



Savoir COMMUNIQUER
sur son
PROJET DE METHANISATION
UNE ETAPE IMPORTANTE

*Guide à l'attention des porteurs de projets et de
leurs accompagnateurs*



Avec le soutien de :

Intelligent Energy  Europe

Rhône-Alpes ^{Région}



Introduction

Ce document a été réalisé par Rhônealpennergie-Environnement, à partir d'un document proposé par le partenaire expérimenté du projet européen Biogas Regions (www.biogasregions.org), LEV, en juin 2009.

L'Autriche est un pays en avance sur la thématique de la méthanisation et son expérience est utile pour le développement des projets en France. Le document fourni par LEV a été construit à partir de « Kommunikationsratgeber für Erfolgreiche Biogasanlagen », juin 2006, émis par l'ALE, publié par le « ARGE kompost & biogas » et financé par le programme autrichien « Klima:Aktiv »

En France, Rhônealpennergie-Environnement, agence régionale de l'énergie et de l'environnement en Rhône-Alpes, a adapté le document au contexte français.

Pour de plus amples informations vous pouvez contacter :



Agence Locale de l'Énergie de Styrie Occidentale
Karl Puchas
Auersbach 130
8330 Feldbach, Autriche
Courriel : office@lea.at



Agence Régionale de l'Énergie de Styrie
Christian Sakulin
Burggasse 9/II
8010 Graz, Autriche
Courriel : office@lev.at

Sommaire

Introduction	2
LES PRINCIPALES REGLES DE COMMUNICATION.....	3
LES ETAPES SIGNIFICATIVES DE COMMUNICATION : CHECK-LIST – APERÇU.....	5
DESCRIPTION DES MESURES RECOMMANDEES.....	6
1) Informer le maire de la commune et le président de la communauté de communes (premier briefing)	6
2) Faire visiter des unités de méthanisation	6
3) Organiser une réunion d'information.....	7
4) Intégrer le voisinage – participation civique / modèles de participation	8
5) Communiquer pendant la procédure d'autorisation.....	8
6) Organiser une journée portes ouvertes.....	9
7) Développer les relations publiques avec les médias	10
8) Publier des données écrites : une brochure / un journal sur le biogaz.....	11
9) Créer un site Internet.....	12
10) Organiser une inauguration de l'unité de méthanisation.....	13
11) Organiser une table ronde sur le biogaz	13
12) Faire du sponsoring	14

LES PRINCIPALES REGLES DE COMMUNICATION

N°1 : ÊTRE PRÊT À RÉPONDRE AUX INTERROGATIONS ET QUESTIONS. VÉRIFIER QUE LE SITE ET L'ACTIVITÉ SUR LES LIEUX SONT COMPATIBLES AVEC L'ARRIVÉE D'UNE UNITÉ DE MÉTHANISATION

Avant d'aller plus loin dans votre projet de construction d'une unité de méthanisation, vous devez analyser minutieusement votre activité et effectuer une simple vérification de l'emplacement où vous projetez de construire l'installation. Lors de la planification de votre projet et de la construction de l'unité de méthanisation, vous serez confronté à une grande variété de questions de la part de différentes personnes (habitants, élus, représentants de l'autorité).

Etes-vous en mesure de fournir des réponses affirmatives et adéquates aux questions suivantes ?

- Aménagement du territoire / de l'emplacement choisi ?
- Possibilité d'agrandissement sur l'emplacement choisi ?
- Les exploitants disposent-ils de suffisamment d'espace pour travailler librement ?
- Les habitants ne seront-ils pas dérangés par les nuisances sonores et olfactives ?
- Accès appropriés pour le transport des substrats et digestats ?
- Possibilité de valorisation du biogaz produit ?
- Valorisation de l'énergie produite ?
- Evaluation des substrats disponibles par le porteur et sélection des co-substrats appropriés ?
- Possibilité de valorisation des digestats et disponibilité d'un plan d'épandage pour les digestats ?
- Opportunités de coopération possibles ?

N°2 : RESPECTER LES REGLES DE BASE DE LA COMMUNICATION

De par son vécu, chaque personne possède une perception subjective différente. Par conséquent, une même question sera souvent formulée pour des raisons très différentes. Aussi, tout porteur de projet doit s'efforcer de comprendre les différents points de vue des habitants / interlocuteurs sans aucun préjugé.

Par exemple, l'émergence d'une nuisance sonore peut être évaluée par le porteur comme à peine audible, alors que le voisinage pourra la considérer comme très gênante.

En se mettant à la place de son interlocuteur, le porteur pourra mieux exposer ses arguments, s'assurer que la conversation démarre du bon pied et se mettre au niveau de connaissance de son interlocuteur.

Principes de communication :

- Les Hommes ne peuvent accepter que ce qu'ils comprennent
- Et ils ne comprennent que ce qu'ils connaissent
- Ils ne peuvent connaître quelque chose que s'ils sont informés ou ont accès à l'information !

Les contacts et relations qu'a l'exploitant d'une unité de méthanisation vont être une source d'information pour la population locale et vont influencer sa perception et son jugement du projet ou de l'installation.

N°3 : PRIORITÉ À LA TRANSPARENCE

En général, un des atouts de la réussite d'un projet est l'utilisation d'arguments objectifs et transparents dès le départ. Il est souvent judicieux d'admettre que certains aspects sont (à l'heure actuelle) incertains ou difficiles à estimer.

Une fois des promesses ou affirmations formulées, les habitants mettront des années à les oublier (même s'il ne s'agit que de promesses orales). L'exploitant sera constamment évalué et jugé en fonction de ses dires.

L'erreur capitale de toute forme de communication est d'énoncer de fausses déclarations ou de répandre des mensonges.

Tout changement, rupture d'une information donnée mettra à rude épreuve les rapports avec le voisinage. Si une « promesse » n'est pas tenue – peu importe qu'elle ait été techniquement possible ou non – l'exploitant perdra cette crédibilité qui est capitale vis-à-vis de la population locale.

Une population qui ne se sent pas en sécurité sera toujours sceptique vis-à-vis d'un projet et surveillera toutes les activités de l'exploitant de très près – tous ses faits et gestes évalués et scrutés avec la plus grande attention.

N°4 : NE PAS HESITER A COMMUNIQUER

Une communication réussie et active est la clé d'une coopération constructive. Si la communication est indispensable, elle ne doit pas être envisagée comme une obligation, mais plutôt comme une opportunité.

- Communiquer, c'est se parler ;
- Communiquer, c'est échanger des informations ;
- Communiquer, c'est s'adresser à son interlocuteur en fonction de son niveau de connaissances ;
- Communiquer, c'est répondre précisément à toutes les questions ;
- Communiquer, c'est trouver des accords et négocier ;
- Communiquer, c'est informer ;
- Communiquer, c'est consulter ;
- Communiquer, c'est coordonner ;
- Communiquer, c'est être ouvert aux opinions divergentes ;
- Communiquer, c'est apporter un savoir et enrichir les personnes ;
- Communiquer, c'est savoir évoluer.

LES ETAPES SIGNIFICATIVES DE COMMUNICATION : CHECK-LIST – APERÇU

La liste ci-dessous donne un aperçu des étapes significatives de communication et du moment auquel elles doivent être entreprises. Ces mesures recommandées sont expliquées en détails dans les chapitres suivants.

N°	Mesure	Remarque	Pendant les études	Pendant les démarches administratives	Au démarrage	En activité
1	Informier le maire de la commune et le président de la communauté de communes (premier briefing)		<input checked="" type="checkbox"/>			
2	Faire visiter des unités de méthanisation		<input checked="" type="checkbox"/>			
3	Organiser une réunion d'information	Annuellement dans l'idéal, une fois en activité	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>
4	Intégrer le voisinage – participation civique / modèles de participation		<input checked="" type="checkbox"/>			
5	Communiquer pendant la procédure d'autorisation			<input checked="" type="checkbox"/>		
6	Organiser une « journée portes ouvertes »	Annuellement dans l'idéal, une fois en activité		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
7	Développer les relations publiques avec les médias			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8	Publier une brochure sur le biogaz	Régulièrement		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9	Créer un site Internet		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10	Organiser une inauguration de l'unité de méthanisation					<input checked="" type="checkbox"/>
11	Organiser une table ronde sur le biogaz	Annuellement dans l'idéal				<input checked="" type="checkbox"/>
12	Faire du sponsoring	Permanent				<input checked="" type="checkbox"/>

DESCRIPTION DES MESURES RECOMMANDEES

Les démarches et mesures énumérées dans la check-list sont brièvement décrites dans les pages suivantes.

1) Informer le maire de la commune et le président de la communauté de communes (premier briefing)

La première information faite au conseil municipal (et / ou au président de la communauté de commune) est une étape importante pour réussir la mise en œuvre du projet.

Le coût (temps passé, réunions...) nécessaire pour apporter des arguments et des informations ultérieures augmentera grandement si vous n'êtes pas capable de présenter avec conviction vos arguments en faveur de l'unité de méthanisation.

Le maire et le conseil municipal sont les premières sources consultées par les citoyens. Il est par conséquent conseillé de les informer au plus tôt de la planification du projet. Grâce à son expérience de la communication avec la population et les autorités, le maire peut apporter non seulement de précieux conseils, mais aussi du soutien.

En demandant au maire son avis personnel sur le projet, vous pourrez rapidement déterminer sa position vis-à-vis de celui-ci, mais également l'amener à s'intéresser et s'impliquer dans le projet. Si le maire sent qu'il est impliqué dès le départ et / ou que son jugement et son expérience personnels sont demandés, il y a alors de fortes probabilités pour que le conseil municipal soutienne le projet – un maire convaincu et engagé tâchera d'user de son expérience et de ses facultés de persuasion pour convaincre ses collègues du conseil municipal ainsi que les autorités de l'importance d'une unité de méthanisation pour la communauté.

L'unité de méthanisation est une opportunité pour le territoire, il y aura donc une mutualisation d'intérêts sur différents aspects : réseau de chaleur, traitement de la matière organique, développement économique, activité locale, lutte contre l'effet de serre, production d'énergie locale.....

Obligation réglementaire :

Le nouvel arrêté méthanisation prévoit une obligation d'information chaque année des collectivités et de la Préfecture sur l'activité et les performances de l'installation.

2) Faire visiter des unités de méthanisation

Lors de la planification et de la recherche d'idées, les exploitants d'unités de méthanisation visitent en général plusieurs unités de méthanisation en activité afin de visualiser clairement le système dans son ensemble. Cet avantage informationnel manque souvent à la population locale, qui n'a pas, la plupart du temps, de vision concrète des unités de méthanisation. Il en découle logiquement une attitude sceptique des habitants à l'égard du projet, souvent nourrie par des préjugés.

Une visite pour la population, les élus des collectivités concernées, les services instructeurs doit donc être organisée le plus tôt possible. Il est également d'une importance capitale d'inclure et d'inviter à cette visite des personnes critiques vis-à-vis du projet. Le choix de l'unité de méthanisation est aussi important pour la réussite de l'excursion.

Les accompagnateurs de projet, l'ADEME ainsi que les experts biogaz régionaux peuvent vous aider à trouver l'unité de méthanisation adéquate.

Exemples de compte-rendu de visites sur :

www.biogazrhonealpes.org/exemples_de_realisations.php

www.biogaz.atee.info

www.trame.org/index.php?page=affiche&type=prestation&id=89

3) Organiser une réunion d'information

Lors de la planification du projet de méthanisation, il est important d'informer la population locale pour plusieurs raisons. Les habitants constituent par exemple les acheteurs potentiels d'un réseau de chaleur généré par l'unité de méthanisation.

Les voisins directs ne doivent pas avoir l'impression qu'une unité de méthanisation se construit dans leur jardin sans en avoir été avertis.

Lors de la diffusion de l'information, le projet établi doit être brièvement présenté, ainsi que les données clés.

Des réunions d'informations doivent être tenues lors des différentes phases du projet. Il est conseillé de tenir la première avant de déposer le permis de construire et peut-être la coupler à une visite guidée. Des réunions peuvent avoir lieu pendant les phases d'étude et de planification, voir de construction, mais aussi à intervalles réguliers après le démarrage de l'activité (annuellement dans l'idéal).

Une vue d'ensemble de l'état actuel et futur de l'offre énergétique (au niveau régional, national et mondial) doit être donnée lors d'une réunion. Le sujet du biogaz doit être introduit progressivement dans la présentation, en commençant par évoquer le contexte énergétique actuel et la nécessité d'énergies vertes. Evitez d'aborder les questions techniques lors d'événements publics, fournissez seulement les données clés les plus importantes (dans la mesure de ce qui est déjà défini). Des projets en activité modèles doivent être présentés. A cette fin, contactez un exploitant d'unité de méthanisation expérimenté et / ou un expert neutre qui saura présenter objectivement le biogaz. Si vous êtes familier avec le savoir-faire (car vous avez suivi une formation pour être exploitant de biogaz par exemple), vous pouvez faire cette présentation vous-même. L'information doit insister sur l'impact positif d'une unité de méthanisation sur la communauté, mais également aborder les désagréments possibles pour le voisinage (circulation, odeurs, bruit) et les mesures qui peuvent être mises en œuvre pour les éviter.

Par ailleurs, il peut être intéressant de présenter les instances impliquées dans le suivi du projet pour montrer que l'opérateur n'est pas seul, qu'il sait s'entourer de partenaires techniques, commerciaux et qu'il est aussi accompagné par des acteurs institutionnels comme l'ADEME, le Région....

Communiquer activement et clairement vous permettra d'influencer indirectement et positivement de nombreuses discussions. En effet, une attitude négative de la part des personnes extérieures résultera en général d'un manque d'information et de l'ignorance qui en découle.

Il pourra être proposé la création d'un « comité de suivi ».

Rappel :

La réglementation sur les ICPE prévoit une phase d'enquête publique pour permettre à la population et aux associations de prendre connaissance du projet et de se positionner. Il peut être intéressant, préalablement au dépôt de demande d'autorisation du projet, qu'une réunion publique puisse être tenue.

A noter : Il peut être intéressant de prévoir des fiches synthétiques sur le biogaz ou sur des unités de méthanisation en activité à distribuer aux différents participants.

Vous pouvez trouver des exemples de fiches sur le site :

www.biogazrhonealpes.org/exemples_de_realisations.php

4) Intégrer le voisinage – participation civique / modèles de participation

Le but est d'obtenir et de garder l'adhésion la plus complète possible au projet de méthanisation. En offrant aux habitants intéressés par le projet la possibilité de participer dans un comité de suivi, vous augmenterez automatiquement le nombre de vos partisans, augmentant ainsi l'adhésion globale de la population. Le comité de suivi pourra être présent aux différents événements ponctuant la communication : réunion d'information, communication écrite, visites....bilans annuels..

4

En cas de relations de voisinage difficiles, il est recommandé de faire appel à un médiateur pour assurer l'objectivité de la discussion et empêcher les attaques personnelles. Ceci protège les deux parties des attaques.

Pour une participation dans la société de projet, le nombre d'actionnaires engagés ne doit cependant pas être trop important afin de ne pas compliquer outre mesure le processus décisionnel.

5) Communiquer pendant la procédure d'autorisation

L'enquête publique prévue pour les projets soumis à autorisation est une opportunité pour communiquer. Mais, si possible, l'approbation de la population locale doit également être obtenue avant la procédure d'autorisation elle-même.

Le manque d'information peut entraîner de la méfiance et un sentiment négatif général. Une fois que ce sentiment négatif est né, il est difficile de le changer. L'objectif est donc de créer un sentiment positif chez les personnes impliquées.

En fonction de la nature du projet (déclaration ou autorisation), différents droits des habitants (enquête publique...)et de l'exploitant émergeront. Dans le cas d'une population très critique, la capacité de l'exploitant à communiquer avant la procédure d'autorisation peut avoir un effet important sur la procédure elle-même.

5

Pour obtenir l'adhésion, le porteur doit prendre les mesures initiales suivantes :

- Informer oralement la population en se basant sur les plans d'urbanisme. Cette information peut également être délivrée lors de la première réunion d'information (voir « Organiser une réunion d'information »).
- Ou lors de visites en personne dans le voisinage pour relayer les informations importantes (voir « Organiser une réunion d'information »).
- Ou pendant un comité de suivi.

Obligation réglementaire :

La réglementation sur les ICPE (Installation Classée au titre de la Protection de l'Environnement), dans le cas d'une demande d'autorisation, prévoit une phase d'enquête publique pour permettre à la population et aux associations de prendre connaissance du projet et de se positionner.

6) Organiser une journée portes ouvertes

L'intérêt du voisinage pour le nouveau chantier naît au cours de la construction de l'unité de méthanisation. Le but d'une journée portes ouvertes est de **satisfaire la curiosité** et les besoins informationnels de la population locale. Cette journée donne aux habitants un premier aperçu de l'unité de méthanisation et véhicule dans le même temps une image positive.

Attention : pensez à sécuriser le chantier et à vous préparer à une éventuelle inspection de chantier !

A sa mise en activité, l'unité de méthanisation doit être présentée publiquement. Une inauguration a généralement lieu et peut être considérée comme une première journée portes ouvertes. Il est toutefois important d'organiser régulièrement des journées portes ouvertes, annuellement dans l'idéal. Cette journée permet de donner une image positive de l'unité de méthanisation aux derniers sceptiques. En tant qu'exploitant d'une unité de méthanisation, vous n'avez rien à cacher ! Une unité de méthanisation est une précieuse contribution à l'environnement, mais aussi au territoire concerné. Elle peut donc être présentée à la population en toute sérénité. Il faut cependant veiller à ne pas organiser votre journée de présentation trop tôt. En effet, certains paramétrages demandent du temps et des effets indésirables peuvent apparaître au démarrage (mousse, ...).

L'organisation à l'échelle régionale, voire nationale, d'une journée portes ouvertes ayant pour thème le développement durable ou le biogaz en particulier peut être l'occasion de programmer une journée portes ouvertes dans votre unité de méthanisation. La possibilité d'une campagne publicitaire coordonnée au niveau régional se présentera alors, permettant de diminuer au maximum le coût « marketing » de l'évènement lui-même.

De tels évènements n'ont encore jamais été initiés à l'échelle régionale, mais les exploitants d'unités de méthanisation sont incités à instaurer ou à participer activement à de telles campagnes communes.

A noter : Tous les ans, au début du printemps a lieu la semaine du développement durable. Cet évènement peut fournir un cadre à une journée portes ouvertes de l'unité de méthanisation.

A l'échelle départementale, les chambres d'agriculture, les Espaces Info-Energie (EIE) peuvent vous aider à communiquer et à organiser des visites de votre unité de méthanisation dans le cadre de leurs actions.

7) Développer les relations publiques avec les médias

Les relations publiques représentent une valeur ajoutée significative pour la diffusion directe de l'information.

D'une manière générale, l'être humain aime la routine. Particulièrement à une époque où les gens sont submergés par une quantité croissante d'informations en cascade qu'ils sont contraints d'absorber très rapidement. Les nouveautés, non familières, sont souvent rapidement perçues d'une façon négative. Il devient de plus en plus difficile de changer une opinion une fois celle-ci forgée. Les opportunités de mettre en perspective votre activité se présenteront d'elles-mêmes au cours de la réalisation et de l'exploitation de l'unité de méthanisation.

En gardant comme devise « **fais le bien et parles-en** », vous devrez informer en permanence votre entourage social.

La conversation avec la presse est un aspect important du travail avec les médias. Elle donne l'opportunité de délivrer rapidement et facilement des informations à une audience plus ou moins large selon les médias (journaux, radios, télévisions).

Lors de la préparation de la conversation, vous devez envisager et réfléchir aux points suivants :

- Quel message voulez-vous transmettre ?
- Quelle est la cible ?
- Dossier de presse – quelles données doivent être préparées ?
- Choisissez le bon moment pour l'interview
- Invitation des représentants des médias
- Contactez les bonnes personnes dans les médias
- Photos (préparation possible ou nécessaire)
- Préparation d'un petit buffet (pas forcément nécessaire)

Les représentants des médias présents diffuseront généralement gratuitement l'information sous la forme d'une contribution rédactionnelle. Si vous souhaitez toutefois diffuser dans les médias des textes que vous formulez vous-même (slogans publicitaires, etc.), il est conseillé de payer un espace publicitaire ou d'écrire son propre article de journal.

Dans le cas d'un article pour la presse écrite, vous devrez appliquer les règles suivantes :

- L'information la plus importante vient toujours en premier ;
- La formulation doit être claire et simple / Le texte est-il formulé de façon à être compris par un « profane en méthanisation » ?
- **L'utilité pour le lecteur doit être le principal critère.**

A la différence d'une conférence de presse, à laquelle participent en général un grand nombre de représentants des médias, la conversation offre un cadre plus informel et un nombre restreint de journalistes est convié. Son organisation se fera plutôt en fonction de l'agenda des journalistes participants.

8) Publier des données écrites : une brochure / un journal sur le biogaz

Toutes les personnes concernées par le projet ne pouvant pas forcément assister aux réunions d'information, vous devrez aussi fournir l'information nécessaire sous forme écrite (brochure ou article dans le journal de la collectivité) pour la diffusion à l'intégralité de la population du territoire.

Gardez à l'esprit qu'une information mauvaise ou erronée entraîne la méfiance et la rancœur.

L'installation fonctionnant, les grandes lignes des performances de l'unité de méthanisation doivent régulièrement être exposées dans un prospectus ou une publicité dans le journal local de la communauté (au moins une fois par an).

Les informations suivantes peuvent être mentionnées : réduction des émissions de CO₂, électricité produite pour XX foyers, etc.

C'est d'ailleurs une obligation réglementaire des installations soumises à autorisation.

Si votre budget (temps et finances) vous le permet, l'édition régulière (parution semestrielle par exemple) de votre propre bulletin ou lettre d'information sur le biogaz constitue l'opportunité idéale de transmettre des informations supplémentaires et de véhiculer une image positive de l'unité de méthanisation.

8

Un bulletin ou une lettre d'information, de la même façon qu'une « journée portes ouvertes » ou une table ronde sur le biogaz, informe la population locale des activités à venir et fournit des informations générales sur le biogaz. La communauté est ainsi tenue au courant et l'exploitant de l'unité de méthanisation peut transmettre certaines de ses connaissances à la population. Il en résulte une adhésion plus grande à l'unité de méthanisation et une « mise à jour » régulière des connaissances des lecteurs. En outre, un bulletin d'information sur le biogaz (ou similaire) fait en quelque sorte la publicité de l'unité de méthanisation, aidant à générer et propager une image positive de l'unité de méthanisation.

Dans ce cas vous pourrez vous appuyer sur l'EIE ou l'OPA de votre secteur pour recevoir de la matière pour la lettre et la mettre en forme.

La période à laquelle se déroule ce mailing a son importance. C'est la règle de « la bonne action au bon moment ». Le moment optimal varie selon les cas, la décision incombant aux dirigeants du projet. Il est souvent conseillé de demander l'avis d'une personne expérimentée non impliquée dans le projet.

Obligation réglementaire : pour les installations autorisées

Le nouvel arrêté méthanisation prévoit une obligation d'information (sur les performances de l'installation...) annuelle des collectivités et de la Préfecture sur l'activité et les performances de l'installation. Le journal peut en être un support intéressant.

9) Créer un site Internet

Internet est aujourd'hui devenu une importante source d'information pour de nombreuses personnes. La construction et l'exploitation d'une unité de méthanisation moderne et de taille conséquente doit inclure un site Internet comme moyen de communication pour présenter son activité (chose déjà très répandue dans les entreprises et sociétés). Les points forts et bienfaits de l'unité de méthanisation peuvent être présentés et expliqués sur le site. Cette mesure toute simple peut s'avérer très efficace pour, d'une part se débarrasser des opinions préconçues de certaines personnes critiques et certains membres de la collectivité, opinions souvent issues d'un bouche-à-oreille négatif, et d'autre part pour remplacer ces préjugés par des informations honnêtes et objectives, même dans la période précédant le projet lui-même.

En outre, un site Internet véhicule au sein de la population l'image d'un exploitant moderne, d'un leader d'opinion innovant. Des mesures aussi simples que la mise en place d'un forum de discussion ou d'une galerie de photos (de la cérémonie d'ouverture par exemple) inciteront les habitants à aller voir le site et à se tenir informés des derniers aménagements de l'unité de méthanisation.

Un lien vers le site de l'unité de méthanisation dans le site de la collectivité permet aussi à des personnes extérieures d'être informées de l'existence de l'unité, ce qui améliore l'image dans le territoire, du fait de sa production de chaleur et d'électricité vertes. La présence sur le web peut fournir de nombreux avantages à l'exploitant, si le fond, mais aussi la forme du site renvoient une image positive de l'unité de méthanisation. La création au plus tôt d'un site Internet offre également la possibilité de réagir de façon opportune aux inquiétudes en apportant des informations bien préparées. Le site doit toujours faire mention des partenaires techniques et financiers (logos).

Obligation réglementaire : pour les installations autorisées

Le nouvel arrêté méthanisation prévoit une obligation d'information annuelle des collectivités et de la Préfecture sur l'activité et les performances de l'installation. Le site peut en être un support intéressant.

A noter : des exemples de sites internet ou de reportages vidéos

www.abbaye-tamie.com/la_communaute/economie/la-fromagerie/methanisation-07-07.pps/view

www.umweltzentrum.at/index.php?id=543&L=2 (à souligner la possibilité de voir le site de l'unité en direct par le biais d'une webcam)

www.dailymotion.com/video/x89qhe_unite-de-methanisation-de-biodechet_lifestyle

www.youtube.com/watch?v=os5MAoTwU1o

www.youtube.com/watch?v=bUBAndojs50&feature=related

Question coût : Compter un minimum de 3 000 € à 5 000 € pour une prestation externe de création de site internet.

10) Organiser une inauguration de l'unité de méthanisation

Une cérémonie d'inauguration du chantier pour la pose de la 1^{ère} pierre offre une occasion intéressante de commencer à faire de la publicité au moment de la construction de l'unité de méthanisation. Le coût d'une inauguration de chantier est moins élevé que celui d'une cérémonie d'ouverture, et constitue un bon complément au travail de relations publiques qui précède la cérémonie d'ouverture.

Une fois l'unité de méthanisation érigée et que la bactériologie est bonne, il ne faut pas oublier d'organiser une inauguration en bonne et due forme. L'inauguration est un événement important pour la présentation de l'unité à la population locale et aux autres personnes intéressées par le projet. Elle peut être l'occasion de dissiper les réserves et scepticismes. Durant l'inauguration, l'unité se montre sous son meilleur jour. Les voisins ont alors la possibilité de voir l'unité de près. Une unité de méthanisation a souvent le statut de « mythe » - tout le monde en parle mais personne ne sait rien – ce qui entraîne la propagation de rumeurs non désirées. La venue d'invités de marque (les élus régionaux la plupart du temps) ou d'autres personnes actives et utiles au sein de la communauté (banquiers, chefs d'entreprises, entrepreneurs impliqués dans la construction, etc.) vous permet de montrer l'étendue de l'adhésion à l'unité de méthanisation parmi les acteurs clés importants.

La présence (assortie généralement d'un discours) d'élus locaux et régionaux exprime le souhait explicite qu'ont les politiques d'ériger des unités de méthanisation, et transmet le message de l'importance et de l'intérêt particuliers de telles installations. La cérémonie d'ouverture est considérée comme le point de départ d'événements réguliers, tels que les journées portes ouvertes (voir «6) Organiser une journée portes ouvertes»).

10

11) Organiser une table ronde sur le biogaz

En complément de la journée portes ouvertes, il est possible d'organiser régulièrement des tables rondes sur le sujet du biogaz. Chaque nouvel aménagement intéressant concernant l'unité de méthanisation peut être l'occasion d'organiser une table ronde. Par ailleurs, l'organisation régulière (annuelle) de tables rondes ouvertes à la population locale est l'occasion, pour le voisinage comme pour les exploitants, de discuter de l'unité de méthanisation ou du biogaz en général dans une atmosphère agréable, au « café du coin » ou à la mairie.

Il est également recommandé d'organiser une table ronde dès qu'un problème survient, en même temps qu'un comité de suivi. On ne peut exclure la possibilité qu'un problème survienne un jour (par exemple, nuisances olfactives dues à un problème de fermentation, etc.), et vous ne devez pas tenter de dissimuler le problème ou d'agir comme si de rien n'était.

Les habitants doivent savoir qu'ils peuvent discuter avec les exploitants ou avec les représentants du comité de suivi, de leurs problèmes et inquiétudes concernant l'unité de méthanisation à tout moment. Un dialogue ouvert entre l'exploitant et la communauté est capital pour tuer dans l'œuf le moindre problème.

L'exploitant doit parler ouvertement de la situation de l'unité de méthanisation et aussi exposer les grandes lignes de sa vision d'avenir.

La participation à une table ronde générale sur l'énergie, organisée par exemple par la municipalité, est également une bonne chose. Une discussion sur l'énergie peut servir à présenter le biogaz comme alternative dans le cadre d'une politique locale de développement durable.

Indépendamment de ces tables rondes sur le biogaz, il est important de rester en contact avec les habitants, les clients (qui achètent la chaleur), les fournisseurs, etc.

11

12) Faire du sponsoring

Le sponsoring régulier, sans forcément être important (selon votre budget), apporte un bonus de confiance auprès de la population, confiance que vous êtes en droit d'attendre en retour. Les clubs / associations locaux sont des cibles parfaites. Le mécénat « en nature » de différents événements vous assurera un certain nombre de partisans parmi les habitants. Les membres des bureaux des associations / clubs sont par ailleurs généralement des leaders d'opinion importants au sein de la communauté, et font bien souvent partie du conseil municipal. C'est une façon indirecte de gagner d'une part des alliés au sein de la communauté, et d'autre part des représentants véhiculant une image positive de l'unité de méthanisation.

12

En dehors des activités de sponsoring, il est important de toujours rester en contact avec les habitants, les clients (qui achètent la chaleur par exemple), les fournisseurs, etc. Le sponsoring fonctionne sur la base du donnant-donnant, ce qui est généralement stipulé dans le contrat de sponsoring. Le sponsor apporte un soutien financier, un mécénat « en nature » ou des services, et il obtient en retour, par exemple, que son logo apparaisse sur un mailing fait par la communauté, ou que son nom figure sur l'objet qu'il sponsorise (par exemple, Trophée de Tennis Huber Biogaz). Cette image joue un rôle central dans la mesure où elle forge et renforce le degré de connaissance de l'unité de méthanisation.

A noter : L'utilisation d'un logo et d'un nom est un moyen efficace de communication en donnant une entité au projet. Il est donc intéressant de créer un logo spécifique à l'unité de méthanisation et de le faire apparaître sur le site internet, dans les communiqués, dans les brochures, lors d'évènements.

➤ Contacts en Rhône-Alpes :

- IERA (Info Energie Rhône-Alpes – Espaces Info Energie) : www.iera.fr

- Coop de France Rhône Alpes Auvergne
Pôle Biomasse et Energies Rhône-Alpes

Agrapole - 23, rue Jean Baldassini - 69364 LYON 07

Tél : 04 72 69 92 04 – Internet : www.cdf-raa.coop / <http://polebiomasseenergie.fr>

- SMTA-CEEI (Centre Européen d'Entreprise et d'Innovation)

Technopole Alimentec - Rue Henri de Boissieu - 01 060 Bourg-en-Bresse Cedex 9

Tél : +33 (0)4 74 45 52 16 – Internet : www.ceei.alimentec.com

➤ Document réalisé par :



Rhonalpénergie-Environnement

10 rue des Archers – 69002 Lyon

Tél. +33 (0)4 78 37 29 14

Internet : www.raee.org – www.biogazrhonealpes.org

Courriel : raee@raee.org

Version de janvier 2010

La responsabilité du contenu de cette publication n'engage que ses auteurs et ne reflète pas nécessairement l'opinion des Communautés européennes. La Commission Européenne décline toute responsabilité quant à l'utilisation des informations contenues dans ce document.

Avec le soutien de :

Intelligent Energy  Europe

Rhône-Alpes Région

