

#### 4. Approche sociétale

##### L'opportunité d'échange d'objectifs communs

La mise aux nouvelles normes du parc d'installations Novergie a été l'opportunité d'un échange constructif avec nos clients. Les négociations ont pu aboutir grâce à la sensibilisation et à l'implication réelle de l'ensemble des parties prenantes : clients, professionnels, autorités préfectorales et MEDD. La mise aux nouvelles normes a été l'opportunité pour certaines installations de mener des campagnes de sensibilisation publiques, comme pour Astria et Econotre par exemple.

##### Une prise de conscience collective

La mise aux nouvelles normes du parc d'incinérateurs français – et les réquisitions préfectorales associées – a généré une prise de conscience de l'importance des installations de traitement des déchets comme source d'énergie et surtout de chaleur.

Certaines fermetures d'installations dans le cadre de la mise aux nouvelles normes ont nécessité la mise en place d'installations de substitution pour continuer à assurer la prestation de chauffage pour les riverains, comme pour l'usine de Cenon (33) par exemple. Une chaudière de 12,3 MW a été mise à disposition pendant trois mois et demi afin de contribuer au chauffage d'une zone d'urbanisation prioritaire de 12 000 équivalents logements.

##### Un outil de dialogue avec la société

La mise aux nouvelles normes fin 2005 a été l'occasion de lancer une vaste action d'information et de sensibilisation de l'opinion publique sur une activité environnementale méconnue : la valorisation des ordures ménagères par incinération. Novergie a publié un dossier de presse spécifique et participé à plusieurs reportages et débats télévisés sur l'utilité de l'incinération en tant que filière de valorisation. Ces débats ont permis un échange d'idées avec plusieurs associations.



### Exemple de bonne pratique

#### Campagne de sensibilisation ASTRIA : MEGA-NORME =NANO-RISQUE

Astria a saisi l'opportunité de la mise aux nouvelles normes pour lancer une campagne d'information et de sensibilisation au sein de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) afin d'expliquer les enjeux de l'application de la directive européenne. « Méga-norme, nano-risque » ; tel était le fil rouge de cette campagne largement relayée par un journal dédié diffusé dans les boîtes aux lettres des habitants de la CUB, une campagne d'affichage et une journée porte ouverte spécifique.

En novembre 2005, 1241 personnes venues de 69 communes ont ainsi pu se rendre compte des investissements réalisés dans le cadre de ce vaste chantier et échanger avec les salariés. L'unité de tri et de valorisation des déchets accueille par ailleurs en moyenne 5000 à 6000 visiteurs par an, ce qui explique la forte notoriété de cette installation exemplaire.

