



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](#) -

## Kampania na rzecz oszczędzania energii w miejscu pracy - Pamplona (region Navarra) - Spain

Kampania skierowana do 1600 pracowników w budynkach publicznych w miejscowości Pamplona była przygotowana i wdrożona przez lokalną agencję energetyczną. Jej celem była promocja oszczędności energii w budynkach publicznych. Pomimo ograniczonego budżetu osiągnięto zachęcające rezultaty.

Grupy docelowe	sektor	Zakres
- Władze lokalne	- Budownictwo (w tym Komunalne)	- DSM (Zarządzanie stroną popytów) - Edukacja i szkolenie

### ANALIZA

#### WPROWADZENIE

Osoby odpowiedzialne za utrzymanie rady regionu Navarra zauważyli kilka złych przyzwyczajeń powodujących straty energii: wielu pracowników w instytucji miejskich nie wyłączało komputerów oraz światła w pomieszczeniach po zakończeniu pracy. Po przeanalizowaniu tego problemu, pracownicy lokalnej agencji energetycznej w miejscowości Pamplona doszli do wniosku, że taki stan rzeczy może zostać polepszony i zmieniony tylko poprzez niewielkie zmiany złych nawyków. W tym celu przygotowano specjalną kampanię. Pomimo tego, że agencja działa dopiero od 1998 roku miała już pewne doświadczenia niezbędne do przeprowadzenia kampanii w obszarze efektywności energetycznej oraz odnawialnych źródeł energii. W ramach prac przygotowano między innymi: poradnik efektywności energetycznej w budynkach publicznych (dla osób odpowiedzialnych za utrzymanie budynków oraz osób zarządzających takimi budynkami) współfinansowany z programu SAVE, szkolenia w zakresie efektywności energetycznej dla obsługi technicznej oraz pracowników odpowiedzialnych za zarządzanie terenami miejskimi i ich restauracją oraz inne, nadal trwające projekty demonstracyjne w obszarze odnawialnych źródeł energii (wykorzystanie kolektorów w słonecznych oraz systemów w fotowoltaicznych w budynkach publicznych oraz szkołach).

Kampania przygotowana i wdrożona przez lokalną agencję energetyczną rozpoczęła się we wrześniu 2001 roku i jest w trakcie. Jej głównym celem jest oszczędzanie energii w budynkach miejskich poprzez wypracowanie wśród 1600 pracowników w tych budynkach w nawyku wyłączenia światła oraz komputerów w po skończeniu pracy (nawyk powtórnego wykorzystywania papieru był celem dodatkowym). Następnym celem było zwiększenie świadomości urzędników na temat bardziej racjonalnego korzystania z surowców. Przy przygotowaniu kampanii zwracano uwagę aby była prosta, zrozumiała oraz nie była zbyt okazała, droga i trwająca przez długi czas. Elementami kampanii były:

- listy wyjaśniające adresowane do pracowników, informujące ich o celach kampanii;
- znaczki (16x3 cm) do przyklejenia na ekranach komputerów, wysłane razem z listami. Na znaczkach znajdowały się kolorowe rysunki oraz pytania (czy wyłączasz swój komputer przed wyjściem z pracy? A światło? Czy przeznaczasz papier do ponownego wykorzystania?) niezbyt jaskrawe, ale wystarczająco by zwracać uwagę;
- plakaty (49x34 cm) zawierające te same pytania, rozmieszczone w najbardziej strategicznych miejscach w biurach.



ZDJĘCIE 1

Pracownik Urzędu Miasta Pamplona w miejscu pracy. Znaczek umieszczony na górze ekranu służy jako zachęta i przypomina mu kluczowe pytania dotyczące oszczędności energii.



ZDJĘCIE 2

Panorama jednego z biur Urzędu Miasta. Plakat przygotowany w czasie kampanii (znajdujący się pod zdjęciem sopra) został umieszczony w strategicznym miejscu.

## RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

## OCENA POD WZGLĘDEM KOSZTÓW I KORZYSCI

Chociaż ilościowa ocena wcielenia trwającej kampanii nie została jeszcze przeprowadzona, to przygotowując analizę pod względem jakościowym można otrzymać interesujące wnioski. Rozważając poniesione koszty należy podkreślić niskie koszty kampanii. Przede wszystkim została ona sfinansowana ze środków w publicznych pochodzących z budżetu Lokalnej Agencji Energetycznej miasta Pamplona oraz jej jedyny bezpośredni koszt to druk 3000 znaczków w (4555,16 euro) oraz 125 plakatów w (koszt 345,10 euro). Jednakże znacznie więcej można powiedzieć odnośnie ekologicznych i społecznych korzyści płynących z projektu. Model oraz aplikacja komputerowa mające określić aspekty ekologiczne i ekonomiczne (ilość zaoszczędzonej energii, unikniętej emisji CO<sub>2</sub>, zaoszczędzonych pieniędzy oraz zmniejszonych kosztów) zostały w przygotowaniu. Według posiadanych obecnie oraz zaobserwowanych, udowodnionych zmian w odniesieniu pracowników, oczekuje się poprawy w zakresie wszystkich zaznaczonych elementów w porównaniu z sytuacją istniejącą przed wprowadzeniem kampanii. Odnośnie korzyści społecznych można przytoczyć dwa najbardziej znaczące aspekty: wzorowe doświadczenie oraz powielanie. Doświadczenia zdobyte podczas kampanii mogą być traktowane jako wzorowe pod względem wysiłku poniesionego przez administrację publiczną na rzecz oszczędności energii a przez to zmotywowanie innych mieszkańców. Z drugiej strony rezultatem kampanii było zainteresowanie jej wprowadzeniem również w innych miejscach: inne hiszpańskie miasta prosiły o informacje oraz znaczki i plakaty jak również duże firmy takie jak Volkswagen Navarra S.A. (1200 komputerów) czy Delphi Packard Spain korzystały z tego materiału w ich instalacjach. Z uwagi na uzyskanie dobrych rezultatów w pierwszej z firm pozostaje w ciągłej współpracy z lokalną agencją. Poza tym niektórzy małe i średnie przedsiębiorstwa oraz organizacje pozarządowe wykazały zainteresowanie taką kampanią.

## WSPÓLPRACA

### GŁÓWNI PARTNERZY, STRUKTURY I SIECI KOMUNIKACYJNE

Głównymi odbiorcami kampanii było 1600 pracowników w Urzędzie Miasta Pamplona. Informacje o kampanii zaczynającej się w październiku zostały przekazane listownie. Listy zostały przesłane do pracowników wraz z informacją o zarobkach za miesiąc wrzesień. Znalazły się w nich między innymi informacje na temat celów kampanii oraz znaczków, które miały zachęcić do wzięcia udziału w kampanii. Poza współpracę ze strony pracowników, udział dyrektorów w różnych departamentach oraz osób odpowiadających za utrzymanie budynku było sprawą kluczową dla tej kampanii. Dyrektorzy odgrywali znaczącą rolę w rozpowszechnianiu informacji w zaś osoby odpowiedzialne za utrzymanie budynku dostarczały lokalnej agencji energetycznej informacji na temat rozwoju kampanii. Otrzymało również od pracowników pewną liczbę telefonicznych informacji zwrotnych w postaci pytań o kampanię oraz gratulacji pod adresem lokalnej agencji energetycznej.

## REKOMENDACJE

## PUNKTY KLUCZOWE

W momencie opisywania tej praktyki kampania nie została jeszcze zakończona (planowane zakończenie koniec 2002 roku). Z tego powodu ocena osiągnięć może wydawać się przedwczesna. Model, który pozwoliłoby na oszacowanie zaoszczędzonej energii znajduje się w przygotowaniu (więcej informacji w części koszty i korzyści). Nie została jeszcze przeprowadzona ocena kampanii na rzecz powtórzonego wykorzystania papieru. Zaobserwowano jednak zmiany w zachowaniu pracowników. Osoby odpowiedzialne za utrzymanie budynków zauważyły istotne różnice w zachowaniach przed i po wprowadzeniu kampanii. Poza tym agencja otrzymała telefony od pracowników Urzędu Miasta, którzy ocenili inicjatywę bardzo pozytywnie. Generalnie agencja zauważyła, że ludzie byli silnie zmotywowani, zrozumieli jak ważna jest kampania i potraktowali ją poważnie (tak jak to robią w swoich własnych domach). Z drugiej strony wydaje się, iż przy odpowiednim zachęceniu ludzie, którzy nie zdawali sobie sprawy z marnotrawienia energii, reagują pozytywnie i są otwarci na współpracę. Ostatecznie, w związku z charakterem kampanii jej zastosowanie w innych miejscach wydaje się proste oraz przynoszące pozytywne i zachęcające rezultaty.

## ABY WIEDZIEĆ WIECEJ

Name organisation: [Municipal Energy Agency of Pamplona \(Agencia Energética Municipal de Pamplona\)](#)  
 Phone number : [+ 34 948 22 95 72](tel:+34948229572)  
 E-mail : [j.elizalde@ayto-pamplona.es](mailto:j.elizalde@ayto-pamplona.es)  
 Website : <http://>

Name organisation: [IDAE](#)  
 Phone number : [+ 34 91 456 50 24](tel:+34914565024)  
 E-mail : [iblanco@idae.es](mailto:iblanco@idae.es)  
 Website : <http://www.idae.es>

## przydatne informacje

List of Publications

- <b>SAVING ENERGY WE ALL WIN (AHORRANDO ENERGÍA GANAMOS TODOS) /</b>	Difusión Publicidad /	Publicidad/Municipal / Energy Agency of Pamplona with the support of the SAVE Programme and the Government of Navarra /	1999
- <b>TECHNICAL GUIDE ON ENERGY (GUÍA TÉCNICA SOBRE ENERGÍA) /</b>	Difusión Publicidad /	/ Municipal Energy Agency of Pamplona with the support of the Government of Navarra /	2000
- <b>ENERGY SAVING IN PUBLIC BUILDINGS GUIDE (GUÍA DE AHORRO ENERGÉTICO PARA EDIFICIOS PÚBLICOS) /</b>	Difusión Publicidad /	Municipal Energy Agency of Pamplona with the support of the SAVE Programme and the Government of Navarra /	2000

## PRZYKŁAD TEN BYŁ REALIZOWANY PRZEZ

Organisation : [IDAE](#) E-mail : [iblanco@idae.es](mailto:iblanco@idae.es) Internet : <http://www.idae.es> Published : 11/9/2002

[back to top](#) ▲

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

