

Risparmio ed Efficienza Energetica in Ufficio

Come organizzare una campagna di sensibilizzazione

Guida operativa per Decision maker e Dirigenti della PA



Portati il risparmio a casa

Questa guida operativa nasce dall'esigenza di fornire una "cassetta degli attrezzi" per facilitare l'organizzazione di una campagna di sensibilizzazione, su risparmio ed efficienza energetica, indirizzata agli impiegati della pubblica amministrazione.

Al suo interno troverete indicazioni su come e quando programmare la campagna, chi è necessario coinvolgere, quali eventi organizzare, come fare la promozione e come valutare i risultati, ma anche materiali da utilizzare durante gli eventi, come slide, brochure e poster.

L'idea è quella di partire dai luoghi di lavoro per promuovere uno stile di vita più sostenibile, attento ai consumi e alla riduzione degli sprechi di energia.

Facendo conoscere come si consuma l'energia negli uffici e presentando le strategie che ogni singolo individuo può mettere in atto per ridurre gli sprechi, vogliamo formare consumatori consapevoli e informati sulle reali problematiche ambientali e energetiche, e stimolare quel senso di appartenenza all'azienda, alla nazione e al mondo, che deve guidare l'agire quotidiano, con ricadute positive sulla qualità della vita e sul comfort abitativo, sia nell'immediato sia nel futuro.

Questi nuovi opinion leader saranno capaci di trasferire le informazioni ad amici e familiari, attivando un effetto moltiplicatore che consentirà di raggiungere un sempre più vasto segmento della popolazione.

Gli uffici della P.A., in quanto presenti su tutto il territorio nazionale e in stretto contatto con la cittadinanza, possono farsi promotori del cambiamento, diventando così un esempio da seguire, visto anche il ruolo di esemplarità che gli è stato affidato dal governo in materia di efficienza negli usi finali di energia, che li obbliga ad adottare comportamenti virtuosi nella gestione ed uso delle risorse.

In Italia si contano oltre 13.000 gli edifici della PA, che consumano ogni anno 4,3 TWh di energia per una spesa complessiva di 644 milioni di euro.

Secondo le stime ENEA è possibile ridurre del 40% questi consumi, sommando agli interventi sull'involucro edilizio e sugli impianti un cambiamento nei comportamenti.

Come organizzare una campagna di sensibilizzazione in 5 step

Il successo di una campagna di sensibilizzazione inizia da una buona progettazione delle azioni da compiere.

Per facilitare il lavoro proponiamo uno schema a 5 step, ognuno dei quali è importante per garantire il successo e la capitalizzazione dell'iniziativa.



1

• Formare il gruppo di lavoro

Per organizzare una campagna di sensibilizzazione hai bisogno di collaboratori.

Se puoi, scegli persone che abbiano le giuste competenze e soprattutto che abbiano la giusta autorevolezza e che siano stimati dai colleghi.

Il gruppo di lavoro ha bisogno di un responsabile che dovrà coordinare le attività. Se non sarai tu, assegna l'incarico. Sarà lui che dovrà costituire il gruppo di lavoro e assegnare ad ogni componente un compito.

Check list:

Formo il gruppo di lavoro

- ✓ Responsabile
- ✓ Segreteria
- ✓ Tecnici della PA
- ✓ Mass media locali
- ✓ Aziende locali
- ✓ Esperti
- ✓ Amministratori
- ✓ Rappresentanti dei lavoratori

Segreteria

Una o più persone che dovranno preparare le mailing list e fare gli inviti, prenotare la sala, stampare il materiale, aggiornare sito web e pagine dei social network, tenere i rapporti con i mass media locali, organizzare eventuali coffee break.

Tecnici della PA

Uno o più persone, dipendenti della PA, che dovranno raccogliere e fornire i dati sulla tipologia, numero e metri quadrati degli edifici gestiti dalla PA, consumi energetici degli edifici e costi per illuminazione e riscaldamento, numero e tipologia di interventi di efficientamento fatti e/o programmati, confronto tra consumi locali con quelli nazionali. I tecnici potranno presentare i dati in occasione degli eventi.

Mass media locali

L'iniziativa ha bisogno della giusta visibilità sul territorio. Consigliamo di coinvolgere nel gruppo di lavoro uno o più rappresentanti di giornali, radio o televisioni locali per garantire un'adeguata pubblicità all'iniziativa e agli eventi programmati, attraverso la pubblicazione di news, articoli e interviste.

Aziende locali

L'efficienza energetica può essere un volano per lo sviluppo economico locale e per l'aumento dell'occupazione. E' quindi importante coinvolgere rappresentanti delle aziende locali, che devono essere invitati a presentare le loro attività e i loro prodotti e ad attivare promozioni sulla vendita di materiale e interventi per l'efficientamento energetico. In cambio possono contribuire a finanziare l'iniziativa, sostenendo la spesa per la stampa del materiale pubblicitario e quella per eventuale coffee break.

Esperti

Nel kit troverete le slide e i manuali necessari a tenere gli interventi. E' comunque consigliabile garantire la presenza di personale esperto, in grado di parlare con competenza di normativa, incentivi, interventi, tecnologie e prodotti. Questo personale può essere reclutato sia all'interno della P.A., come l'energy manager o il personale dell'ufficio tecnico o docenti, sia all'esterno tra i liberi professionisti.

Amministratori

Nel gruppo di lavoro non devono mancare uno o due rappresentanti del governo locale. Serve a trasmettere ai destinatari la posizione e la volontà della P.A. e l'importanza delle iniziative per il territorio. Consigliamo di invitarli a fare l'intervento di benvenuto e di apertura dei lavori e possono essere coloro che presentano i dati sui consumi locali, sugli sprechi individuati e gli interventi di efficientamento realizzati e programmati.

Rappresentanti dei lavoratori

Per avere la massima partecipazione alla campagna è necessario coinvolgere alcuni rappresentanti dei lavoratori. Questi devono essere reclutati tra coloro che hanno una riconosciuta autorevolezza tra i dipendenti.

2

• Individuare il target e scegliere la tipologia di evento

Il target: A chi mi rivolgo?

Per organizzare una campagna di sensibilizzazione è necessario partire dalla scelta del target di riferimento.

Nell'ambito della pubblica amministrazione possiamo distinguere almeno tre diversi target: impiegati degli uffici amministrativi, docenti e impiegati ATA delle scuole, personale ospedaliero medico, paramedico e amministrativo.

Check list: Organizzo l'evento

- ✓ Scelgo il target
- ✓ Scelgo la tipologia di evento
- ✓ Fisso la data
- ✓ Scelgo la location
- ✓ Organizzo il coffee break
- ✓ Faccio gli inviti
- ✓ Faccio pubblicità

L'evento: Cosa organizzo?

Proponiamo di organizzare due tipologie di eventi, strutturati come corsi take away. Questi corsi, dalla formula innovativa, *forniranno suggerimenti e strumenti di facile utilizzo per agire autonomamente sul consumo energetico quotidiano. A partire dall'ufficio sarà possibile trasferire le competenze acquisite in casa, diventando così consumatori consapevoli e degli opinion leader in grado di consigliare cosa scegliere, cosa acquistare e quali interventi fare per avere delle case efficienti e sostenibili.*

E' possibile organizzare:

- Un unico seminario della durata di tre-quattro ore o
- Un ciclo di 4 seminari della durata di due ore ciascuno

Il primo offre la possibilità di fare una panoramica generale della problematica ambientale ed energetica e di presentare come a livello globale e locale i governi stanno intervenendo. Inoltre, partendo dalla presentazione della realtà locale viene presentato il ruolo che il risparmio e l'efficienza energetica possono giocare e le azioni che il singolo cittadino può mettere in campo, motivato da ragioni etiche ed economiche e supportato dalla normativa e dagli incentivi messi a disposizione. Si conclude evidenziando le ricadute positive che l'impegno di ognuno ha sulla propria qualità di vita, a casa e in ufficio, e i vantaggi economici derivanti dalle diverse azioni messe in campo.

Il ciclo di seminari, invece, aggiunge a quanto detto alcuni momenti di approfondimento di particolari tematiche, come "leggere la bolletta", "la riqualificazione energetica degli edifici", la normativa sulla "manutenzione degli impianti termici", l'attestato di prestazione energetica degli edifici" e "l'etichetta energetica degli elettrodomestici", "le nuove tecnologie per la climatizzazione estiva e invernale degli edifici", "gli incentivi". Questi incontri possono essere l'occasione per dare voce alle aziende locali, che possono presentare i loro prodotti e le loro promozioni.

Per ottenere dei cambiamenti nei comportamenti è necessario che questi vengano interiorizzati e soprattutto condivisi, trasformati cioè in una norma o regola da seguire, che viene già applicata da qualcuno ritenuto "autorevole". E' quindi importante prevedere, alla fine degli incontri, insieme al "question time", un tempo da dedicare alla condivisione di esperienze personali, ("io ho fatto/faccio così...").

• Organizzare l'evento

Come scelgo la location

Una location adeguata aiuta ad assicurare la riuscita dell'iniziativa. La scelta sarà funzione innanzitutto del numero dei partecipanti ma anche della tipologia di evento organizzato e del target a cui ci rivolgiamo.

Naturalmente la prima scelta deve ricadere sull'utilizzo di sale a costo zero, destinando eventuali risorse economiche disponibili per offrire un coffee break di benvenuto, per meglio disporre emotivamente e socialmente gli invitati, o per dare una pausa e ritrovare l'attenzione tra un intervento e l'altro.

E' in questa fase che può essere richiesta la partecipazione economica delle aziende locali, che in cambio possono avere visibilità sui diversi canali di comunicazione utilizzati, citandoli tra i promotori e finanziatori dell'iniziativa.

Quando organizzo l'evento?

L'evento può essere organizzato come semplice momento formativo/informativo che la PA mette in campo per il ruolo strategico ed esemplare che ricopre in quanto amministratore del territorio. Oppure, può essere inserito nell'ambito di iniziative programmate a livello locale, nazionale o internazionale, come ad esempio "i corsi di aggiornamento sulla sicurezza", adesione a campagne nazionali.

La campagna pubblicitaria

Il kit contiene tutto il materiale necessario a dare visibilità all'evento, come brochure, locandine e poster, che vengono forniti in versione personalizzabile e stampabile. Forniamo anche una breve descrizione dell'iniziativa, il testo per fare gli inviti e il banner da inserire nei siti web.

E' importante, però, utilizzare anche gli altri canali di comunicazione, come la mail per inoltrare gli inviti a partecipare, i siti web, i giornali locali, e social network, con cui è possibile raggiungere grandi numeri di persone e stimolare l'attenzione sull'argomento.

Check list:

La campagna pubblicitaria

- ✓ Stampa brochure e poster
- ✓ Aggiorno il sito web
- ✓ Aggiorno pagine social network
- ✓ Rilascio interviste a radio e giornali locali
- ✓ Ripeto periodicamente quanto sopra

• Monitorare i risultati

Il monitoraggio

Il monitoraggio dei consumi energetici, eseguito prima e dopo la campagna di sensibilizzazione, ci consente di valutare il successo delle azioni messe in campo. La presentazione e condivisione dei risultati ottenuti negli uffici e nelle abitazioni diventa uno strumento utile per consolidare e rafforzare il nuovo modello comportamentale proposto.

Suggeriamo quindi di trovare una occasione ufficiale da dedicare a questa attività.

Molto utile è anche la somministrazione di un questionario a inizio e fine campagna.

Il confronto dei risultati consentirà di valutare l'efficacia delle azioni messe in campo.

In allegato troverete il format di un questionario, che dovrà essere somministrato in modo anonimo.

• Interventi di mantenimento

Gli Interventi di mantenimento

Per garantire il successo dell'iniziativa, cioè per ottenere dei reali e permanenti cambiamenti nel modo di pensare e di agire, è necessario mantenere alto l'interesse e l'attenzione sull'argomento nel tempo, oltre il periodo del corso. Questo si può ottenere rendendo pubblici i risultati del monitoraggio dei consumi rilevati prima e dopo la campagna di sensibilizzazione, e mettendo in campo delle azioni di "rafforzamento" e "consolidamento", come i concorsi a premi e l'organizzazione/adesione a eventi dedicati all'energia e all'ambiente.

Check list: Interventi di mantenimento

- ✓ Organizzo concorsi a premi
- ✓ Lancio/Aderisco iniziative dedicate
- ✓ Monitoraggio dei risultati
- ✓ Presentazione dei risultati

Ricordiamo:

- novembre "**Il mese dell'efficienza energetica**", lanciato dall'ENEA nel 2016
- il 31 ottobre "**La giornata mondiale delle città**", istituita dalle Nazioni Unite nel 2013
- il 22 ottobre "**La giornata mondiale dell'energia**" proclamato dai 25 paesi presenti al World Energy forum a Dubai nel 2012,
- il 5 giugno "**La giornata mondiale dell'ambiente**", proclamato dall'ONU nel 1972
- 22 aprile "**La giornata della Terra**", indetta dalle nazioni unite nel 1972
- Intorno al 16 febbraio "**M'illumino di meno**", organizzata da Rai Radio2
- Altre iniziative come il "**No lift day**" sperimentata da ENEA.

Questo prodotto è stato realizzato dal Dipartimento Unità per l'Efficienza Energetica dell'ENEA, nell'ambito della Campagna Nazionale "Italia in Classe A", promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico e realizzata dall'ENEA in attuazione dell' art. 13 del D.lgs. 102/2014, per far conoscere l'importanza del risparmio, dell'efficienza energetica e fornire gli strumenti per realizzarli.

L'ENEA è l'Agenda nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile. Il Dipartimento Unità per l'Efficienza Energetica (DU EE) svolge le funzioni di Agenzia Nazionale per l'Efficienza Energetica. In questa veste l'ENEA opera su tutto il territorio nazionale, con il compito di supportare pubblica amministrazione, imprese e cittadini nel conseguimento degli obiettivi strategici di efficienza energetica.

Realizzato dal Dipartimento Unità per l'Efficienza Energetica dell'ENEA

www.agenziaefficienzaenergetica.it

www.italiainclassea.enea.it

www.enea.it

#ItaliainClasseA  

A cura di: Antonia Marchetti, ENEA

Anno pubblicazione: 2018