



penelope · bacchus

Promoting Energy efficiency to Local Organisations
through dissemination Partnerships in Europe
Best Actions for Collaboration in Countries
for a High efficient Use of energy in Structural funds

- [Print](#) - [Close](#) -

GESTIÓN DE LA DEMANDA: “10.000 BOMBILLAS PARA EL 2000” - Area de Clermont - Ferrand (Puy-de-Dôme) - France

Gestión de la demanda del consumo eléctrico del público en general: concienciación sobre las bombillas de bajo consumo energético y campaña promocional.

Grupos objetivo	Sector	Field
- Consumidores del sector doméstico	- Edificios (incluyendo fincas municipales)	- Gestión de la Demanda - Equipos/ electrodomésticos - Información

ANÁLISIS

PRESENTACIÓN DE LOS PRINCIPALES OBJETIVOS Y SOCIOS

El principal objetivo de esta campaña fue informar a los consumidores domésticos residentes en el área de Clermont-Ferrand de las ventajas de las bombillas de bajo consumo energético. Estas bombillas duran de 8 a 10 veces más que las bombillas convencionales y consumen entre 4 y 5 veces menos energía. Tienen, sin embargo, una desventaja: el precio (alrededor de 15 Euros) es prohibitivo.

PHILIPS Eclairage (iluminación) se unió al programa y, como parte de la campaña promocional, ofreció descuentos especiales en el precio de sus bombillas: 4,25 Euros y 5,85 Euros para las de 14 W y 18 W respectivamente. La red de distribución local de PHILIPS también fue reclutada como socia del programa, y un buen número de supermercados y centros donde se vendían las bombillas PHILIPS de bajo consumo también se unieron al programa.

Los socios del programa quisieron que la campaña tuviera una fuerte dimensión social, permitiendo que los hogares más humildes accedieran a las bombillas y pudieran tener ahorros significativos. Las bombillas fueron distribuidas libremente a los hogares que reciben ayuda social para su factura de gasto de energía. A algunas autoridades territoriales se les solicitó que cubrieran el coste de la compra y distribución de las bombillas a los hogares más necesitados, bajo la supervisión de su centro local de servicios de asistencia social.

REDES DE DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN

Los socios del programa estuvieron de acuerdo en realizar una campaña de grandes dimensiones y componente informativo: anuncios en TV, radio y revistas, publicidad en las ciudades, en los autobuses y anuncios en prensa fueron los principales medios de comunicación utilizados. Al mismo tiempo, los socios también insistieron en usar una publicidad más próxima: pósters en los lugares públicos frecuentados, folletos para las asociaciones de vivienda de protección oficial, socios de ADUHME, información para las asociaciones de vecinos, las asociaciones de consumidores y las asociaciones de los trabajadores, artículos en la prensa local como seguimiento de la conferencia de prensa lanzada por el programa, etc.

Las bombillas de bajo consumo fueron distribuidas por las redes de los socios en una operación bien orquestada que duró desde el martes 2 de noviembre hasta el martes 30 de noviembre de 1999. Se organizaron también promociones en los puntos de venta durante los cuatro sábados cubiertos por la campaña.



PUBLICIDAD EN LAS CIUDADES



PROMOCIÓN EN LOS PUNTOS DE VENTA

COSTES Y BENEFICIOS

El coste del programa fue de 62.000 Euros, de los cuales el 33 % fue financiado por ADEME, el 49 % por EdF-GDF SERVICES Clermont-Ferrand, el 10 % por PHILIPS Eclairage, mientras que el resto por ADUHME. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- 12.396 bombillas vendidas a través de los distribuidores al por menor y sindicatos;
- Ahorro de alrededor de 655.000 Euros durante toda la vida útil de las bombillas (6 años);
- Ahorro de energía de alrededor de 1.000 MWh por año, es decir el equivalente al consumo anual de iluminación de una comunidad de unas 7.000 personas;
- En un periodo relativamente rápido (menos de un año) el consorcio de socios recupera la inversión;
- Recuperación muy atractiva de la inversión para los consumidores domésticos (cero para las bombillas de 14 W y 45 días para las de 18 W, sobre una base de 6.000 horas);
- Toda la población del área de Clermont-Ferrand (alrededor 220.000 personas de los 14 municipios + Auvergne de Cournon) en teoría informada de la existencia de este accesorio de ahorro de energía.

PARTENARIADOS

En un principio se unieron varios fabricantes de bombillas de bajo consumo y alta calidad. El único fabricante capaz de hacer una oferta de acuerdo con los requisitos de los socios fue PHILIPS Eclairage.

Socios participantes en el acuerdo:

- ADUME (patrocinador del proyecto).
- ADEME Auvergne.
- PHILIPS Eclairage y su red de distribución local.
- ADIL 63.

El compromiso y la movilización de los socios para la organización, gestión y seguimiento del programa fueron esenciales para una operación sin problemas y el éxito de la campaña. Las sinergias generadas de la estrecha colaboración llevaron a los socios a considerar la posibilidad de organizar otra campaña a sobre otro tema diferente relativo a eficiencia energética: electrodomésticos de alto rendimiento.

RECOMENDACIONES

- Ofrecer planes con tarifas preferentes por un período limitado (1 a 2 meses);
- Implantar un importante plan de comunicación para consolidar el éxito de la campaña, con especial consideración de costes potenciales asociados;
- Instalación de una red dinámica de distribuidores voluntarios;
- Asegurar una supervisión directa de las redes de distribución;
- Evaluar el impacto directo de la campaña a vía cupones de respuesta.

NOTA: el estudio de impacto está actualmente en curso.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Name organisation [ADUHME](#)

:

Phone number : [+ 33 4 73 92 78 22](tel:+33473927822)

E-mail : s.contamine@aduhme.org

Website : <http://www.aduhme.org>

Name organisation [ADEME Auvergne](#)

:

Phone number : [+ 33 4 73 31 52 80](tel:+33473315280)

E-mail : brigitte.lauterbach@ademe.fr

Website : <http://www.ademe.fr/auvergne>

INFORMACIÓN PRÁCTICA

List of Internet sites

Final report downloadable at the following address : / www.aduhme.org

EL CASO HA SIDO PREPARADO POR

Organisation : [ADEME](#)
[ADUHME](#)

E-mail : francois.greaume@ademe.fr
contact@aduhme.org

Internet : <http://www.ademe.fr>
<http://www.aduhme.org>

Published : 9/8/2002

[back to top](#) ▲

Penelope Project Good Practice Database
© Energie-Cités 2001 - 2002 / [Webmaster](#)

