisse a été lancée le 27 octobre 2005 à l'occasion de la Journée romande de l'énergie. Lorsque Lausanne s'engage, Lausanne agit. Dès le 31 octobre, les Services Industriels (SI) de la ville contactent les directeurs des écoles de Lausanne afin de responsabiliser les adultes de demain sur leur consommation d'énergie présente et future.

Les SI sont convaincus du bienfait de l'exemplarité. Sur un parc immobilier de 300 bâtiments environ, 160 seront affichés dans la première phase de communication, dont 29 écoles.

L'objectif de cette sensibilisation dans les écoles est de donner une connaissance suffisante et nécessaire aux jeunes pour comprendre les enjeux de l'énergie et de l'environnement. Ainsi, ils pourront faire le choix d'un comportement

éco-responsable. Par ce moyen explicite qu'est l'affiche Display™, Lausanne offre une lisibilité aux usagers des bâtiments. L'affiche a d'autant plus d'impact que les usagers la comprennent et se l'approprient. Les élèves s'engagent en signant une charte de consommateur éco-responsable qui est affiché dans leur classe. Par leur engagement, les élèves relèvent le défi d'améliorer la classe de leur bâtiment.

Un changement, une amélioration sur les bâtiments sera observable au cours du temps. Ainsi, Lausanne a choisi de faire un affichage double : Avant et Après rénovation. Ceci mettra d'autant plus en exergue les solutions techniques et les gestes simples efficaces énergétiquement. C'est notamment le cas pour l'immeuble locatif d'Entre-Bois (voir affiches ci-dessous).



Par cette dynamique occasionnée par la Campagne Display™, Lausanne est fière de démocratiser l'énergie de sa ville, tout en s'intégrant dans un cadre européen.

▶ Pour en savoir plus  
Georges OHANA  
[georges.ohana@lausanne.ch](mailto:georges.ohana@lausanne.ch)

## ▶ La Campagne européenne Display™ a démarré en Suisse !

Le lancement en Suisse de la Campagne Display™ à l'occasion de la Journée romande de l'énergie, à Neuchâtel le 27 octobre a été un réel succès.

Durant la Journée, Neuchâtel, La Chaux-de-Fonds et Echiroles, y ont présenté leurs premiers retours d'expérience et Lausanne son plan de communication en direction des écoles. Les 60 communes romandes de l'association Cité de l'énergie® auront désormais accès à Display™.

"C'est grâce au projet REVE Jura-Léman\* que la Suisse romande participe à cette Campagne d'envergure européenne en tant que région pilote."



\* Réseau de Villes pour une politique de l'Énergie durable, soutenu par le programme Interreg IIIA pour la coopération transfrontalière entre la France et la Suisse

▶ Pour en savoir plus  
Gaëtan Cherix | CREM  
E-mail : [info@crem.org](mailto:info@crem.org)

## ▶ Bristol : le poster Display™ au service du pionnier vert

Le conseil municipal de Bristol, un des pionniers britanniques en matière d'efficacité énergétique, a entrepris depuis longtemps des actions de sensibilisation et de formation de son personnel pour favoriser les gestes d'économie d'énergie. La ville a cependant, dû faire face à une difficulté qui a été surmontée grâce à la Campagne Display™.



En effet, trouver un message accrocheur pour interpeller et inciter son personnel et les utilisateurs des bâtiments à améliorer leur efficacité énergétique n'est pas aisé. Aussi, la collectivité de Bristol a très vite vu la Campagne Display™ comme le moyen efficace, original et fédérateur de réaliser cet objectif. La Campagne deviendra la pierre fondatrice de sa stratégie de sensibilisation du grand public à l'énergie grâce à son excellente identité visuelle et à son innovation en matière de labellisation de l'énergie



Phil Hope, Secrétaire d'Etat (Vert) du bureau du premier ministre adjoint (Office of the Deputy Prime Minister) et Valery Davey, Députée travailliste pour la circonscription de Bristol Ouest ont visité les locaux de CREATE en Janvier 2005.

Ainsi, une grande banderole, version du poster Display™, a par exemple été suspendue sur la façade du CREATE, le "centre environnement" du conseil municipal de Bristol. Ce dernier étudie actuellement son parc architectural et prépare les calculs pour éditer des posters Display™ pour ses 100 meilleurs sites. Il prévoit ensuite d'organiser des rencontres avec les managers de ces bâtiments pour mettre en place des actions en vue de l'amélioration de leur efficacité énergétique, soit par la valorisation

des comportements intelligents du personnel, soit par l'investissement dans les bâtiments ou par la combinaison des deux.

La ville recommande à toutes les villes qui ne sont pas encore engagées à rejoindre au plus vite la Campagne Display™ pour profiter d'un outil adapté.

▶ Pour en savoir plus  
Ian Watkins, Bristol City Council  
E-mail : [Ian\\_Watkins@bristol-city.gov.uk](mailto:Ian_Watkins@bristol-city.gov.uk)

## Milton Keynes : l'impact environnemental démontré

Milton Keynes, ville nouvelle de 207 000 habitants située à 60 km au nord de Londres, est ville relais de Display™.



Avant que Milton Keynes ne rejoigne la Campagne Display™, la ville disposait déjà d'un système centralisé de gestion de l'énergie dans la majorité de ses bâtiments publics. Elle a cependant décidé d'afficher un premier poster Display™ en juin 2004 dans une école primaire, la Wyvern 1<sup>st</sup> School, afin de démontrer l'impact

environnemental du bâtiment et inciter les personnes qui le fréquentent à améliorer son efficacité énergétique. Ce bâtiment est en effet ancien, puisqu'il date de l'époque victorienne et a été construit dans les années 1890. L'école compte aujourd'hui environ 360 élèves et 15 enseignants.

Bien qu'il ne soit pas possible d'établir un lien direct entre l'affichage du poster Display™ et les économies d'énergie réalisées, celles-ci étant en grande partie déjà acquises avant la mise en place du poster, les réactions suscitées par la Campagne Display™ ont été très positives.

Un programme national, sponsorisé par le "UK's Carbon Trust", envisage d'ailleurs d'intégrer Display™ au programme scolaire dans le cadre d'une stratégie de gestion des émissions de carbone à l'échelle municipale.

**Pour en savoir plus**  
Jeremy Draper, Milton Keynes  
E-mail : [jeremy.draper@milton-keynes.gov.uk](mailto:jeremy.draper@milton-keynes.gov.uk)

## Ayent conjugue avenir et économie d'énergie

Labellisée "Cité de l'énergie en automne 2004", la petite commune suisse d'Ayent (3 300 habitants) poursuit ses efforts dans le domaine des économies d'énergie. Dans cet esprit, la participation à la Campagne Display™, initiée en ce début 2005, a enthousiasmé les décideurs communaux.



Ainsi que le prescrivent les conditions d'adhésion à la Campagne Display™ pour une collectivité de moins de 10'000 habitants, 5 bâtiments publics ont fait l'objet d'investigations pour entrer dans l'outil de calcul. Dès que possible, les posters idoines orneront le hall des bâtiments concernés, le but étant de prouver à tout un chacun que le gaspillage des énergies peut être évité sans toucher à la qualité de vie.

En 2005 cette Campagne fera l'objet d'articles de presse dans le journal local. Dans le même esprit, un formulaire d'évaluation des consom-

mations d'énergie pour les bâtiments privés sera transmis à toute la population afin de déclencher une prise de conscience générale.

S'agissant des bâtiments communaux du village de Saint-Romain, chef-lieu de la commune, il sera intéressant de comparer les résultats actuels à ceux issus de la mise en service, l'automne prochain, de la centrale de chauffage à bois. En effet, cette installation est appelée à desservir l'ensemble de ces bâtiments ainsi que l'Eglise paroissiale. A coup sûr, cette comparaison facilitera la compréhension et le bien-fondé de Display™.

A la suite de cette courte mais belle expérience, la commune encourage les collectivités publiques à s'engager dans ce processus. Certes, la somme de travail est conséquente mais la sauvegarde des ressources d'énergie pour les générations futures est à ce prix.

**Pour en savoir plus**  
Pierre-Etienne Aymon et Michel Nidegger,  
Commune d'Ayent - Service technique  
E-mail : [pierre-etienne.aymon@ayent.ch](mailto:pierre-etienne.aymon@ayent.ch)

## Bielsko-Biala veut modifier les comportements grâce à Display™

La ville polonaise de Bielsko-Biala (180 000 habitants) a rejoint la Campagne Display™ fin 2004. La municipalité se trouve confrontée à des comportements très consommateurs en énergie fortement ancrés chez les habitants.



C'est dans les années 1980 qu'un travail d'amélioration de la gestion de l'énergie a été lancé dans la commune. De rapides progrès furent réalisés grâce à la comptabilité énergétique, avec l'instauration d'une collecte systématique des données de consommation d'eau, d'énergie et de chaleur, et l'établissement de données de référence pour une meilleure maîtrise des consommations.

L'étape suivante a consisté en la création d'une base de données, appelée BEN, afin de permettre une mise à jour permanente des

données. L'équipe "énergie" travaille actuellement à l'élaboration d'un programme en deux versions, une version complète destinée à l'équipe énergie et une version simplifiée destinée au gestionnaire du bâtiment.

Outre ces développements internes, l'équipe s'occupe également d'installer des "panneaux d'information énergie" dans les bâtiments. Le poster Display™ constitue l'élément central de cette Campagne de sensibilisation.

Malgré des avancées très prometteuses, la Campagne Display™ se trouve confrontée aux problèmes suivants : données incomplètes

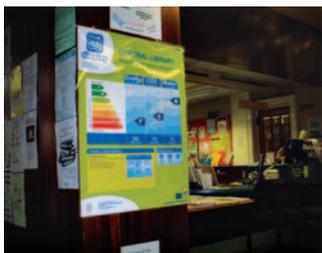
sur les bâtiments, nécessité de convaincre la population du bien-fondé d'un changement de comportement vis-à-vis de leur consommation d'énergie. Il est en effet encore très courant en Pologne de surchauffer les habitations sans se soucier du coût de l'énergie.

La Campagne Display™ a pour objet d'aider l'équipe "énergie" à convaincre les habitants de cette nécessité en les sensibilisant aux questions liées à l'énergie et à l'environnement.

**Pour en savoir plus**  
Edward THEN City Mayor Representative  
for Energy Management  
E-mail : [pze@um.bielsko.pl](mailto:pze@um.bielsko.pl)

## Display™, un très bon complément au monitoring en place à Leicester

A Leicester, ce ne sont pas moins de 90 bâtiments municipaux, dont des bureaux, des écoles, des bâtiments sociaux, sans oublier la mairie, qui sont concernés par le projet Display™. Le certificat de performance attribué à ces bâtiments n'est que la première étape d'un programme qui vise à mieux faire comprendre aux utilisateurs de ces bâtiments non seulement le niveau de performance, en terme de consommation d'eau, d'énergie et d'émissions de carbone, atteint par le bâtiment en question, mais également les moyens d'action dont ils disposent concrètement pour réduire ces consommations à court terme.



Installation du poster Display dans les locaux du personnel du Centre pour l'efficacité énergétique de Leicester (Energy Efficiency Centre), passage obligé de tous les employés

A Leicester, le projet Display™ est complété par un suivi en temps réel des consommations, ces données étant utilisées, également en temps réel, pour agir sur les comportements.

Le certificat Display™, que l'on peut voir affiché dans tous les espaces ouverts au public de la bibliothèque centrale de Leicester, montre les résultats obtenus par le bâtiment. Le gestionnaire de la bibliothèque a déjà reçu un manuel de gestion de l'énergie qui décrit les mesures à prendre pour réduire au maximum les consommations d'eau et d'énergie du bâtiment. Des visites effectuées par le respon-

sable énergie de la ville viennent renforcer et stimuler ce dispositif.

L'équipe municipale de gestion de l'énergie a également mis en place un système de prêt énergétique afin de financer le coût de l'amélioration des systèmes de chauffage, d'éclairage ou encore de distribution d'eau des bâtiments et d'obtenir de meilleurs niveaux de performance dans les prochaines années. Ce programme de prêts est financé par la municipalité elle-même, le financement étant assuré pour moitié par des emprunts pruden- tiels et pour la moitié restante par une subvention du Carbon Trust. Les économies réalisées devraient permettre de reconstituer intégralement ce fond au bout de quatre ans, les économies ultérieures étant réinvesties dans d'autres bâtiments.

L'étiquette Display™, associée au système intelligent de mesure ("Intelligent Metering System") mis en place par la ville de Leicester, a permis à la fois de sensibiliser les citoyens, de réaliser des économies et de modifier les comportements.

### Pour en savoir plus

[Stewart Conway](#)

[E-mail : stconway@energyagency.co.uk](mailto:stconway@energyagency.co.uk)



## TEMOIGNAGES SUR DISPLAY™

"Les bâtiments représentent un tiers de la consommation d'énergie en Europe et sont donc une source importante d'émissions de gaz à effet de serre. Les dépenses énergétiques pesant également de plus en plus fortement sur les budgets des collectivités publiques, locales et régionales, il nous faut développer des méthodes efficaces qui conduisent à une utilisation plus rationnelle de l'énergie. Le CCRE et ses membres, composés d'associations nationales de villes, municipalités et régions représentant plus de 30 pays européens, estiment que l'affichage public de certificats énergétiques est un bon moyen de sensibiliser le public et de réduire la consommation d'énergie des bâtiments municipaux. La Campagne DISPLAY™ est un excellent exemple de mise en application de l'obligation relative à l'affichage des performances énergétiques dans les bâtiments publics imposée par la Directive européenne "bâtiments". C'est pourquoi le réseau du CCRE pour les questions énergétiques soutient les municipalités et régions qui participent à la Campagne DISPLAY™ et espère voir beaucoup de bâtiments classés A dans toute l'Europe."

**le Conseil des Communes et Régions d'Europe (CCRE)**

"Les bâtiments sont les plus gros consommateurs d'énergie et donc les premiers émetteurs de gaz à effet de serre. Rendre apparente la performance énergétique des bâtiments est une étape indispensable à toute stratégie sérieuse de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>. La Campagne Display™ en est une illustration convaincante à encourager."

**Paul Waide, Senior Policy Analyst**

**Energy Efficiency and Environment Division - International Energy Agency (IEA)**

"EuroACE, association européenne des entreprises pour la promotion de l'efficacité énergétique dans les bâtiments soutient sans réserve la mise en application de la Directive sur la performance énergétique des bâtiments et considère que la Campagne Display™ constitue un excellent moyen de promouvoir et soutenir, en amont, l'affichage public de certificats énergétiques. Nous soutenons les efforts des villes et municipalités impliquées dans cette campagne et émettons le souhait de voir de nombreux bâtiments classés A dans toute l'Europe."

**l'association EuroACE**



"L'Office fédéral de l'énergie trouve la Campagne Display™ très intéressante et très utile pour sensibiliser les collectivités publiques à la consommation d'énergie de leurs bâtiments. Le but final visé par le programme SuisseEnergie est qu'une étiquette Energie figure dans chaque bâtiment comme l'étiquette pour les voitures ou pour les appareils".

**Michael Kaufmann, Vice-Directeur de l'Office fédéral de l'énergie et chef du programme SuisseEnergie**



Les membres du réseau bulgare EcoEnergy se sont déclarés prêts à soutenir et à participer à toute initiative du réseau visant à encourager et accélérer la mise en place d'un système de certification dans les bâtiments municipaux et à encourager l'accès de ses membres à la Campagne européenne DISPLAY™ pour l'affichage d'un poster préconisant l'utilisation rationnelle des ressources en eau et en énergie dans les bâtiments municipaux.

**Zdravko Genchev, Directeur Général du réseau bulgare EcoEnergy**



"Les enjeux du changement climatique sont désormais clairs : nos pays européens doivent diviser leurs émissions de gaz à effet de serre de 75% d'ici à 2050. Cette réduction par 4 s'applique à l'ensemble du secteur bâtiment et en particulier aux bâtiments existants. La Campagne Display™ permet de mettre cette cible en perspective."

**Benoit Lebot, Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD)**

# Prochaines étapes

**La mise en place et le lancement de la Campagne Display™ ayant connu le succès que l'on sait, les deux prochaines années seront consacrées à l'extension de la Campagne, avec pour objectif la participation de 500 à 1000 municipalités réparties dans toute l'Europe.**

Nous comptons disposer à terme d'une base de données de plus de 20 000 bâtiments municipaux, affichant tous le poster Display™. Les mesures d'accompagnement prévues dans le cadre de la Campagne sont les suivantes :

- Création d'un Help Desk "Towards Class A" destiné à aider les municipalités à faire progresser leurs bâtiments classés E et G vers les classes B et C,
- Description de **100 exemples à suivre** pris dans toute l'Europe et dissémination de ces exemples à toutes les municipalités européennes via la **base de données Display™**,
- Présentation de la Campagne Display™ dans 25 conférences nationales et 5 conférences européennes,
- Organisation, à partir de

2006, d'un prix "Towards Class A" destiné à récompenser les municipalités pour leurs campagnes de communication et de sensibilisation à destination du grand public.

## Un partenariat étendu

Afin d'atteindre ces objectifs, les offres de partenariat dans le cadre de la Campagne Display™ ont été étendues aux organismes suivants :

- CCRE - Conseil des Municipalités et Régions Européennes,
- EuroACE (association européenne de fabricants de produits d'économie d'énergie dans les bâtiments),
- CAE - Conseil des Architectes d'Europe,
- EnEffect - Centre pour l'efficacité énergétique EnEffect - (Bulgarie).

**Les membres de la Campagne seront également heureux d'accueillir tout autre organisme impliqué, comme les collectivités locales et les agences locales de maîtrise de l'énergie, les agences nationales de maîtrise de l'énergie et les administrations, les architectes, ou encore les fabricants de biens et produits destinés à améliorer l'efficacité énergétique dans les bâtiments.**



## Rejoignez la Campagne Display™ ! Get Power-Save Energy!

La Campagne Display™ et ses partenaires invitent toutes les municipalités européennes qui le souhaitent à s'engager de façon volontaire dans l'affichage des performances énergétiques, CO<sub>2</sub> et en eau de leurs bâtiments.

**Soyez pionnier en rejoignant dès aujourd'hui la Campagne européenne Display™ pour :**

- mettre la population et les décideurs de votre côté,
- exploiter le potentiel d'économies d'énergie de vos bâtiments,
- entreprendre une action concrète et visible pour lutter contre le changement climatique.

**Sont à la disposition des villes membres de la Campagne :**

- un outil de calcul,
- un Guide de communication,
- un Guide d'utilisateur,
- un poster A2,
- un service Conseil.

**Pour rejoindre la Campagne Display™ signez la Charte d'adhésion disponible sur le site de la Campagne en 14 langues. La participation à la Campagne est gratuite pour les membres d'Energie-Cités.**

La Campagne est cofinancée par la Commission européenne - DG ENVI et DG TREN.

**Pour en savoir plus**  
Peter SCHILKEN, Energie-Cités  
E-mail : pschilken@energie-cites.org  
Ian TURNER, Energie-Cités  
E-mail : iturner@energie-cites.org

**Display™ vous permet de :**

- bénéficier d'outils et de supports de communication,
- profiter des expériences d'autres villes,
- prendre part à un mouvement européen,
- utiliser une étiquette élaborée au niveau européen par des gestionnaires de l'énergie de villes,
- et bien plus encore.



Ce supplément au numéro 29 d'Energie-Cités INFO est réalisé avec le soutien financier de la Commission européenne, DG ENV, dans le cadre du projet DISPLAY (2003-2005). La réédition a été cofinancée par la Commission européenne, DG TREN, dans le cadre du projet "Towards Class A - Municipal buildings as shining examples".



**Directeur de la publication :**  
Gérard MAGNIN

**Conception graphique :**  
www.TUTTIQUANTI.net

**Co-ordination :** Douchka ANDERSON-PEJOVIC, Sylvie LACASSAGNE, Peter SCHILKEN et Ian TURNER.

**Photo couverture :**  
Olivier PERRENOUD  
(tous droits réservés)

**Ont participé à la rédaction de cette publication :**  
Douchka ANDERSON-PEJOVIC, Kafia BENDIB, Stephan HOHMEIER, Sylvie LACASSAGNE, Gérard MAGNIN, Christiane MAURER, Guillaume RENAULT, Peter SCHILKEN et Ian TURNER.

**Impression :**  
Imprimerie SIMON (Ormans)  
Imprimé sur papier recyclé  
N° ISSN : 1256-6098  
Dépot légal : janvier 2006  
Réédition, Energie-Cités, Janvier 2006  
Tirage : 2000 exemplaires



**Energie-Cités | Secrétariat**  
2, chemin de Palente  
F-25000 Besançon  
Tel. : +33 (0)3 81 65 36 80  
Fax : +33 (0)3 81 50 73 51  
E-mail : info@energie-cites.org

**Energie-Cités | Bureau Bruxelles**  
157 avenue Brugmann  
B-1190 Bruxelles  
Tel. : +32 2 544 09 21  
Fax : +32 2 544 15 81

SUPPLEMENT

# Energie-Cités

January 2006

INFO

NEW EDITION

TWICE-YEARLY INFORMATION BULLETIN FOR A LOCAL SUSTAINABLE ENERGY POLICY IN EUROPE

## How does your building perform?

www.energie-cites.org



DOSSIER

**Display™** first European Climate Campaign promoting the energy and environmental performance of public buildings

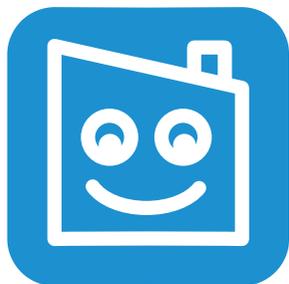
	Energy consumption	CO <sub>2</sub> emissions	Water consumption
More efficient	A	A	B
B			
C			
D			
E			
F			
G			
Less efficient			
	3 kWh/m <sup>2</sup> /year	2 kg/m <sup>2</sup> /year	110 l/m <sup>2</sup> /year

**Get Power Save Energy!**

# ▶ ENERGY AND CLIMATE: the time for waiting is over!

Today, 80% of the world's energy resources are consumed by 20% of the world's population, and Europe is a significant part of that 20%. Our energy-intensive development model is only possible because the rest of the world is left with next to nothing. With prices following an upward trend that is set to last and greenhouse gas emissions on the increase, we cannot follow this model any longer. If further energy-related conflicts are to be avoided, we will have to learn to share, give all countries access to development opportunities and cut our emissions by a factor of four by 2050. We will have to reinvent our civilisation's relationship with energy in a way that can be reproduced in the rest of world. And we will have to start now!

**Display™, the first European Climate Campaign promoting the public display of labels on the energy performance of buildings, is a response to this need.**



**display™**

**European  
Municipal Buildings  
Climate Campaign**

## Involving society as a whole

A new civilisation cannot be created in government offices. It is up to society at large to embark on this task with whatever resources are at hand. This is why we local authorities must use every opportunity that arises to involve the public and local stakeholders in initiatives that promote the intelligent use of energy and create truly "Sustainable energy communities". Given that **Display™** is first and foremost a public communication tool, it provides an ideal opportunity for you to take action in the easiest area of all - that of municipal buildings.

## Rethinking old habits

We must give fresh impetus to our efforts to improve the energy performance of our buildings. The energy record of municipal buildings is far from perfect and all efforts to improve it, even when you have experience in the field, meet with a number of obstacles. One such obstacle is the difficulty of communicating with elected representatives, the general public and non-specialist colleagues. Involving the local population would make your task easier, be you a mayor, deputy-mayor, or financial or technical manager. And this would also encourage the public to take action. **Display™** is the ideal tool for this!

## Display™: small investments, big savings

Municipal budgets are a tricky affair and we are under constant pressure from all sides to save public money. Energy is one of the rare areas where capital investment can help reduce expenditure, but we still experience difficulties in convincing policy makers of this. A word to the wise: *"Show your mayor the label showing the F or G classification of one of the schools in your district before posting it and he will be much more receptive when you come to ask for a (minor) funding that offers him (major) savings. And the chances are he will ask you to extend the project to any other buildings under your responsibility"*. **Display™** was designed by local stakeholders (20 municipal energy managers from 18 countries) to make energy, CO<sub>2</sub> and water issues understandable for non-specialists, and it can make this scenario a real one!

## Display™: an urban marketing tool

Authorities using **Display™** offer real added value to the local population. The campaign focus on transparent management gives them a head start on other municipalities. From January 2006, displaying the energy and environmental performances of your public buildings is a legal requirement. **Display™** is an opportunity to anticipate this, not simply by changing administrative rules but by active communication on the ground. Be pioneers! Get everybody involved!

Gérard MAGNIN

# Energy information accessible to all

The communication tools produced by Energie-Cités are the result of hours of painstaking work and meet the objectives of the Display™ Campaign, both in terms of educational requirements and making energy information accessible to the public.

## A communication Guide A poster

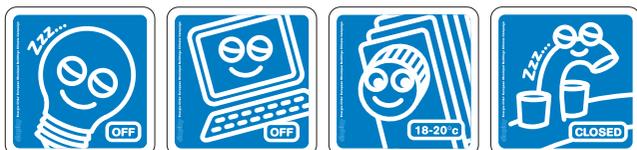


Available in 5 languages (English, French, German, Italian and Polish), the Guide has been designed to assist participants in implementing the Display™ Campaign. Practical information sheets are presented in a folder and can be easily added to. They provide guidance in determining a strategy and preparing initiatives. The Guide details the communication strategies that will help you promote your projects effectively to the general public and the media. Last but not least, stickers are provided which illustrate in a bright and informative manner simple energy-saving tips that people can use on a daily basis.

An A2 size poster has been designed to make the energy performance of public buildings more comprehensible to non-specialists. The aim is to draw public attention to energy issues in a communicative and attention-grabbing way. The poster can be automatically downloaded from the website. Its wording is simple and easy to understand. It is available in 20 languages and it includes a space for describing measures for improving public buildings.

Published in 16 languages, the leaflet provides basic information on the Display™ Campaign, the project concept, the tools available for its implementation and the conditions for participation in it.

**Well-designed and accessible communication tools help raise awareness of energy issues among the public and local stakeholders, an objective which every local authority should adopt.**



Stickers Display™



## A website

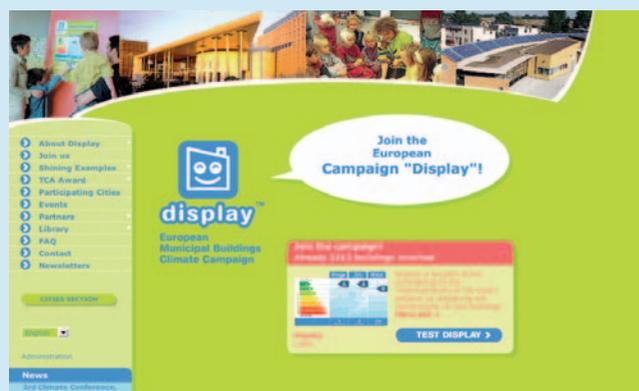
Public buildings can now benefit from a technical appraisal on the Display™ Campaign website! The website offers the possibility to measure their current or prospective (over several years) energy and environmental performances and to compare results with other buildings. The website is intended as an interactive tool to be used by municipalities who want to improve their energy performance. It has become a key component of the Campaign.

First of all, as well as giving detailed information on the Display™ Campaign, participating cities and model projects, the Display website provides municipalities with a dedicated space to showcase their initiatives and number of buildings classified. This provides an ideal opportunity to reach a wide audience and be a source of inspiration to other municipalities local authorities!

The second reason concerns the tool for calculating the energy performance of public buildings (provided free of charge with unrestricted access). Any local authority can test the performances of three of its buildings and visualise the results on a poster generated on-line.

Finally, a forum has been set up to promote the direct exchange of experience and ideas between members of the Display™ Campaign.

► For further information  
[www.display-campaign.org](http://www.display-campaign.org)



# The Display™ calculation tool

**In accordance with the CEN (European Committee for Standardisation) guidelines the web-based Display™ calculation tool determines building performance indicators and creates an individual Display™ poster. Once the building data are available the Display™ poster can be printed out within 10 minutes.**

## Methodology

The Display™ calculation tool is a labelling scheme that determines performance indicators of energy and water consumption data, a so-called "operational rating scheme". Display™ pilot cities opted for a label classifying buildings on this basis because:

- Final energy consumption data can be easily obtained,
- Operational rating certificate can be updated yearly and can be therefore be a measure of quality of the management and be used to motivate the building caretakers and users.

## Data collection

The Display™ calculation tool automatically generates a poster from data on the energy and water use of registered public buildings. Display™ posters are intended for the general public and can be used in any type of public building, from schools, sports centres, town halls and museums to theatres, old people's homes, fire stations, swimming pools and ice rinks.

The Display™ calculation tool is constantly updated and takes the diversity of public buildings into account.

The calculation tool also takes into account the variety of energy sources used in a building such as conventional and renewable energy sources, small-scale CHP, heat supply from a district heat network, etc.

Energy consumption data are expressed in terms of CO<sub>2</sub> equivalent and presented on the poster in the form of an indicator.

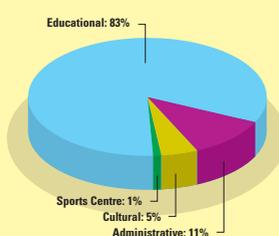
The calculation tool data can be used to analyse and compare results at local level, as well as being used to devise building performance improvement schemes.

## Display™ Campaign: initial results

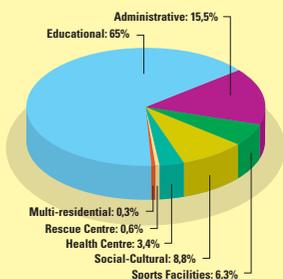
More than 100 towns and cities from 21 countries are involved in the Campaign. The number of buildings registered via the on-line calculation tool increases daily and can be seen on the home page ([www.display-campaign.org](http://www.display-campaign.org)). The results of the work and exchange between the energy managers of participating towns and cities are presented below.

### Distribution of Building Types

Distribution of 1005 buildings 31<sup>st</sup> March 2005



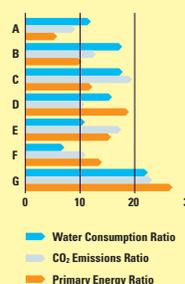
Distribution of 2052 buildings types 1<sup>st</sup> Nov 2005



The choice of building types within the calculation tool has evolved since the start of the Campaign: Initially 'general school' was the only building type available, while in March 2004 there were four building classes available to the users of the tool, by June 2005 the choice had increased to 11 types ranging from rescue centres to multi-residential. The results can easily be seen when comparing the two graphs above. As the number of buildings entered increases by building type it will become easier to fix precise benchmarks per building type.

### Distribution of Buildings According to Class

Percentage of Administrative Buildings per Class Label



This graph indicates that in general the statistics for administrative buildings follow a classic bell curve. However, there is consistently a peak in the G category thus showing the need for a 'Towards Class A' Help centre where municipalities can seek advice on practical measures to improve the rating of their buildings.

### Future Prospects

It is envisaged that at least 20 000 buildings will be registered on the Display™ database during the next two years. The information contained in the Display™ database will enable us to provide support for municipalities who want to set up energy management systems. Display™ will become a tool for evaluating long-term energy performance indicators and will enable municipalities to launch major action plans to upgrade buildings from E-G to classes C and B.

# Display™ in action



**Interview with  
Inge van de Klundert,  
City of Utrecht**

## **As a pilot city of the Display™ Campaign from the beginning, what is the main benefit of the Display™ Campaign to Utrecht?**

At first Utrecht was interested in the Display™ Campaign for two practical reasons. Firstly, Utrecht wanted more information about the Energy Performance in Buildings Directive and secondly Display™ appeared to be a good way for the city itself to publicise the energy consumption data which we have been collecting since 1995. A further reason was that the Display™ Campaign could help us to raise people's awareness about climate change issues and give them some tips in order to encourage them to turn words into action.

## **How was the Campaign received by your colleagues working in the municipality? What interest did it raise?**

At first the Display™ label was promoted to building managers and caretakers to stimulate action within the authority. The Display™ label helped us to show the consequences of the Energy Performance in Buildings Directive to them. It puts an abstract European guideline into practical effect. The result is that building managers are anticipating the European Directive by budgeting for the implementation of the Directive. This gives us a head

start in the implementation of the directive in the municipality. Energy consumption data are reported to building managers and caretakers of municipal buildings every month. While pure energy consumption data may be very interesting to these managers, they are of no interest to the people working in the buildings.

That's why the environmental managers in the municipality became very interested in the Display™ label. The Display™ label attracts people's attention. Environmental managers requested an additional communication campaign to make use of this experience with the Display™ label.

## **What other beneficial effects of the Campaign can you share with us?**

Besides the impacts already noted, the Display™ label also had an impact outside the authority and prodded others into action. Due to the fact that the national authority is slow in developing energy certificates, further Dutch municipalities have recently shown an interest in the Display™ label. This is for the same reason as mentioned inside the authority: an abstract guideline has been put in practical effect. Finally it should be mentioned that the Utrecht participation in the Display™ Campaign made it clear that Utrecht needs much better data collection on water consumption. It is always good to get this kind of feedback to improve our management system.

## **What awareness raising action will be undertaken in the near future as a result of Display™?**

More specific and additional communication can easily be provided in combination with the label. Therefore Utrecht developed an additional communication campaign. Utrecht will try to raise the awareness of people working in the buildings via posters within them and an e-mail communication campaign. The city expects this to reduce energy consumption by a further 5% and this might be the way to approach class A. This additional communication campaign will run over the next few months.

## **What advice can you give to other cities which have not yet joined the Display™ Campaign?**

Make the energy and water consumption of your buildings comprehensible to citizens and join the Display™ Campaign! Although your national energy label might be completely different, the Display™ label has proven to be a very good communication tool. Data you need to enter in the Display™ calculation tool should be collected to manage the energy and water consumption in your buildings anyway. And most important of all, I'm sure you will agree, is that the Display™ tools will help you to save money in your buildings!

# Display™ in practice

The Display™ Campaign has gained a great deal of momentum in European towns and cities since its official launch in autumn 2004. It arouses public interest everywhere and there is something in it for everybody: elected representatives, municipal professional and technical staff and the general public. Below is a review of the successful experience of 8 towns and cities which have made use of the Campaign to promote existing projects and come up with new ones.

## ▶ Almada: a successful awareness-raising campaign!

The municipality of Almada wanted to anticipate the implementation of the 2002/91/EC European Directive in Portugal by means of the Display™ Campaign. In June 2004, the local authority put up a poster at the Pragal primary school, then presented the campaign at a national meeting of local energy agencies and published a paper in the national magazine "Municipalities and Cities". Since then, 19 buildings have been assessed and 5 posters displayed, mainly in schools.

What is remarkable in these initiatives is the commitment of the municipality towards promoting more energy-conscious behaviour among the general public. The objective of the city council is to raise awareness of public building performance among building users by displaying information on their energy and water consumption. This has led to improvements in the organisation of technical data, a necessary step in any building assessment process.

The project has aroused the interest of both building users and the general public. Displaying building performances on A2 size posters has led a number of people to reflect on ways of improving such results, especially children, who reproduce what they have learnt at school at home. Everyone at the local energy agency is actively involved and teaching staff in participating schools pass on information to the pupils and their families. The tool is interesting for energy professionals, who want to know more about the calculation tool, how it works and whether it accounts for climatic differences between Southern and Northern Europe. Everyone agrees that the overall aim of the Campaign is to increase awareness of CO<sub>2</sub> emissions, energy and water use.

Pending implementation of the European Directive in Portugal, the municipality will broaden the Display™ Campaign by setting it in a national context. Posters will also be updated to provide yearly information on energy and water use, thus highlighting any changes in building users' behaviour.

▶ **For further information**  
[Elisabete Serra, AGENEAL, Local Energy Management Agency of Almada](mailto:elisabete.serra@ageneal.pt)  
 E-mail: [elisabete.serra@ageneal.pt](mailto:elisabete.serra@ageneal.pt)



## ▶ Saarbrücken: when awareness raising and saving money go hand in hand

The city of Saarbrücken (Germany) with 182 000 inhabitants and 260 municipal buildings has participated in the Display™ Campaign since 2004 under the guidance of Energie-Cités. First of all the data from all 32 of the town's primary schools was entered into the calculation tool. The effort required was fortunately very small due to an existing energy management system.



Posters with the results of this analysis had been put up in the entrance hall of all the schools involved by the end of 2004. In the first school concerned, situated in the community of St. Annual, the Mayor Kajo Breuer, put up the very first poster. This was followed by a discussion on the topic of energy use between the pupils, teachers and the

Mayor. He was very impressed by the pupils' high level of knowledge and by the posters on the subject of energy and water consumption that they had produced themselves.

The local press and television broadcasts reported on the action and it stimulated several requests from other schools about how to implement and to continue with energy saving.

Thanks to this success the data of all kindergartens and administrative buildings have been entered in the Display™ system and 75 buildings are now registered in the system.

The classification of the Buildings A to G provides particularly useful information to municipalities for the strategic planning of the refurbishment of local authority buildings and helps to spend their money efficiently.

The programme gained attention in the surrounding region as well. Saarbrücken together with Metz, Trier and Luxemburg is part of the city network "QuattroPole". This network organises so-called "Energy tours" in the different cities in order to exchange experience concerned with energy-questions. On 18<sup>th</sup> May the programme for the energy tour of Saarbruecken was presented. The Display™ Campaign played a key role among all the topics covered by the tour. The exchange took place in the St. Annual Primary School which is very committed to the project.

▶ **For further information**  
[Jürgen Lottermoser, Saarebrücken](mailto:juegen.lottermoser@saarbruecken.de)  
 E-mail: [juegen.lottermoser@saarbruecken.de](mailto:juegen.lottermoser@saarbruecken.de)

## ▶ Lausanne is directing all its energies into giving its citizens a sense of responsibility

The Swiss Display™ campaign was launched on 27<sup>th</sup> October 2005 during the "Energy Day" in French-speaking Switzerland. And when Lausanne commits itself, Lausanne takes action. No energy is being spared to encourage awareness in the population. The town Utilities (Services Industriels or SI), have been contacting the heads of schools in Lausanne since 31<sup>st</sup> October in order to give the adults of tomorrow a sense of responsibility as regards their present and future energy consumption.

The SI are convinced of the benefits of setting an example. Of the 300 or so public buildings, 160, including 29 schools, will be displayed in the first phase of communication.

The objective of this awareness campaign in schools is to give the young generation sufficient, neces-

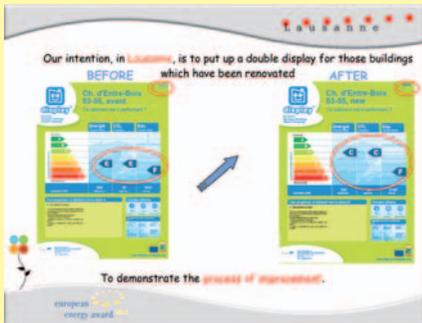
sary knowledge so that they understand energy and environment issues. Thus, they can choose to act in an eco-responsible way. With the Display™ poster and its explicit message, Lausanne is providing clarity for the users of the buildings. The poster has all the more impact because users understand and appropriate it. Pupils commit themselves by signing eco-responsible consumer charters which are displayed in their classrooms. Their commitment means that pupils are taking up the challenge to improve their building's classification.

It will be possible to observe changes, improvements in the buildings over the course of time. Consequently, Lausanne has chosen a double display: Before and After renovation. This will highlight not only the technical solutions but also simple energy efficient actions. This is notably the case for the rental housing building Entre-Bois.

With this approach resulting from the Display project, Lausanne is proud to democratize its town's energy whilst remaining under the European umbrella.

▶ For further information

Georges OHANA  
E-mail: georges.ohana@lausanne.ch



## ▶ The Display™ Campaign on the starting blocks in Switzerland!

The Display™ Campaign was officially launched in Neuchâtel on the 27<sup>th</sup> October, during the Energy Day in French-speaking Switzerland and was a real success.

The 60 French-speaking communes of the association Cité de l'énergie® now have access to Display™. The cities of Chaux-de-Fond and Echiroles presented their first practical experiences of the Campaign and Lausanne their communication campaign aimed at schools.

The REVE Jura-Léman project\* has been instrumental in giving French speaking-Switzerland the opportunity to become a pilot region in a European-wide Campaign.

\* a network of towns and cities for sustainable energy policy supported by the Interreg IIIA programme for reinforced cross-border co-operation between France and Switzerland

▶ For further information

Gaëtan Cherix | CREM  
E-mail: info@crem.org



## ▶ Bristol: a Display™ poster for the green pioneer

Bristol City Council, one of the main pioneers of energy efficiency in Great Britain, has been involved for many years in raising city council employees' awareness and training them in energy saving techniques. However, a difficulty arose which was solved thanks to the Display™ Campaign.



Finding an attention-grabbing message which can arouse interest and encourage both staff and users to improve energy efficiency records is not an easy task. Bristol City Council quickly understood that the Display™ Campaign could provide an efficient, original and comprehensive solution to the problem. The Campaign, with its strong visual identity and innovative energy labelling system, therefore became the cornerstone of its public awareness-raising strategy.



Phil Hope, Departmental Green Minister in the Office of the Deputy Prime Minister and Valery Davey, Labour Member of Parliament for Bristol West visited CREATE in January 2005.

A large banner, a local version of the Display™ poster, was hung up on the façade of CREATE, the City Council's "environment centre". The City Council is currently surveying its stock of buildings and making the calculations necessary for the production of Display posters for its 100 most prominent sites. Meetings with building managers are also being planned to prepare for the implementation of energy efficiency improvement measures through the encouragement of energy-conscious behaviour among staff and/or investment in building improvement measures.

The City Council advises all municipalities to join the Display™ Campaign and benefit from its custom-built tools.

▶ For further information

Ian Watkins, Bristol City Council  
E-mail: Ian\_Watkins@bristol-city.gov.uk

## ▶ Milton Keynes: demonstration of the environmental impact

**Milton Keynes, a new city of 207,000 inhabitants located 60km north of London is a Display™ relay city.**



Before Milton Keynes joined the Display™ Campaign, the city already had a centralised energy monitoring system for the majority of our public buildings. The city put up the first Display™ poster in June 2004 in Wyvern 1<sup>st</sup> Primary School in order to demonstrate the envi-

ronmental impact of our buildings to the people who use them, and to show how they could contribute to making them more efficient. The building is quite old and was originally built in 1890's – in the Victorian era. Currently there are approximately 360 pupils and 15 teaching staff.

Although a link between energy saving and the Display™ poster is not proven, as most of the savings were in place before the poster was calculated, the reactions to the Display™ Campaign were positive.

The possibility of integrating Display™ into the school curricula is being investigated as part of a Council-wide Carbon Management Strategy. This forms part of a national programme funded by the UK's Carbon Trust.

▶ **For further information**  
[Jeremy Draper, Milton Keynes](#)  
 E-mail: [jeremy.draper@milton-keynes.gov.uk](mailto:jeremy.draper@milton-keynes.gov.uk)

## ▶ Ayent: combining the future and energy savings

**The small Swiss district of Ayent (3,300 inhabitants) was awarded the "Cité de l'énergie" title in the autumn of 2004. It has sustained the momentum acquired for its energy-saving initiatives and local decision-makers were delighted when it joined the Display™ Campaign early in 2005.**



Five public buildings were monitored and their energy consumption data entered into the programme as set out in the Display™ rules for local authorities with less than 10,000 inhabitants. Posters will soon be on display in the entrance halls of the public buildings concerned and everyone will be able to see that it is possible to avoid wasting energy without impairing their quality of life.

The local newspaper will publicise the Campaign this year and a questionnaire designed to assess energy consumption in private buildings will be distributed to all local resi-

dents to promote more energy-conscious attitudes.

In the village of St-Romain, the district's main town, it would be interesting to compare the results achieved by public buildings now with those that will be obtained after installation of the wood-fuelled central heating system in the autumn. This facility has been designed to supply heat to all public buildings in the village, as well as to the parish church. There is no doubt that this will help demonstrate the relevance and encourage appreciation of the Display™ Campaign.

On the basis of its relatively short but highly interesting experience, the municipality of Ayent recommends the Campaign to all municipalities. It naturally involves a significant amount of work, but the conservation of energy resources for the benefit of future generations is a price worth paying.

▶ **For further information**  
[Pierre-Etienne Aymon and Michel Nidegger, Commune of Ayent - Technical Department](#)  
 E-mail: [pierre-etienne.aymon@ayent.ch](mailto:pierre-etienne.aymon@ayent.ch)

## ▶ Bielsko-Biala: Display™ measures designed to change attitudes

**The Polish city of Bielsko-Biala (180 000 inhabitants) started the Display™ Campaign at the end of 2004 and is now confronted with the well-entrenched energy-wasteful habits of the inhabitants.**



Work on improving energy management had already started in the early 1990s. Very rapid progress was made due to energy accounting. This systematically collects the heat, water and energy consumption of public buildings and also provides benchmarking figures for efficient monitoring.

The next step was the creation of a database (called BEN) which reads and constantly updates all the data. Today the energy team

is working on a second version of the programme, an extended version for the energy-management team and an easier version for the building manager.

Apart from these internal developments the energy team is at the moment occupied with installing "energy-boards" in buildings. The Display™ poster is a key element of this communication Campaign.

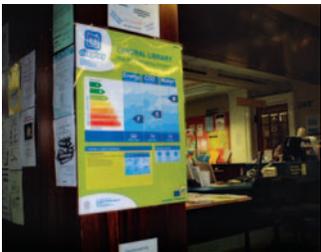
Despite great achievements the Display™ Campaign is confronted with the following problems: incomplete building data and the

need to convince the population to adopt more energy-aware behaviour. It is still very common in Poland to overheat rooms and not to think about the energy-costs. The Display™ Campaign aims to help the team to convince people and to make them more sensitive to energy and environmental questions.

▶ **For further information**  
[Edward THEN City Mayor Representative for Energy Management](#)  
 E-mail: [pze@um.bielsko.pl](mailto:pze@um.bielsko.pl)

## Display™, the perfect complement to monitoring in Leicester

The Leicester Display™ scheme has seen the certification of 90 City Council buildings so far including officers, schools, community buildings and the town hall. The certificate of performance is only the first step in a programme of engaging with the building users to help them understand not only how the building is performing in relation to energy, water and carbon use but also what they can actively do to reduce this over a period of time.



The Display™ poster for the Energy Efficiency Centre in Leicester being taken to the building and installed in staff area where all staff look into the building every day as below

Leicester is complementing its Display™ project with real time monitoring and utilising real time data to influence behavioural change.

This Display™ certificate is installed in the public areas of Leicester Central Library and clearly shows the results of the building so far. The building manager has already received an energy management manual with details on how to maximise the reduction in energy and water in this building and a visit from the energy officer from the City Council continues to stimulate improvements.

The City Council energy management team has set up an energy loan scheme to finance the costs of improving the building heating, lighting and water systems in order to ensure that better standards are achieved over the coming years. The loan scheme is financed from the local authority's own capital programme through prudential borrowing, and is matched by a 50% grant from the Carbon Trust. The "loan" is set to be fully recovered from savings over a period of four years and this money is then reinvested in other buildings.

The use of the Display™ label and the Leicester City Council Intelligent Metering scheme ensures that awareness and real savings and behavioural change are being obtained.

[▶ For further information](#)  
[Stewart Conway](#)  
[E-mail: stconway@energyagency.co.uk](mailto:stconway@energyagency.co.uk)



## WHAT THEY SAY ABOUT DISPLAY™

"Buildings are responsible for one third of Europe's energy consumption and are therefore a major source of greenhouse gas emissions. Energy costs also represent an increasing budgetary burden for local and regional authorities and it is essential to develop efficient ways of rationalising the use of energy. CEMR and its members (national associations of towns, municipalities and regions from over 30 European countries) consider the public display of energy certificates as a valuable tool for raising awareness and decreasing the energy consumption of municipal buildings. The CEMR Network on Energy Issues supports the efforts of municipalities and regions involved in the Display™ Campaign and looks forward to seeing many class A buildings across Europe."

**The Council of European Municipalities and Regions (CEMR)**

"Buildings are the largest energy consumers and therefore also the largest emitters of greenhouse gases. Displaying the energy performances of buildings is a necessary step in any serious CO<sub>2</sub> emissions reduction strategy. The Display™ programme is a convincing and promising illustration of this."

**Paul Waide, Senior Policy Analyst**  
**Energy Efficiency and Environment Division International Energy Agency**

"EuroACE, the European alliance of companies supporting energy efficiency in buildings, is committed to the full implementation of the Energy Performance of Buildings Directive. We believe that the Display™ Campaign is an excellent way of developing interest and support for public display of energy certificates at an early stage, and we support the efforts of the cities and municipalities involved in the Campaign. We look forward to seeing many Class A buildings around Europe."

**The EuroACE alliance**



"The federal office for energy believes that Display™ is a highly interesting and useful tool for raising awareness of energy use in public authorities' buildings. The overall aim of the SuisseEnergie programme is for an Energy label to be displayed in every building in the same way that labels exist for cars or household appliances."

**Michael Kaufmann, Deputy Director of the Swiss Federal Office for Energy and head of the SuisseEnergie programme**



Members of the EcoEnergy network express their commitment to supporting and participating in all initiatives taken by the network to encourage and accelerate the certification of municipal buildings and to encourage adoption of the Display™ European Campaign through the display of a poster promoting the efficient use of energy and water resources in municipal buildings.

**Zdravko Genchev, executive director of the EcoEnergy Bulgarian network**



"Climate change issues are now extremely clear: our European countries must cut their greenhouse gas emissions by 75% by 2050. This fourfold reduction applies to all types of building, particularly existing buildings. The Display™ programme is a way of focussing on this target."

**Benoit Lebot, United Nations Development Programme (UNPD)**

## Next steps

**After having set up and launched the Display™ Campaign successfully, in the next two years we will focus on a large extension of the Campaign in 500 to 1.000 municipalities all over Europe.**

We expect that more than 20.000 municipal buildings will be entered into the data base and that the Display™ poster will be visible in these buildings. As accompanying measures to the campaign we intend:

- Set up the **Towards Class A Help Centre** which will help poorly classified municipalities to jump rapidly from Class E-G to Class B-C
- Describe 100 **Shining examples** from across Europe and make them accessible to all European municipalities via the **Display™ Database**
- Disseminate information about the Display™ Campaign in 25 national conferences and 5 EU conferences

- Organise the **Towards Class A Award** from 2006 onwards. The award is focused on a communication and awareness raising campaign directed by municipalities towards the general public.

### Extended partnership

To meet the objectives the partnership of the Display™ Campaign has been expanded by:

- CEMR - the Council of European Municipalities and Regions
- EuroACE - European association of manufacturers of energy efficiency products in buildings
- ACE - the Architects Council of Europe
- EnEffect - the Centre for Energy Efficiency EnEffect- (Bulgaria)

**... and the Campaign's members will be glad to welcome further key players like local authorities and local energy agencies; national energy agencies and administrations, architects; manufacturers providing goods and products for energy efficient buildings.**



## Join the Display™ Campaign! Get Power-Save Energy!

The Display™ Campaign and its partners invite all interested European municipalities to commit themselves to displaying the performance of their buildings on a voluntary basis.

**Be pioneers and join the European Display™ Campaign in order to:**

- ▶ have the population and decision-makers on your side,
- ▶ make use of the energy saving potential of your buildings,
- ▶ take practical and visible action to combat climate change.

**The towns and cities participating in the Campaign have access to:**

- ▶ a calculation tool,
- ▶ a Communication Guide,
- ▶ a User's Guide,
- ▶ an A2-format poster,
- ▶ information and advice.

**To join the Display™ Campaign, sign the Membership Charter, which is available from the website in 14 languages.**

**Participation in the Campaign is free for Energie-Cités members.**

The Campaign is co-financed by the European Commission's DG ENV and DG TREN.

**For further information**  
Peter SCHILKEN, Energie-Cités  
E-mail: pschilken@energie-cites.org  
Ian TURNER, Energie-Cités  
E-mail: iturner@energie-cites.org

**With Display™, you will be able to:**

- ▶ benefit from communication aids and tools,
- ▶ take advantage of the experience of other towns and cities,
- ▶ take part in a European movement,
- ▶ use a label that was designed at European level by municipal energy managers,
- ▶ enjoy many more benefits



This supplement to Energie-Cités INFO No. 29 was produced with the financial support of the European Commission - DG ENV, as part of the Display Project (2003-2005). The new edition is co-financed by the European Commission, DG TREN, within the framework of the "Towards Class A - Municipal buildings as shining examples" project.



**Director of Publication:**  
Gérard MAGNIN

**Co-ordination:** Douchka ANDERSON-PEJOVIC, Sylvie LACASSAGNE, Peter SCHILKEN and Ian TURNER.

**Contributors to this issue:**  
Douchka ANDERSON-PEJOVIC, Kafia BENDIB, Stephan HOHMEIER, Sylvie LACASSAGNE, Gérard MAGNIN, Christiane MAURER, Guillaume RENAULT, Peter SCHILKEN and Ian TURNER.

**Graphic Design:**  
www.TUTTIQUANTI.net

**Photo cover:**  
Olivier PERRENOUD  
(all rights reserved)

**Printer:**  
Imprimerie SIMON (Ormans)  
Offset Cyclus Print recycled paper  
N° ISSN : 1256-6098  
New Edition, Energie-Cités,  
January 2006  
Print run: 2000 copies



**Energie-Cités | Secrétariat**  
2, chemin de Palente  
F-25000 Besançon  
Tel. : +33 (0)3 81 65 36 80  
Fax : +33 (0)3 81 50 73 51  
E-mail : info@energie-cites.org

**Energie-Cités | Bureau Bruxelles**  
157 avenue Brugmann  
B-1190 Bruxelles  
Tel. : +32 2 544 09 21  
Fax : +32 2 544 15 81