



**ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**



L'effetto dei programmi comportamentali (*behavioural change*) sul risparmio energetico



Convegno: Il Progetto ES-PA: Energia e Sostenibilità per la P.A. locale

*Festival dello Sviluppo Sostenibile 2019 – Milano, giovedì 23 Maggio 2019,
Sala Tavolo rotondo, Palazzo Isimbardi ore 14:30 – 17:30*

Anna Amato



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



*Agenzia per la
Coesione Territoriale*



Agenzia nazionale per le nuove tecnologie,
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile



**GOVERNANCE
E CAPACITÀ
ISTITUZIONALE
2014-2020**



Seminari e webinar ES-PA

Seminari tematici e webinar su aspetti tecnici, finanziari e comportamentali

Obiettivo:

rafforzare le competenze delle amministrazioni regionali e locali nell'attuazione delle politiche e nella progettazione degli strumenti per il risparmio energetico

Destinatari:

funzionari ed in particolare energy manager e uffici tecnici





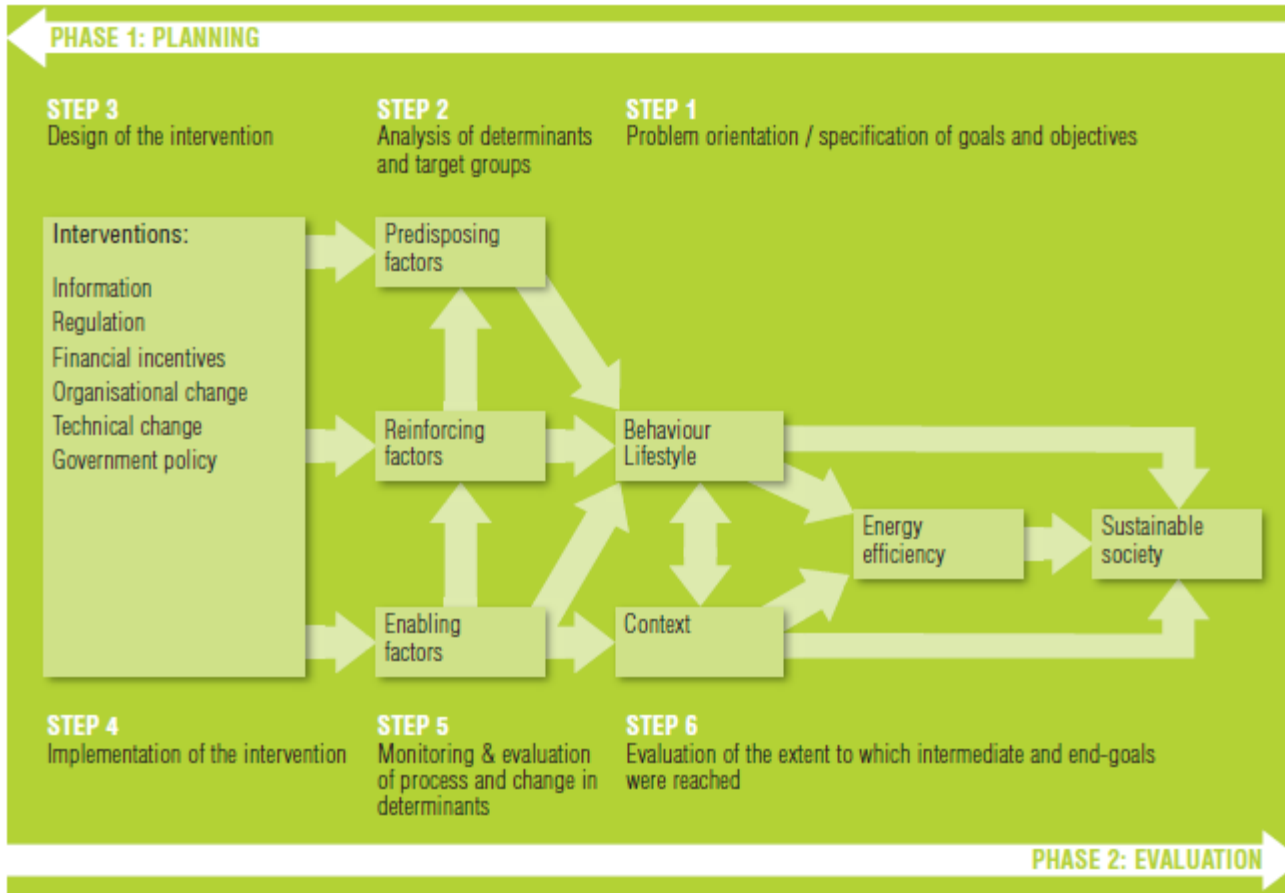
Seminari e webinar ES-PA

Temi e interventi

- *La nuova direttiva europea EPBD 2018/844*
- *La diagnosi energetica degli edifici*
- *Tecnologie e soluzioni per l'efficienza energetica (involucro, impianti termici, tecnologie green)*
- *I vantaggi dell'uso del BIM*
- *L'Attestato di prestazione energetica: gli edifici della PA*
- *Il SIAPE: uno strumento a servizio della PA*
- *Il Patto dei Sindaci: impegno e opportunità per l'amministrazione comunale*
- *La povertà energetica*
- *Normativa e strumenti*
- *L'Energy Performance Contract nella PA*
- *Come comunicare l'EE alla cittadinanza*
- *Indicazioni pragmatiche di interventi finalizzati al cambiamento comportamentale*



Figure 4. Planning and evaluation model



Guidelines for Behavioural Change Programme, IDAE, 2009,

Model Green and Kreuter (1999)

Il Programma di Formazione e Informazione





Programma nazionale di Formazione e Informazione

Fase 1 - Start up (primo anno): prevede un'attività 'massiva' di informazione/comunicazione sui temi dell'efficienza e del risparmio, per una prima 'formazione di base' su questi temi. Predisposizione di azioni mirate verso i destinatari individuati.

Fase 2 – Target mirati (secondo anno): fase centrale del Programma, di massimizzazione della copertura informativa e avvio delle azioni mirate verso i destinatari individuati all'art. 13 del decreto legislativo 102/14.

Fase 3 – Consolidamento e verifiche: consolidamento delle iniziative attivate, comunicazione dei risultati e analisi dell'impatto comunicativo. La valutazione e verifica puntuale dei risultati raggiunti in relazione agli obiettivi prefissati è ritenuta essenziale anche per l'eventuale revisione/riposizionamento delle attività previste nelle fasi successive.



Prima Fase: la campagna RAI

Comunicazione E.E. al grande pubblico attraverso **trasmissioni televisive di grande ascolto**





ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Campagna TV targata RAI



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



Fase 1 – Campagna RAI-TV

| | Uno Mattina | La vita in diretta | Linea verde | Linea blu | L'eredità | Affari tuoi | Sereno variabile | I fatti vostri x2 | Quelli che il calcio | Geo x2 | TG Leonardo x2 | Un posto al sole x13 | TOTAL |
|-----------------------|-------------|--------------------|-------------|-----------|-----------|-------------|------------------|-------------------|----------------------|-----------|----------------|----------------------|------------|
| Target | Audience | | | | | | | | | | | | |
| Total | 838.333 | 1.539.481 | 2.630.231 | 2.273.266 | 3.371.050 | 4.047.069 | 613.777 | 1.360.976 | 1.709.035 | 2.501.072 | 2.343.178 | 29.017.690 | 2.245.158 |
| Uomini (4+) | 327.131 | 552.623 | 1.063.969 | 982.023 | 1.128.236 | 1.419.568 | 281.585 | 432.062 | 922.729 | 1.044.552 | 1.003.292 | 9.588.917 | 8.746.687 |
| Donne (4+) | 511.202 | 986.858 | 1.566.262 | 1.291.243 | 2.242.814 | 2.627.350 | 332.192 | 928.914 | 786.306 | 1.456.520 | 1.339.886 | 19.428.773 | 33.498.472 |
| Socio-economic status | AA | 137.255 | 218.370 | 385.035 | 457.315 | 359.087 | 528.831 | 60.412 | 134.318 | 250.030 | 294.302 | 600.282 | - |
| | AB | 93.547 | 194.818 | 293.179 | 51.958 | 496.806 | 522.146 | 133.910 | 198.280 | 78.967 | 325.950 | 6.168 | - |
| | BA | 30.030 | 72.694 | 74.827 | 204.190 | 148.109 | 157.754 | 32.789 | 27.552 | 145.347 | 142.684 | 121.412 | - |
| | MA | 339.374 | 538.951 | 1.135.415 | 926.678 | 1.260.744 | 1.470.633 | 198.647 | 481.050 | 505.368 | 791.446 | 889.520 | - |
| | MB | 181.595 | 354.742 | 604.810 | 489.594 | 738.433 | 1.107.250 | 139.694 | 298.376 | 545.559 | 718.414 | 506.860 | - |
| | BB | 56.531 | 159.905 | 136.966 | 143.530 | 370.870 | 260.456 | 48.326 | 221.398 | 183.764 | 228.274 | 218.934 | - |

Fonte : AUDITEL

Media di 2.232.130 (circa 1 milione di famiglie) per «Un posto al sole», soap opera in cui attori molto conosciuti veicolavano messaggi su EE



ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Fase 1: Iniziativa Mese Efficienza Energetica

Novembre 2016 mese dell'EE:
evento contenitore-moltiplicatore
di eventi

- Promozione dell'evento
- Sito web 'madre'
- Valutazione e approvazione degli eventi
- Realizzazione eventi ENEA
- Media partners



www.italiainclassea.enea.it

- **400** eventi
- **2500** e-mail di richiesta di informazioni
- **250** progetti

un reach di pubblico di **10 milioni** di contatti



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



*Agencia per la
Coesione Territoriale*



Agenzia nazionale per le nuove tecnologie,
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile

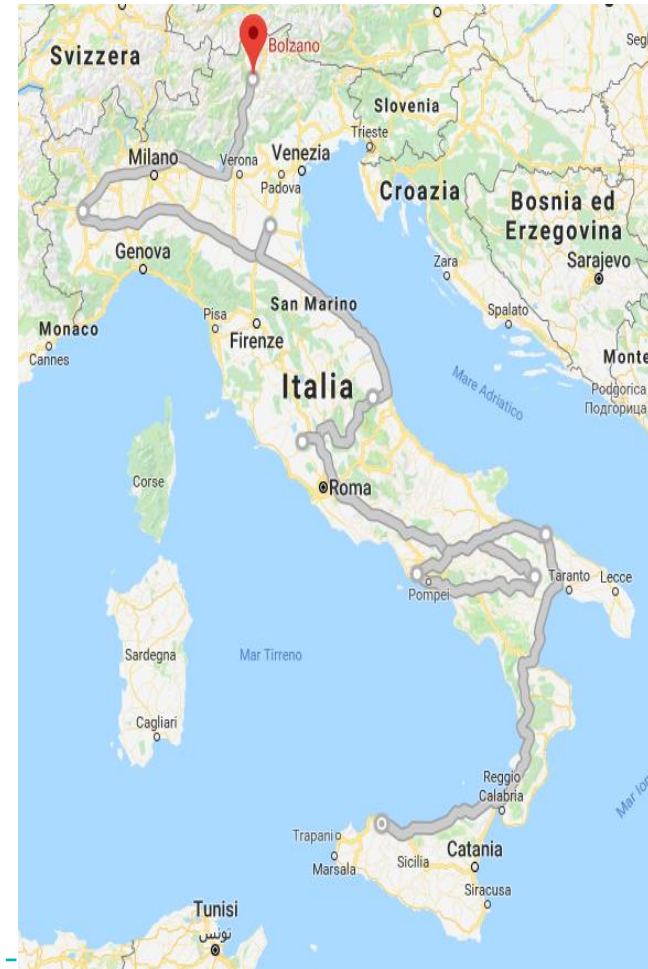


GOVERNANCE
E CAPACITÀ
ISTITUZIONALE
2014-2020



Fase 2: Efficienza Energetica on the road

- **Roadshow dell'Efficienza energetica:** campagna itinerante svolta in collaborazione con gli stakeholder locali (PA, Associazioni di categoria, Università, Ordini professionali, etc.)
 - 50 eventi
 - 4.000 studenti
 - 1.000
 - 500 fra articoli di stampa e passaggi TV di livello nazionale
- corrispondente reach di pubblico:
più di 5 milioni di contatti





ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Fase 2: Efficienza Energetica on the road

BOLZANO 12.10.2017

TORINO 26.10.2017

FERRARA 13.11.2017

ASCOLI PICENO 23.11.2017

VITERBO 14.12.2017

MATERA 11.01.2018

NAPOLI 30.01.2018

BARI 08.02.2018

PALERMO 22.02.2018

EFFICIENZA ENERGETICA ON THE ROAD

ESPERTI IN VIAGGIO DAL NORD AL SUD DELL'ITALIA PER INCONTRARE CITTADINI IMPRESE E AMMINISTRATORI E DIALOGARE SUI TEMI DELL'USO CONSAPEVOLE DELL'ENERGIA

ITALIA IN CLASSE A

www.italiainclassea.enea.it
#italiainClasseA

"Italia in Classe A" Campagna nazionale per l'efficienza energetica, promossa dal MISE, Ministero dello Sviluppo Economico, e realizzata dall'ENEA, Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile, in attuazione del decreto legislativo 102/2014



Pagina Facebook ufficiale di *Italia in Classe A*, da ottobre 2017 ad aprile 2018

- timeline deliveries di posts di circa 1.200.000

oltre 640.000 persone raggiunte (circa la metà nel gruppo di età tra 25 a 44 anni) e più di 23.000 interazioni tra utenti



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



*Agenzia per la
Coesione Territoriale*



Agenzia nazionale per le nuove tecnologie,
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile



GOV
E CA
ISTI
2014
**NATIONAL AGENCY
FOR ENERGY EFFICIENCY**





ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Fase 2: Campagna di Digital Marketing



Facebook



Twitter



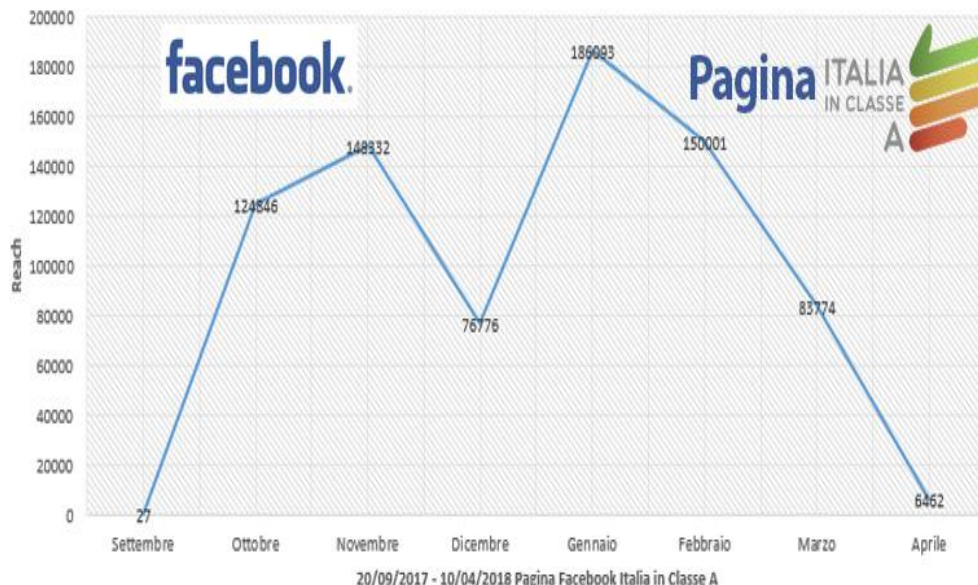
Youtube



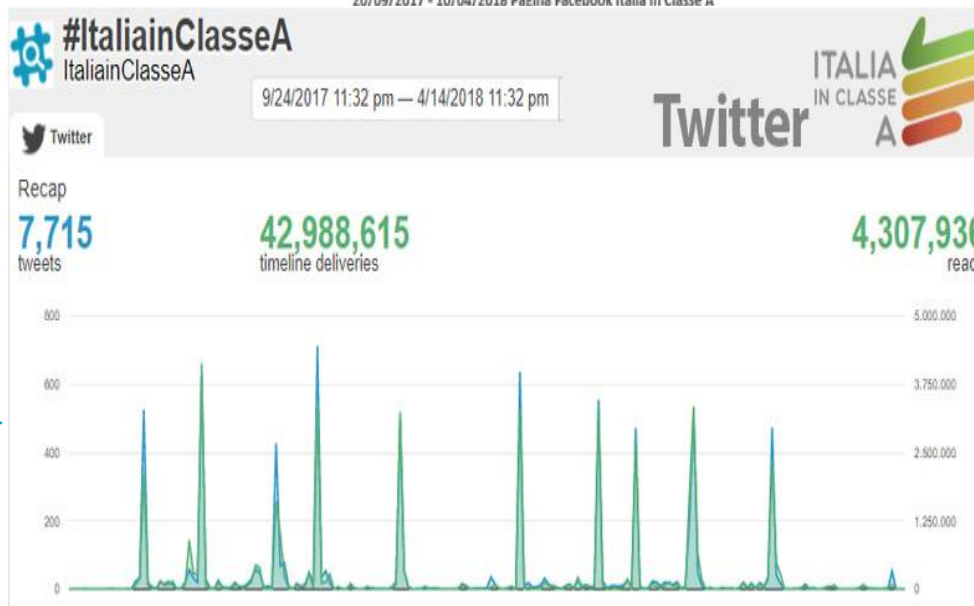
Instagram



LinkedIn



Fonte: Facebook



Fonte: Twitter



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale





ENERGIA E SOSTENIBILITÀ PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



*Agencia per la
Coesione Territoriale*



Agencia nazionale per le nuove tecnologie,
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile



ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



NO LIFT DAYS
GIORNATE SENZA ASCENSORE

Sapevi che l'Italia è il Paese con più ascensori installati al mondo e che il loro consumo totale annuo è pari a quello di una città italiana di medie dimensioni?
Ti interessa sapere qual è il potenziale di risparmio conseguibile solo attraverso cambiamenti nel nostro comportamento e quali sono i benefici per la salute che possono derivare dall'uso delle scale al posto dell'ascensore?
"No lift days - Giornate senza ascensore" è una Campagna ENEA per dimostrare come semplici gesti quotidiani, piccoli cambiamenti nelle nostre abitudini, producano quote di risparmio di energia, non trascurabili nell'uso delle tecnologie, mantenendo inalterato il nostro livello di qualità della vita o, addirittura, migliorandolo.

CONSUMA L'ENERGIA GIUSTA - USA LE SCALE



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



*Agencia per la
Coesione Territoriale*



Agencia nazionale per le nuove tecnologie,
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile



**GOVERNANCE
E CAPACITÀ
ISTITUZIONALE
2014-2020**

Esempio di azioni «virtuose»

Valutazione preliminare di un range di risparmio energetico
conseguitabile (Risparmio (%))

Effettuare la manutenzione periodica del condizionatore: 0,10 - 0,30



Ricordarsi di spegnere le luci: 0,15 - 0,45



Scollegare le apparecchiature elettroniche che non si utilizzano: 0,10 - 0,30



Risparmi energetici: valutazione preliminare

I dati ARERA prevedono un consumo medio per famiglia annuale di 1.400 m³ di gas naturale e 2.700 kWh di energia elettrica

Applicando in maniera conservativa un coefficiente di risparmio di energia (2%) per l'adozione di una serie di comportamenti consapevoli nel settore residenziale, ne deriva che la riduzione dei risparmi energetici indotti dalla campagna televisiva è quantificabile in 0,03 Mtep/anno a partire dal 2017

Considerando:

- audience media di “Un posto al sole” (1 milione di famiglie)
- risparmi: 28 ktep/ anno
- costo campagna TV: 400,000 € (16 €/tep) e costo totale campagna di 3 M€ (120€/tep).

Avvio di valutazione empirica e sondaggio per stabilire gli obiettivi di risparmio energetico conseguiti





ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Risparmi energetici nel settore industriale (ad esclusione dei Certificati Bianchi)

Ai sensi dell'articolo 7 comma 8 del D.Lgs. 102/2014 le aziende comunicano i risparmi energetici conseguiti a ENEA

Quanta influenza ha avuto la campagna nelle decisioni senza incentivi economici?

ENEA - Indagine sull'attuazione di interventi di efficienza energetica ai sensi dell'Articolo 7 comma 8) del Decreto Legislativo 102/2014

296 risposte

[Pubblica i dati di analisi](#)

Nome Azienda/Organizzazione

296 risposte



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



*Agenzia per la
Coesione Territoriale*



Agenzia nazionale per le nuove tecnologie,
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile



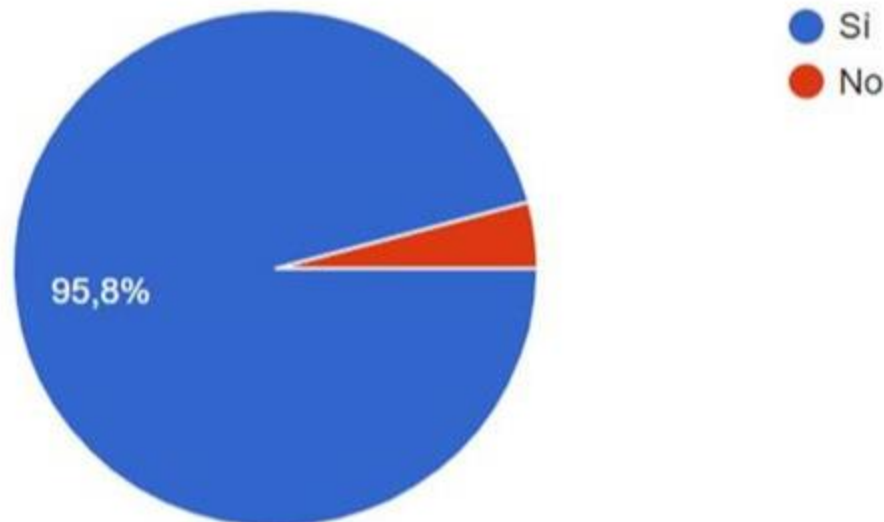
GOV
E CA
ISTI
2014
NATIONAL AGENCY
FOR ENERGY EFFICIENCY



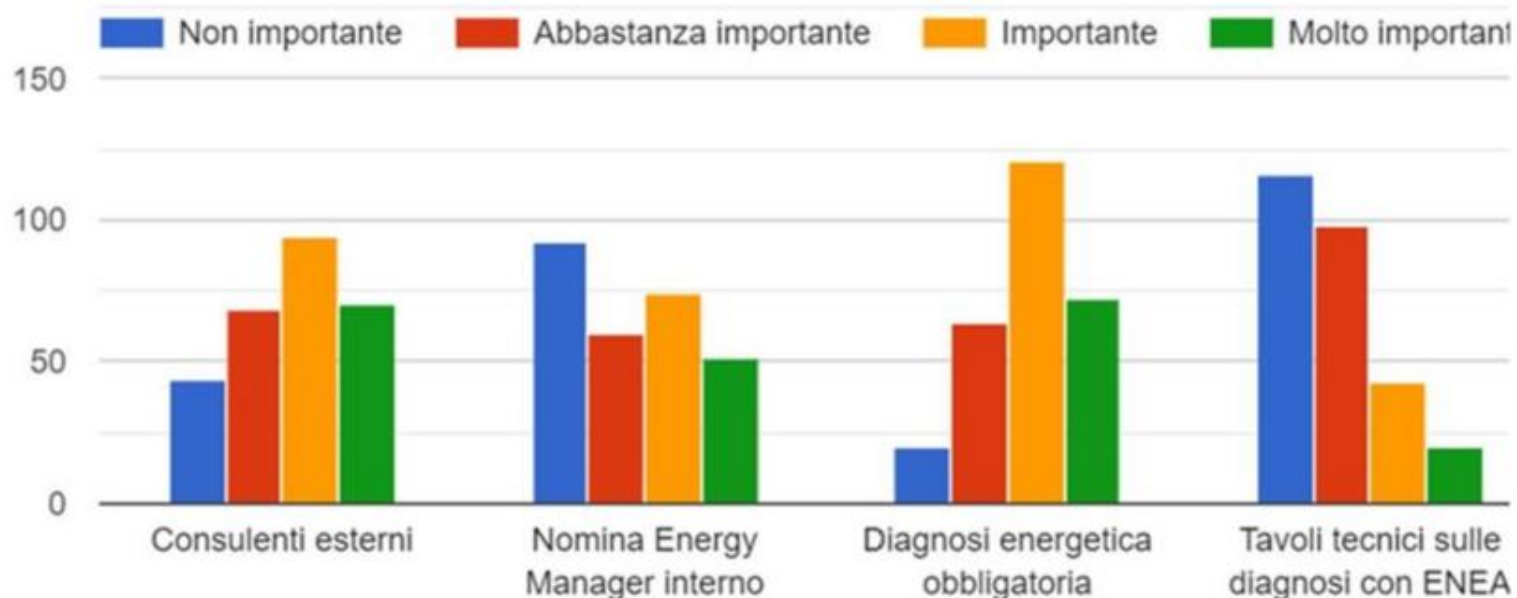
Questionario online

L'acquisizione di una maggiore consapevolezza sull'efficienza energetica può essere considerata un ulteriore fattore nella decisione di effettuare interventi di efficienza?

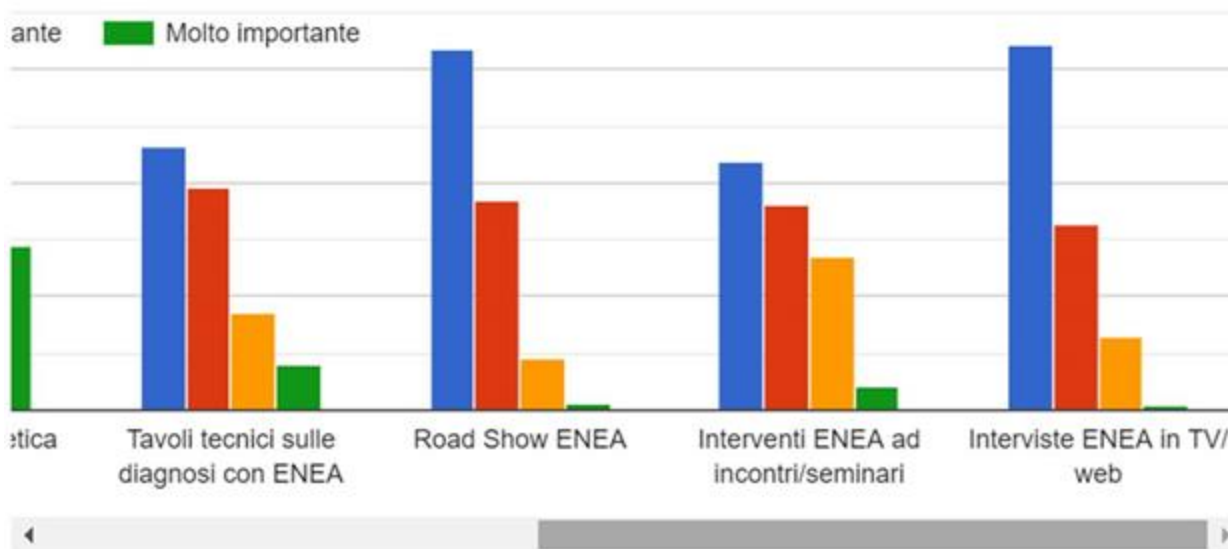
289 risposte



Indicare quanto i seguenti fattori sono stati rilevanti nel contribuire ad una maggiore consapevolezza sull'efficienza energetica



Indicare quanto i seguenti fattori sono stati rilevanti nel contribuire ad una maggiore consapevolezza sull'efficienza energetica





Misurazione dei risultati

- Target: contatti/penetrazione
- Efficacia e persuasività del messaggio
- Memorabilità e persistenza del messaggio

Scalabilità



Raccomandazioni

Raccolta continua, analisi dati e reporting

Progettisti:

- Analizzare e comprendere risultati relativi a diverse tipologie di programma e conseguenze;
- Monitorare i risultati che si desiderano raggiungere attraverso modelli logici
- Utilizzare approcci sperimentali per valutare efficacia dei programmi e ottenere dati solidi



Manuale in cui vengono indicati i “semplici” comportamenti quotidiani che possono far conseguire un apprezzabile risparmio economico per l'intera collettività, a parità di condizioni di comfort lavorativo

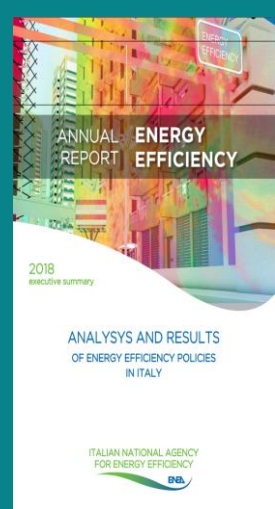


Kit di strumenti informativi ed interattivi (linee guida, vademecum, etc.), disponibile online per i dipendenti e per i nuclei familiari che decidono di aderire alle iniziative, per imparare a gestire gli ambienti di lavoro, ma anche quelli domestici, in maniera eco-efficiente



Partire dall'agire collettivo e, attraverso strumenti informatici e la capillarità della rete, **puntare ad una veloce ed efficace razionalizzazione dei consumi energetici.**

- stimolare azioni collettive e replicabili



Anna Amato
Anna.amato@enea.it

Rapporto Annuale Efficienza Energetica:
<http://www.enea.it/it/seguici/pubblicazioni/pdf-volumi/2018/raee-2018-executivesummary-en.pdf>

Rapporto Annuale ECO-BONUS 2018:
<http://www.enea.it/it/seguici/pubblicazioni/pdf-volumi/2018/detrazioni-2018-executivesummary-en.pdf>

ESPA ENERGIA E SOSTENIBILITÀ
PER LA
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



ITALIA IN CLASSE A

<http://www.italiainclassea.enea.it/>



Efficienza Energetica on The road #ItaliainClasseA:
viaggio di 6 mesi, 3,750 km

