

Instrumentes et mesures pour économiser l'électricité dans les bâtiments

Sophie ATTALI et Bernard LAPONCHE

Nous présentons dans ce chapitre les différents instruments et mesures mis en œuvre dans différents pays, essentiellement européens, pour promouvoir les économies d'électricité dans les bâtiments. On a vu en effet que la consommation d'électricité s'effectuait pour les deux tiers environ dans les secteurs résidentiel et tertiaire. Nous mettons ici l'accent sur les appareils et équipements concernant les usages dits « spécifiques » de l'électricité qui sont des usages dont les consommations unitaires sont relativement faibles mais qui s'adressent à des millions de produits installés dans les logements, les bureaux, les commerces, etc. On se trouve donc en présence d'un nombre important de produits différents et de très nombreux acteurs (fabricants, fournisseurs, consommateurs, administrations centrales et territoriales, etc.). La promotion de l'efficacité énergétique auprès de cibles aussi diverses et aussi nombreuses n'est pas facile mais les potentiels globaux d'économies d'électricité sont considérables et, de plus, chaque consommateur et la collectivité (de toute nature) à laquelle il appartient ont un rôle essentiel à jouer dans cette promotion.

1. Les mesures réglementaires sur la performance des produits

Les mesures réglementaires sur la performance des produits et leur affichage existent dans la plupart des pays et servent souvent de base aux autres instruments (par exemple, un programme de prime à l'achat sera élaboré pour des produits bien classés sur une étiquette obligatoire). Ces réglementations reposent sur des déclarations des fabricants sur la consommation énergétique de leurs produits, et ne peuvent donc s'appliquer correctement que si tout le monde mesure cette consommation suivant les mêmes standards de mesure et si un système de surveillance des marchés est mis en place, incluant des tests indépendants et des sanctions – y compris la publication des résultats, les consommateurs et les marques étant sensibles à la publicité négative.

1.1 *Seuils minimum de performance énergétique*

L'Europe, les États-Unis, la Chine et beaucoup d'autres pays ont mis en place des normes portant sur des seuils minimum de performance énergétique afin de se débarrasser des appareils les plus mal conçus : en dessous d'un certain seuil, les produits ne sont pas autorisés à la vente. Pour l'Europe, après une expérience très positive en 1999 sur les réfrigérateurs, la Directive Ecodesign va introduire de nombreux seuils dans les années qui viennent (sur les veilles qui seront limitées à 1 watt pour tous types d'appareils, le gros électroménager, etc.). Les négociations entre fabricants et gouvernements portent sur les niveaux de seuils minimum (plus ou moins élevés) et leur rythme de mise en œuvre.

En californie

La Californie a récemment adopté un seuil minimum de performance énergétique pour les téléviseurs : la Commission de l'Énergie californienne estime que les technologies très performantes sont déjà disponibles sur le marché mais c'est seulement à partir de 2011 que les écrans de moins de 147 cm devront consommer un tiers de moins qu'actuellement, puis près de moitié moins en 2013. Économie attendue sur la facture : plus de 8 milliards de dollars.

Les seuils minimum de performance énergétique sont généralement perçus comme des instruments efficaces (bien que ciblant des millions d'utilisateurs potentiels, on réduit le nombre d'interlocuteurs en s'adressant aux fabricants et non aux consommateurs (qui n'ont plus le choix de mal s'équiper) et peu onéreux pour la collectivité et les industriels dès lors que les seuils sont fixés au niveau du « coût le plus faible sur le cycle de vie ». Ils peuvent également être utilisés de manière dynamique afin de stimuler l'innovation, lorsqu'un calendrier prévoit que les seuils seront relevés périodiquement.

Ces seuils minimum sont en général développés de manière coordonnée avec les étiquettes énergie qui permettent aux consommateurs de comparer facilement les performances énergétiques : des étiquettes informatives s'appliquent obligatoirement à tous les produits et classent ceux qui sont comparables entre eux (même service, même volume, etc.) de A à G, de 1 à 5, selon un système d'étoiles...

1.2 Étiquette énergie

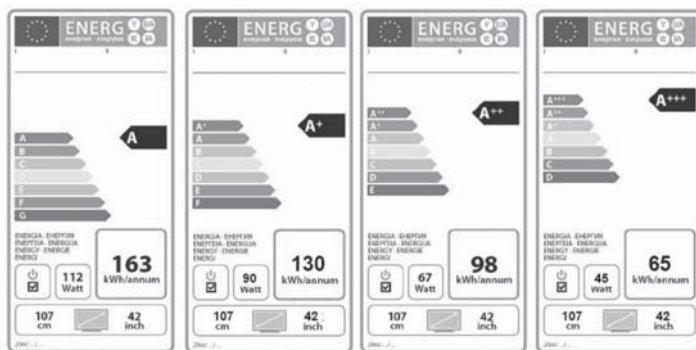
Les étiquettes énergie existent également dans presque tous les pays, et sont des instruments en général bien évalués (ils ont un impact sur le marché et contribuent, petit à petit, à sensibiliser les consommateurs aux questions énergétiques plus larges) pourvu que leur conception soit très soignée dans les détails techniques (marges de tolérance lors des mesures de consommation, bonne définition des écarts entre les classes énergétiques).

La révision de l'étiquette énergie en Europe, ou comment rater un rendez-vous important...

En Europe, l'étiquette énergie va changer, malgré le fait qu'elle est bien connue des consommateurs des 27 États Membres et qu'elle est évaluée très positivement.

Après deux ans de négociations et un nombre incalculables de réunions, la décision a été prise d'ajouter des classes énergie au dessus de A pour tous les appareils qui en auront besoin : A+, A++ et même A+++.

Il aurait été plus judicieux de redistribuer les modèles sur une échelle de A à G dont les seuils auraient été révisés régulièrement, de façon à ce que la classe A reste la référence (unique et simple) pour les consommateurs et qu'il y ait une réelle différence entre les classes. Avec la nouvelle étiquette, les réfrigérateurs les plus économes seront classés A+++ mais les plus énergivores seront tout de même classés A (puisque les seuils de classement ont été établis il y a 15 ans et que les produits en dessous de la classe A sont déjà très rares sur le marché). Cela n'aidera certainement pas les consommateurs à mieux choisir : la lettre A est toujours positive : pourquoi dépenser 200 ou 300 euros supplémentaires pour quelques petits « + » ? Si les consommateurs ne demandent pas ces produits performants, les industriels ne seront pas incités à les produire : c'est la dynamique d'innovation et d'amélioration des produits qui en cause.



La nouvelle étiquette énergie européenne pour les téléviseurs.

1.3 Modulation des tarifs de l'électricité

Contrairement aux États-Unis où la réglementation impose aux fournisseurs d'électricité la mise en œuvre de programmes d'économie d'électricité, en Europe, le marché de l'énergie est largement libéralisé et il est difficile d'encadrer ses tarifs pour les consommateurs. Difficile mais pas impossible, comme le montre le cas italien, où trois éléments des tarifs de l'électricité permettent d'expliquer (entre autres causes) la relativement basse consommation des ménages. L'Italie a en effet l'une des consommations d'électricité dans le secteur résidentiel les plus basses d'Europe : pour l'année 2007, 1 150 kWh pour tous les usages électriques, y compris le chauffage, contre 2 380 kWh pour la France¹.

1 - Source : ENERDATA

En Italie, la structure du tarif encore réglementé de l'électricité, qui couvre 90 % des consommateurs domestiques, intègre trois éléments qui contribuent à envoyer un signal prix cohérent :

- L'abonnement est nettement plus cher pour les clients souhaitant disposer de plus de 3 kW de puissance (32,60 €HT pour 3 kW, 130 €HT pour 6 kW ou 215 €HT pour 12 kW).
- Le tarif est progressif : plus on consomme, plus le prix du kWh est élevé – ce qui permet d'envoyer un signal fort sur le coût marginal relativement élevé du kWh au-dessus d'un certain niveau de consommation.

Par exemple pour le dernier trimestre 2009² :

| Consommation annuelle | €/kWh | €/kWh |
|-----------------------|------------------------|---------------------------|
| | puissance jusqu'à 3 kW | puissance de plus de 3 kW |
| De 0 à 1 800 kWh | 0,112 | 0,144 |
| De 1 801 à 2 640 kWh | 0,161 | 0,163 |
| De 2 641 à 4 440 kWh | 0,225 | 0,212 |
| A partir de 4 441 kWh | 0,295 | 0,274 |

- L'autorité de régulation peut introduire sur la partie distribution du tarif un « delta » permettant de déconnecter les profits des volumes vendus.

Bien qu'il n'y ait pas de retour sur ce dernier mécanisme, il semble particulièrement intéressant à un moment où même l'Agence Internationale de l'Énergie conseille cette approche. Les fournisseurs d'énergie ne font de la MDE (maîtrise de l'énergie) que lorsqu'ils y sont obligés ou qu'elle de nuit pas à leur objet, qui est de vendre de l'énergie. Les développements actuels autour du « smart metering » risquent de ne pas déboucher sur grand-chose tant que les revenus resteront strictement liés aux volumes vendus.

Les taxes sur l'électricité sont un des éléments du prix pour le consommateur. Dans certains pays, au delà de la contribution au budget de l'État, ces taxes sont explicitement utilisées pour encourager les consommateurs à adopter des mesures d'économie d'énergie et/ou, lorsque les taxes sont affectées, à financer des programmes spécifiques.

Par exemple, les Pays-Bas ont introduit en 1996 une taxe sur l'électricité et le gaz pour les ménages et les petites entreprises. Cette taxe avait pour but de contrebalancer les émissions de CO₂ et de sensibiliser les consommateurs en augmentant la rentabilité des appareils électroménagers économes (qui bénéficiaient au même moment d'une prime à l'achat). En 1996, la taxe était de 2 centimes d'euro par kWh, en 2002 elle était autour de 14 centimes d'euro, et aujourd'hui, après des changements de politique gouvernementale, elle est redescendue à 4 centimes d'euros.

1.4 Obligation d'économie d'énergie ou de CO₂ pour les fournisseurs d'énergie

Des obligations d'économie d'énergie ou de réduction d'émissions de CO₂ peuvent être imposées aux fournisseurs d'énergie qui doivent alors mettre en œuvre des projets et rapporter les résultats aux autorités publiques. C'est le cas en France, en Italie et au Royaume-Uni (ainsi qu'en Suisse pour certains fournisseurs municipaux). Dans la pratique, il existe des différences :

- L'obligation peut porter sur différents type de fournisseurs : générateurs, distributeurs, vendeurs, fournissant différents types d'énergie, ayant plus ou moins de clients.
- L'obligation peut couvrir différents secteurs économiques : uniquement le secteur résidentiel, tous les secteurs de l'économie, pour des technologies préalablement identifiées, ou pour toutes technologies proposées par les obligés.
- Les méthodes d'évaluation des économies peuvent être basées sur des formules standardisées, des calculs, des mesures ex ante et ex post.
- Le coût des mesures peut être récupéré directement sur les tarifs de l'électricité, via une taxe prélevée au niveau central. Elles peuvent aussi être financées grâce à un marché sur lequel on échange la valeur des économies, ou par les pénalités pour non respect de l'obligation.

On observe pour l'instant, dans les pays où ces obligations existent, que le mécanisme a peu servi à financer des économies d'électricité spécifique dans le secteur résidentiel en dehors d'opérations sur les ampoules basse consommation (de 1 à 5 % des économies réalisées selon les pays).

En effet :

- Les mesures les plus rentables (isolation des logements) ont d'abord été mises en œuvre.
- Pour les obligés, il est plus intéressant de s'adresser aux clients industriels qu'aux clients domestiques, qui sont plus difficiles à mobiliser.

2 - Autorité de régulation de l'énergie électrique et du gaz : <http://www.autorita.energia.it/it/dati/condec0904.htm>

- Les obligés peuvent préférer économiser d'autres énergies que l'électricité (en France cela pourrait évoluer si les supermarchés sont intégrés dans le dispositif : lorsqu'ils vendent de l'essence, ils pourraient être considérés comme des distributeurs d'énergie et comme ils vendent aussi des appareils électriques, ils pourraient vouloir relier ces deux activités dans le but de remplir leurs obligations).

Le dispositif des obligations, assorti éventuellement d'un système de certificats blancs, offre la possibilité d'atteindre les gisements diffus d'économies d'énergie difficilement atteignables par les autres instruments (d'où la priorité donnée dans la plupart des pays au secteur résidentiel).

L'intervention du mécanisme de marché (la possibilité d'échange) doit normalement conduire à ce que les économies les moins coûteuses soient réalisées en premier. En effet, les acteurs qui peuvent réaliser des économies d'énergie, et donc obtenir des certificats à un moindre coût, pourront revendre ces certificats à ceux pour qui la réalisation d'économies d'énergie est plus coûteuse. Le marché de certificats blancs offre ainsi une plus grande flexibilité aux acteurs.

Un certain nombre de conditions paraissent nécessaires pour que ce système conduise à des résultats satisfaisants :

- a) Le niveau des obligations doit être suffisamment élevé pour que les résultats attendus soient à la mesure des efforts de mise en place du système et notamment des coûts d'administration (aussi bien au niveau de l'État que du côté des acteurs, obligés ou non).
- b) De façon corollaire, le niveau des sanctions en cas de non respect de l'obligation doit être dissuasif pour les obligés et donc être augmenté par rapport aux niveaux actuels.
- c) Le système d'obligation et de certificats doit être suffisamment simple et présenter un caractère automatique (basé sur un nombre limité d'actions « standard ») afin de limiter les délais d'instruction et de vérification (le système français actuel est à cet égard beaucoup trop complexe).
- d) L'obligation d'économies d'énergie fixée à chaque fournisseur doit porter à raison d'au moins 50 % sur le produit énergétique que lui-même fournit (comme en Italie). Et, d'autre part, les actions entreprises dans ce cadre par le fournisseur doivent porter au moins à 50 % du niveau de l'obligation en direction des foyers à bas revenus (comme au Royaume-Uni).
- e) Si le système ne se limite pas aux obligations (comme au Royaume-Uni) mais a l'ambition de « créer un marché », il faut que les non obligés qui désireraient tirer profit de l'obtention de certificats soient assurés de pouvoir les vendre. Si cette vente potentielle est limitée aux obligés, le non obligé n'est pas certain de vendre, surtout si l'obligation est faible. C'est une seconde raison pour décider d'obligations suffisamment élevées (pour que les obligés aient intérêt à acheter des certificats aux non obligés). Il a été également proposé de créer un Fonds (qui pourrait être public-privé) qui rachèterait les certificats (même à un coût relativement bas) afin d'assurer le fonctionnement du marché des certificats).

Certains experts considèrent cependant que le « marché des certificats » apporte bien cdes complications sans avantages majeurs et que l'essentiel (à l'image du programme anglais) réside dans les obligations.

2. Les incitations et mécanismes financiers

2.1 Incitations financières directes : subventions ou mesures fiscales

Bien que rentables lorsqu'on regarde le coût à l'usage sur la durée de vie, les produits performants sont souvent plus chers à l'achat, parfois parce qu'effectivement les technologies employées sont plus coûteuses pour les fabricants, soit parce que le positionnement marketing exige que les produits performants bénéficient de toutes les caractéristiques des produits haut de gamme. Il arrive que le « sur investissement » soit trop élevé pour que le consommateur récupère la mise sur la durée de vie, même si l'argument environnemental reste valable (moins d'énergie consommée).

Primes à l'achat pour l'électroménager

De la même façon que les Pays-Bas l'avaient fait dans les années 2000, l'Italie a mis en place un grand programme de prime à l'achat pour les réfrigérateurs et congélateurs de classe A+ et A++ entre 2007 et 2009. Ce programme est assez lourd financièrement (50 millions d'Euros pour la seule année 2007), chaque prime pouvant représenter jusqu'à 20 % du prix de l'appareil, avec un maximum de 200 euros. S'il est trop tôt pour en connaître l'évaluation économique, d'autant que la prime prend la forme d'une réduction d'impôt à déclarer en fin d'année, l'impact sur le marché est bien visible : pour la classe A+, la part de marché est passée de 14 % en 2007 à 46 % fin 2008 - une augmentation assez unique en Europe. En revanche, la classe A++ n'a guère évolué

et reste sous les 5 %, ce qui montre que ces programmes ne sont pas toujours faciles à calibrer (quel montant pour la prime de façon à ne pas inciter à l'achat de grands appareils, faut-il des primes différenciées selon les niveaux de performance, etc.).

Au Danemark, les programmes de primes à l'achat sont plus courts (4 à 6 semaines) et sont destinés à attirer l'attention du public sur de nouvelles technologies plus économes, afin de les aider à sortir de leur position de niche de marché. Il y a néanmoins eu quelques revers, quand ces programmes ont été lancés trop tôt, avec un grand différentiel de prix ou sans réussir à réellement transformer le marché en dehors de cette courte période.

En Suisse, des programmes modestes sont souvent mis en œuvre par des fournisseurs municipaux d'électricité. On estime cependant que ces programmes contribuent à faire évoluer les marchés, comme par exemple celui des sèche-linge à pompe à chaleur de classe A. Suite à un programme du fournisseur d'électricité EWZ et à l'engagement de la ville de Zurich, la part de marché national de ces appareils très performants est passée de moins de 2 % à près de 16 %. L'organisation pratique est également intéressante : les consommateurs souhaitant bénéficier de la prime doivent se rendre au showroom de EWZ pour la recevoir en argent liquide et visiter une exposition sur toute une gamme de produits performants.

Dans ce contexte qui complique les analyses économiques, les autorités publiques peuvent chercher à réduire le prix d'achat des modèles performants en proposant des incitations financières, sous la forme de primes à l'achat ou de crédit d'impôt, pour guider les choix des consommateurs.

Dans de plus rares cas, ces incitations financières peuvent cibler les fabricants pour les encourager à augmenter la proportion de produits performants dans leur production. C'est le cas aux États-Unis où il existe un crédit d'impôt pour les fabricants, plus ou moins important selon la performance des produits.

Il existe d'autres mesures d'incitations financières :

- Certaines servent à encourager la R&D. L'ADEME a ainsi participé à des programmes de recherche visant à développer les appareils électroménagers de demain.
- D'autres sont parfois évoquées pour réduire le prix des équipements performants mais rarement appliquées, comme le système du bonus/malus (en vigueur en France pour les véhicules), la modulation de la TVA (pour les pays Européens, il faudrait que les autorités communautaires en acceptent le principe), ou le prêt à taux zéro (appliqué en France pour les travaux d'isolation des logements).

2.2 Recours au tiers-financement via une ESCO

Les économies d'électricité dans les grands bâtiments du secteur public (bâtiments administratifs, de santé, d'enseignement, complexes sportifs, etc.) et du secteur privé (centres commerciaux, immeubles de bureaux, hôtels, etc.) peuvent être réalisées en ayant recours à l'intervention d'une ESCO (Energy Service Company). L'ESCO prend en charge l'investissement et la réalisation des travaux, accompagnés d'une garantie de résultats, et se fait rémunérer par le client sur la base des économies d'énergie réalisées. L'opération peut porter uniquement sur certaines installations (le système électrique par exemple) mais plus généralement elle s'inscrit dans une rénovation énergétique globale du bâtiment (ou du groupe de bâtiments) concerné.

Un exemple d'ESCO

Le Contrat de Performance Énergétique de Schneider Electric

Une activité d'ESCO

Depuis 1993, Schneider Electric a développé à l'échelle internationale une activité d'ESCO (« Energy Service Company ») qui consiste à réaliser des opérations de rénovation énergétique de grands bâtiments ou installations tertiaires et industrielles, publics ou privés, selon le principe du « Contrat de Performance Énergétique ». Depuis 1993, plusieurs milliers de projets ont été réalisés dans le monde.

Le Principe du Contrat de Performance Énergétique (CPE)

Le CPE, Contrat passé entre le client (qui désire effectuer la rénovation énergétique de son ou ses bâtiments) et l'ESCO, est constitué de trois composantes :

- a) L'ESCO prend la responsabilité des investissements : études, travaux et services sur les différents éléments de la rénovation (chauffage, ventilation, climatisation ; isolation et ouvrants ; énergies renouvelables ; éclairage ; formation et sensibilisation).

- b) L'ESCO garantit les économies d'énergie prévues dans le contrat (électricité, gaz, fioul; eau chaude et vapeur; eau glacée; eau potable).
- c) Le suivi des performances (gestion et télésuivi) permet la vérification des résultats (remboursement des écarts si objectifs non atteints : dans le modèle de contrat de référence, pénalisation à 100 % de la sous-performance et partage 50/50 de la sur-performance).

Le financement

Bien que dotée d'un capital important, l'ESCO est amenée à emprunter pour couvrir le coût de l'investissement qu'elle prend à sa charge.

Le client paye l'ESCO suivant un calendrier fixé par le contrat. L'opération est financée en tout ou partie par les économies réalisées. En règle générale, Schneider Electric réalise des opérations dont le temps de retour sur investissement est de 2 à 7 ans dans le secteur privé et jusqu'à 20 ans dans le secteur public.

La question du financement est essentielle. Le programme de travaux peut être en effet dimensionné de façon à assurer que les économies réalisées permettent d'assurer la totalité des coûts. Mais cette condition peut aboutir au fait qu'une partie seulement du potentiel d'économies est réalisée. Il peut alors être intéressant pour le client de faire effectuer une rénovation plus importante, en assurant lui-même, ou par d'autres ressources financières (aides publiques par exemple), le financement de la partie non couverte par les économies réalisées. Le temps de retour sur investissement sera alors plus important, mais le client peut y trouver un avantage (par exemple dans le cas, probable, d'une augmentation des prix des énergies, ou par une meilleure valorisation de son patrimoine, ou pour éviter d'avoir à réaliser plus tard les travaux supplémentaires).

Le processus du CPE

Le CPE se déroule en deux phases :

- a) Phase d'analyse : lettre d'accord, puis Pré-étude réalisée par l'ESCO, contrat de coopération, Audit détaillé réalisé par l'ESCO, signature du contrat.
- b) Phase de déploiement : Mise en œuvre, Réception, Garantie de résultats.

Quelques réalisations

- Agence Schneider Electric de Bordeaux : 43 % d'économies d'énergie, retour sur investissement de 3,5 ans.
- Thermal Ceramics : 25 % d'économies d'énergie, retour sur investissement de 2 ans (installation de variateurs de vitesse).
- Carrefour : 18 % d'économie (temps de retour moins de 3 ans) sur la facture d'électricité et de gaz de 20 hyper marchés.

Contact

www.schneider-electric.com

L'Allemagne et l'Autriche sont les pays les plus avancés dans ce domaine. Le programme le plus connu est celui du « Partenariat pour les économies d'énergie » mis en œuvre par l'Agence de l'Énergie du Land de Berlin : en 2005 plus de cinq cents bâtiments en avaient bénéficié et les économies annuelles étaient estimées à environ 10 millions d'euros.

En France, pour permettre aux collectivités et administrations publiques de mobiliser le CPE pour assurer la mise à niveau énergétique de leurs bâtiments et équipements, le Gouvernement devrait introduire dans le code des marchés publics une dérogation à l'interdiction du paiement différé pour les maîtres d'ouvrage publics. Cette interdiction pourrait notamment être levée en consacrant le caractère de marché de service énergétique pour les opérations de réhabilitation énergétique des bâtiments réalisées par des tiers opérateurs dans le cadre de CPE. Le service énergétique, en l'espèce la vente d'économies d'énergies et de réduction des émissions de gaz à effet de serre garanties s'accompagnant d'un règlement périodique du service rendu.

3. Les programmes volontaires

Les programmes volontaires, labels, campagnes d'information, sessions de formation, sont également utilisés pour promouvoir les équipements les plus économes auprès des consommateurs, afin de créer des synergies avec les mesures réglementaires et les incitations financières. Ces instruments, qualifiés de mesures « soft » sont le

plus souvent proposés par les gouvernements aux acteurs du marché qui décident d'y adhérer volontairement. Ils peuvent également être proposés et organisés par les fabricants et les distributeurs, qui ont tout de même besoin de la caution institutionnelle des autorités. De façon croissante, les programmes volontaires sont organisés au niveau des territoires (régions, communes, agglomérations) ou dans des cadres associatifs.

3.1 Labels

Les labels sur les produits

Les labels permettent de repérer les produits les plus économes du marché. Un simple logo permet de s'assurer que le produit répond à un cahier des charges précis, sans besoin de communiquer le détail des informations aux consommateurs.

L'Europe a par exemple développé l'Ecolabel (cahier des charges environnemental) et adopté le label Energy Star en provenance des États-Unis, le Royaume-Uni dispose de son « Energy Saving Recommended » label, tout comme le Danemark avec son label « Elsparfonden » (pour les produits performants et les distributeurs particulièrement engagés).

Ces labels sont efficaces lorsqu'ils sont assez connus des consommateurs pour que les fabricants désirent y participer au point de faire évoluer leur production.

- L'autorité en charge doit être totalement crédible (pratiquer des tests, communiquer sur les résultats) et n'avoir aucun intérêt commercial.
- Le label ne doit pas venir en contradiction avec les outils existants (comme par exemple une étiquette énergie informative qui remplirait bien son rôle).
- Le cahier des charges pour obtenir le label doit être particulièrement exigeant, et le rester même lorsque le marché évolue (en durcissant ses critères, ce qui n'est pas toujours facile lorsqu'un autocollant avec un logo est apposé sur un produit).
- D'importants moyens de communication sont nécessaires pour faire connaître le label des consommateurs. Par exemple, l'Ecolabel européen est très peu demandé pour les produits consommant de l'énergie car le cahier des charges est très exigeant mais peu de consommateurs européens connaissent le label ce qui n'incite pas les fabricants s'engager dans la démarche.

Les labels sur les bâtiments

Lorsque les labels sur les bâtiments prennent en compte l'ensemble des consommations d'énergie dans le bâtiment (y compris par conséquent toutes les consommations d'électricité), ils peuvent avoir une influence notable pour les économies d'électricité, d'autant plus que celle-ci est en général comptabilisée en énergie primaire.

La campagne DISPLAY Étiquette énergie pour les bâtiments

La Campagne DISPLAY

La Campagne européenne DISPLAY est une initiative volontaire conçue par des experts en énergie des villes européennes. En octobre 2001, l'association européenne Energie-Cités suggérait que « *sans attendre la Directive, les municipalités commencent à afficher dès à présent les performances énergétiques de leurs bâtiments qui accueillent du public* ». Un mois plus tard, Energie-Cités présentait la première proposition du projet DISPLAY. Débutée en 2003, la Campagne était initialement destinée à encourager les autorités locales à afficher publiquement les performances énergétiques et environnementales de leurs bâtiments publics, en utilisant le modèle de l'étiquette des appareils électroménagers. Depuis 2008, les entreprises privées sont également encouragées à utiliser DISPLAY pour leurs activités liées au thème de la responsabilité sociale des entreprises (RSE).

La phase pilote de 30 mois a débuté en janvier 2003, tandis que la Campagne DISPLAY publique a été lancée en avril 2004. Depuis 2005, la Campagne est cofinancée par la Commission européenne au titre du programme « Énergie intelligente - Europe ».

Depuis le début de la Campagne en 2004, le nombre de bâtiments inscrits est passé de 1 500 par an à près de 2 500 et a atteint un total de 11 553 à mi décembre 2009. Le nombre de collectivités locales ou régionales et entreprises privées utilisant DISPLAY est d'environ 400. Les bâtiments d'enseignement général continuent à représenter le gros des effectifs. La France, le Royaume-Uni et la Suisse sont les pays les plus actifs (250 membres et 8 000 bâtiments).

Pour les collectivités locales, la Campagne DISPLAY fournit des outils pratiques de communication et d'animation (et de comparaison) : le poster DISPLAY (ou étiquette énergétique pour les bâtiments), un outil de calcul des consommations d'énergie, des campagnes de communication locales visant à changer les comportements.

Comme la plupart des États membres possèdent aujourd'hui un certificat national pour leurs bâtiments publics, DISPLAY apparaît de plus en plus comme un outil de communication complémentaire. En mettant l'accent sur les campagnes de communication locale et en proposant une grande variété d'outils de communication, DISPLAY va au-delà des exigences de la Directive européenne sur la performance énergétique des bâtiments (DPEB).

Le Poster DISPLAY

L'étiquette énergétique, ou « Poster DISPLAY », est semblable dans son principe à celles qui existent pour les appareils électroménagers, avec un classement de A à G, mais avec plus d'informations.

Les consommations d'énergie prises en compte dans DISPLAY **sont toutes les consommations**, pour tous les usages : chauffage, climatisation, eau chaude sanitaire, cuisson, éclairage, ventilation et ensemble des consommations des appareils électriques (électroménager, audiovisuel, informatique, bureautique). Ces consommations, connues en énergie finale au niveau de l'immeuble, sont converties en **énergie primaire** par le logiciel DISPLAY mis à disposition des collectivités locales (en ligne en 23 langues).

La place du bâtiment sur l'échelle énergie de l'étiquette est déterminée à partir de sa consommation primaire totale par m². On déduit de cette consommation les émissions de CO₂ induites. La consommation d'eau est également prise en compte.

Les performances sont affichées chaque année, ce qui permet de vérifier les progrès ou les dérives.

Très important : la prise en compte des consommations totales distingue DISPLAY de la comptabilité des consommations d'énergie des bâtiments selon les réglementations thermiques du bâtiment : celles-ci en effet ne prennent pas en compte les consommations des appareils électriques (électroménager, audiovisuel, informatique, bureautique) mais seulement celles (également en énergie primaire) de cinq usages : chauffage, climatisation, eau chaude, éclairage et ventilation.

Contact :

www.display-campaign.org

3.2 Campagnes d'information

Bien qu'elles ne soient pas faciles à évaluer, les campagnes d'informations sur « comment économiser l'énergie à la maison ou au bureau » existent dans de nombreux pays. Elles participent à l'éducation générale sur les thèmes de l'énergie et de l'environnement et tous les acteurs s'accordent à penser qu'il faut les renouveler régulièrement, afin de créer un contexte positif pour les autres mesures.

Par exemple, les campagnes d'information expliquent les raisons de l'interdiction progressive des ampoules à incandescence, le pourquoi d'une prime à l'achat ou d'un crédit d'impôt, renforcent les activités entreprises dans le cadre des certificats blancs (c'est ce que relève l'Autorité pour l'énergie électrique et le gaz en Italie dans son analyse du dispositif des certificats blancs). Elles soutiennent les acteurs du marché, en apportant une caution institutionnelle ou celle d'ONG reconnues aux fabricants, distributeurs et fournisseurs d'énergie qui sont au contact des consommateurs. Elles encouragent les consommateurs à passer à l'action en apportant plus de transparence sur le marché. Le prix de l'électroménager a par exemple baissé de 20 % au Danemark après que l'Electricity Saving Trust a lancé un site internet permettant de trouver les appareils les plus économes en indiquant leur prix et l'adresse des distributeurs.

3.3 Accords volontaires

Les accords volontaires désignent généralement des accords proposés par l'industrie aux pouvoirs publics, souvent dans le but d'éviter des mesures réglementaires. L'objectif est alors d'augmenter la performance énergétique moyenne d'un groupe de produits et le contenu des accords porte sur la production de produits performants et/ou l'engagement à ne plus produire des produits non performants selon un certain calendrier.

Il peut également s'agir de mesures volontaires au sens où des acteurs du marché s'engagent dans une nouvelle voie stratégique et prennent pour cela des initiatives en faveur des produits économes.

Les pouvoirs publics apprécient ces accords qui sont plus flexibles et plus faciles à négocier que des normes. En Europe, l'expérience des accords volontaires avec le CECED³ est positive. On évalue par exemple qu'ils ont permis une réduction de 20 % de la consommation d'énergie des lave-linge et lave-vaisselle à la fin des années quatre-vingt-dix.

Il faut cependant noter que les niveaux de performance des accords sont généralement moins ambitieux que ceux des normes (comme l'accord volontaire sur les télévisions par exemple), qu'il est plus difficile de mettre en place un système indépendant de vérification et de sanction en cas d'échec, et de couvrir réellement tout le marché – les produits des fabricants n'ayant pas signé l'accord continuant à échapper à tout effort d'amélioration.

Aujourd'hui, de nombreux pays s'intéressent aux distributeurs de produits puisqu'ils choisissent les gammes qu'ils vont vendre et qu'ils sont au contact des consommateurs au moment de l'achat et sont donc idéalement placés pour orienter des choix qui auront des conséquences pendant parfois dix à quinze ans.

Si des accords généraux sont signés avec des grandes enseignes qui acceptent de travailler sur leur organisation logistique ou la facture énergétique de leurs magasins, il est en revanche très rare que des distributeurs fassent évoluer leurs gammes vers plus de performance énergétique, à moins qu'il n'y ait un vrai changement de paradigme dans leur stratégie. On touche là à leur cœur de métier et aucune enseigne ne prendra le risque de voir chuter ses ventes en proposant des produits qui, selon elle (et c'est là toute la question), ne plairaient pas à leur clientèle.

En revanche, lorsqu'une enseigne veut réellement investir le terrain des produits performants, on peut atteindre de bons résultats, tant que les ventes et les profits se maintiennent. Pour aider les distributeurs dans cette voie, il s'agit de bien comprendre leurs besoins (qui ne sont pas identiques selon les filières de distribution et les positionnements sur le volume des ventes ou sur la qualité et la marge faite sur les produits) et de ne pas considérer que leur métier est de porter « la bonne parole » ou un message institutionnel. Les programmes de soutien doivent donc : aider à la vente de produits performants ; prévoir un temps assez large pour l'adaptation des gammes ; apporter des supports de communication impartiale renforçant les messages des distributeurs ; aider à la sélection de gamme ; apporter des outils simples et efficaces de différenciation (étiquette énergie, label).

L'Agence nationale de l'énergie allemande, DENA, a ainsi établi depuis 2002 un programme de coopération avec plus de 8 000 distributeurs indépendants ou de grandes chaînes de distribution. DENA soutient ponctuellement les différents projets des distributeurs grâce à une collaboration pensée en 3 niveaux :

- Niveau de base : les distributeurs peuvent commander gratuitement des éléments de communication visant les vendeurs et/ou les consommateurs.
- Niveau soutenu : les distributeurs s'engagent à avoir des contacts réguliers avec DENA.
- Niveau d'engagement : des contrats spécifiques sont signés entre DENA et chaque enseigne afin de mettre en œuvre de vraies opérations communes de communication.

3.4 Formation pour les vendeurs et installateurs

La plupart des pays où il existe des étiquettes énergie organisent des sessions de formation pour les vendeurs et les installateurs (pour les appareils comme les chaudières dans lesquels le circulateur peut être à remplacer, et qu'il est choisi par l'installateur qui « remplace à l'identique »).

Tous les acteurs s'accordent à penser que ces formations sont absolument nécessaires car un vendeur doit pouvoir expliquer le contenu d'une étiquette énergie ou justifier le choix d'une pièce de remplacement et pouvoir s'en servir pour convaincre et vendre des produits performants. C'est sans aucun doute vrai, mais dans la pratique, les résultats sont très incertains : la rotation du personnel est souvent très rapide dans la profession ; les petits distributeurs n'ont souvent pas le temps de se former (et doivent fermer leur magasin pour le faire) ; les grandes chaînes de distribution ont leurs propres formations qui portent principalement sur les techniques de vente ; la formation ne sert à rien si la gamme en magasin est contradictoire avec le message de la formation ou si le système de commissions pour les vendeurs ne porte pas sur les produits performants. Un vendeur, même parfaitement formé à l'utilisation de l'étiquette énergie, ne s'en servira pas si sa hiérarchie lui demande de vendre des produits mal classés.

Un Fonds spécifique pour les économies d'électricité : EST au Danemark

EST, « *The Danish Electricity Saving Trust* » est une institution indépendante sous la tutelle du ministère du climat et de l'énergie au Danemark, créée en 1997 afin de promouvoir les économies d'électricité dans le secteur résidentiel et le secteur public. A sa création, le premier objectif de EST était d'encourager les conversions du chauffage électrique vers d'autres systèmes de chauffage (réseaux de chaleur, gaz).

³ - CECED : Comité européen des constructeurs d'équipement.

EST gère un Fonds dédié alimenté par un prélèvement sur les factures d'électricité des ménages et du secteur public (*Special Electricity Saving Charge*) de 0,006 DKK (couronne danoise) par kWh, soit 0,08 cEuro/kWh (ce qui représente 4 % du prix du kWh pour les particuliers et 5 % pour le secteur public).

En 2009, EST a lancé le « Plan d'action pour les économies d'électricité » dont le but est d'inverser la tendance à la hausse de la consommation d'électricité : « *the upward electricity consumption must be broken!* ». Le Plan se donne pour objectif une économie annuelle de 150 GWh en effet direct de ses actions, soit environ 1 % de la consommation d'électricité des secteurs concernés.

Les principaux outils du Plan d'action sont :

- Des campagnes d'information permanentes (conseils à l'achat : *Energy Saving Label* et *Purchasing Guidelines*)
- Des initiatives de marché : accords volontaires (fournisseurs d'équipements, fournisseurs d'énergie, associations de consommateurs...); engagements (« *Curve breaker agreements* ») des municipalités, administrations, compagnies commerciales.

Contact

www.savingtrust.dk

4. Autres instruments

4.1 Analyse des marchés

En Europe, peu de pays disposent d'analyses techniques sur les produits et de données de marché assez détaillées et régulièrement mises à jour pour pouvoir réellement comprendre les besoins de l'industrie et l'état de l'art. Ces analyses concernent un grand nombre de produits et coûtent cher mais ne pas en disposer engendre un certain déséquilibre entre les fabricants et les autorités alors que ces dernières ont besoin de suivre les évolutions sur le long terme pour mieux comprendre l'impact de leurs politiques.

4.2 Identification des produits les plus performants

L'identification des produits les plus performants permet aux consommateurs de faire des choix éclairés (s'ils sont bien informés) et aux décideurs de connaître les meilleures technologies afin de planifier leurs futures politiques.

Les produits peuvent être classés avec ou sans l'utilisation d'étiquettes ou labels physiquement apposés sur les différents modèles. Les labels supposent la mise en place d'un système parfois lourd pour fournir les étiquettes, les logos, vérifier les informations, durcir les cahiers des charges, etc. Par exemple, la base de données qui présente les équipements de bureau bénéficiant du label Energy Star est souvent considérée comme partiellement obsolète car une bonne partie des produits n'est en fait plus disponible en magasin.

Des sites internet présentant les produits les plus performants sont des outils plus flexibles (car leurs critères de sélection peuvent évoluer avec le marché) et plus faciles à maintenir à jour. Il existe par exemple un site sur les chaudières performantes au Royaume-Uni (www.sedbuk.com), les sites Topten (www.topten.info) qui présentent les modèles les plus performants dans de nombreuses catégories de produits, ou le site danois qui présente non seulement les produits, mais aussi leur prix et les adresses des distributeurs (www.savingtrust.dk/consumer/products).

WWW.TOPTEN.INFO

Apporter de la transparence au marché, informer les consommateurs, dialoguer avec les fabricants

Topten est un guide d'achat disponible sur internet dont l'objectif est d'aider à la transformation des modes de production et de consommation.

Topten sélectionne les « meilleurs » produits du moment (les plus sobres en énergie et les moins nuisibles pour l'environnement) et en présente les caractéristique en ligne : principales fonctions, taille, prix d'achat, photo, coût à l'usage, etc. Des listes d'appareils électroménagers, de bureautique, d'éclairage ou de transport sont ainsi très régulièrement établies et mises à jour. Topten évolue en même temps que le marché : les conditions pour que des modèles soient sélectionnés sont continuellement adaptées aux meilleurs produits disponibles.

Un premier site Topten a été lancé en Suisse en 2000 ; 10 ans plus tard, Topten est un réseau présent dans 16 pays Européens (les États-Unis et la Chine auront leur site en ligne fin 2010). Cette ouverture internationale

permet d'aller au delà du simple site internet d'information pour les consommateurs – même si les études de marché proches des consommateurs restent la base de ses activités – Topten peut ainsi peser :

- Sur les fabricants et les distributeurs en leur montrant, nombre de visiteurs, mentions dans la presse à l'appui, qu'il existe un intérêt grandissant pour les produits performants ;
- Sur les achats publics, car les acheteurs apprécient les conseils et cahier des charges Topten, mais aussi de savoir, grâce aux sélections en ligne, que leurs appels d'offres ne seront pas infructueux, même s'ils sont exigeants
- Et surtout sur les réglementations : Topten est la seule revue Européenne en temps réel des meilleures technologies. Cette revue apporte plus de transparence et permet aux décideurs de mieux connaître l'état de l'art avant de statuer sur des futurs programmes d'étiquetage, de seuils minimums de performance, ou des programmes de primes à l'achat (basés sur les listes Topten).

Les sélections s'effectuent de manière impartiale (Topten n'a pas de liens avec les fabricants ou les distributeurs, même si les informations mises en ligne sont vérifiées grâce à la collaboration des chefs de produit) et en toute transparence (Topten base ses critères de sélection sur des informations officielles disponibles sur la performance des produits et les différentes méthodologies utilisées sont présentées en ligne).

Le site www.topten.info sert de portail d'accès vers les sites nationaux et présente la revue européenne des produits « Best of Europe », ainsi que des recommandations sur les politiques à mettre en œuvre.

En France, les sélections des meilleurs produits disponibles sur le marché sont accessibles grâce au site www.guide-topten.com ; le projet est soutenu par l'ADEME, le WWF et la CLCV.

4.3 Politiques d'achat des équipements performants

Les achats publics

Traditionnellement, les achats publics se font sur l'offre la moins chère pour ne pas grever le budget public. Les codes des marchés publics ont aujourd'hui évolué et les acheteurs publics sont autorisés à préférer le « mieux disant » là où, il y a quelques années, il fallait préférer le « moins disant ». Sur la base d'un raisonnement sur le « coût global » (prise en compte des coûts de fonctionnement et donc du coût de l'énergie) comme des nuisances environnementales, les appels d'offre peuvent contenir des spécifications sur l'efficacité énergétique des appareils et équipements (« Green Procurement »). Il y a là une marge de manœuvre considérable pour les autorités publiques à tous les niveaux.

Cette question est d'autant plus importante que les Directives et les engagements européens mettent l'accent sur le « rôle exemplaire » des autorités publiques (notamment dans la Directive sur l'efficacité énergétique et les services énergétiques).

Les achats groupés à exigence de performance⁴

Un premier intérêt des achats groupés (organisés sur une base coopérative, ou associative, ou d'entreprise) est d'obtenir des coûts à l'unité très intéressants.

Un deuxième intérêt est que, si la demande d'un équipement est suffisamment importante, elle peut être accompagnée, dans un appel d'offres compétitif, d'une exigence de performance, ce qui « force » les fournisseurs et les fabricants à améliorer leur produit dans le sens d'une plus grande efficacité.

Cette méthode de « *Technology Procurement* » a été particulièrement développée en Suède. Ce pays, qui a plus de vingt-cinq ans d'expérience sur ce type de programme, développe dans le secteur commercial un programme spécifique, BELOK, qui consiste à coordonner des promoteurs immobiliers pour l'acquisition de produits et systèmes efficaces en énergie pour les bâtiments commerciaux (www.belok.se).

Un autre aspect important de cette méthode est que l'accent est mis sur le fait de créer un pont entre l'offre et la demande. Un « intermédiaire » réunit les acheteurs potentiels, leur demande d'exprimer leurs besoins (en général sur les fonctions des appareils), ajoute au passage des exigences énergétiques, qui peuvent requérir un saut technologique ou juste concerner une amélioration de conception, et publie un appel d'offre (assorti d'une commande ferme à la clé, ou d'une prime pour celui qui y arrivera, et parfois assorti de rien du tout parce que le simple fait d'identifier une demande et d'avoir la caution de cet intermédiaire suffit aux fabricants pour participer).

4 - Ou : « Acquisition coopérative de technologies performantes »