



Project n°: TREN/04/FP6EN/S07.31038/ 503135

Acronym: BRITA in PuBs

Title: Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings– BRITA in PuBs



Instrument: Integrated project

Thematic Priority: 6.1.3.2.1 ECO-BUILDINGS

D6 Communication guide



Revision: 0

Due date of deliverable: **31/10/2005**

Actual submission date: **15/11/2005**

Start date of project: **1/5/2004**

Duration: **48 months**

Lead contractor name and organisation for this deliverable / national translation:

**Ove Morck, Cenergia Energy Consultants
Simone Ferrari, Politecnico di Milano**

Project coordinator name and organisation:

**Hans Erhorn
Fraunhofer Institute of Building Physics**

Project co-funded by the European Commission within the Sixth Framework Programme (2002-2006)

Dissemination Level

PU	Public	X
PP	Restricted to other programme participants (including the Commission Services)	
RE	Restricted to a group specified by the consortium (including the Commission Services)	
CO	Confidential, only for members of the consortium (including the Commission Services)	

D6

Communication guide

Autori:

Ove Mørck (Cenergia, DK)

Kari Thunshelle (Byggforsk, N)

Heike Erhorn-Kluttig (Fraunhofer Institute of Building Physics, D)

Traduzione italiana:

Simone Ferrari e Remo Madella, (BEST, Politecnico di Milano - I)

Disclaimer:

Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings (BRITA in PuBs) utilizza fondi dal Programma Quadro dell'UE

codice:

TREN/04/FP6EN/S07.31038/503135

Il contenuto del presente documento rispecchia il punto di vista degli autori. Gli autori e la Commissione Europea non sono responsabili degli utilizzi impropri delle informazioni contenute nel documento.

Indice

	page
Prefazione.....	4
1 Introduzione	5
1.1 Scopo.....	5
1.2 Obiettivi.....	5
1.3 Background	5
2 Linee guida per la comunicazione.....	6
2.1 La strategia di divulgazione	6
2.2 Targeting	6
2.3 Mezzi per la divulgazione	9
2.3.1 Overview dei canali esistenti.....	9
2.3.2 Canali informativi specifici da usare nel progetto BRITA in Pubs.....	10
2.3.3 Commenti generali sulla divulgazione.....	13
2.3.4 Valutazione su strategia e azioni per la divulgazione	13
3 Analisi socio-economica	14
4 Canali informativi in Italia	16

Prefazione

Il progetto BRITA-in-PuBs è un progetto integrato di ricerca e dimostrazione, finanziato dalla UE, che mira ad incentivare la penetrazione nel mercato di soluzioni di retrofit innovative, compreso l'utilizzo di energie rinnovabili, ed economicamente vantaggiose per migliorare l'efficienza energetica negli edifici pubblici di tutta Europa. L'obiettivo verrà raggiunto principalmente mediante l'ausilio di 8 edifici dimostrativi collocati in quattro regioni europee (Nord, Centro, Sud, Est). La scelta di edifici pubblici di vario tipo come college, centri culturali, case di riposo, chiese, ecc., comporterà ampia dimostrazione a persone di età e provenienza sociale diversa. In secondo luogo, nell'ambito della ricerca è previsto uno studio socio-economico per comprendere le effettive esigenze dei pianificatori, per individuare le possibili strategie finanziarie, per ottimizzare la divulgazione dei citati casi studio, e per calibrare al meglio gli altri prodotti previsti dal progetto quali: linee guida progettuali, uno strumento di informazione sul retrofit (in internet) e uno strumento di controllo qualità che assicuri prestazioni edilizie ottimali a lungo termine.

Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings – BRITA-in-PuBs è un progetto guida all'interno del programma UE ECO-BUILDINGS. Con il programma ECO-BUILDINGS sono previste realizzazioni a breve termine di esempi pratici, in modo tale da supportare strategie legislative e normative, sull'efficienza energetica e sull'incremento di utilizzo delle energie rinnovabili nel settore edilizio, che si spingano oltre a quanto previsto dalla Direttiva sul Rendimento Energetico nell'Edilizia (Energy Performance of Buildings - EPBD).

1 Introduzione

1.1 Scopo

La *Communication guide* è un documento di riferimento da usare per divulgare informazione sulle misure di risparmio energetico per retrofit innovativo negli edifici pubblici – per esempio, può aiutare produttori di componenti innovativi per l'edilizia ad indirizzare le proprie strategie di marketing. Nello specifico, la guida sarà utilizzata per la divulgazione dei risultati del progetto BRITA in PuBs e per distribuire gli strumenti sviluppati al suo interno.

1.2 Obiettivi

L'obiettivo principale delle attività di divulgazione è far sì che i decisori pubblici (decisori chiave, a diversi livelli di gerarchia, alla scala amministrativa locale o nazionale) introducano negli edifici pubblici soluzioni innovative di retrofit per risparmio energetico e/o l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile.

La chiave di tutto ciò risolve nel trasmettere ai decisori opportune conoscenze sulle potenzialità di risparmio energetico e di utilizzo di fonti rinnovabili, avvalendosi di un'esperienza pratica con feedback economico. Lo scopo ultimo è fare della riqualificazione edilizia innovativa e sostenibile una parte integrante del processo decisionale.

1.3 Background

La *Communication guide* è stata sviluppata a coronamento della strategia di divulgazione del progetto BRITA-in-PuBs, per dare uno strumento generico, recepibile a diversi livelli (con alcune peculiarità caratteristiche per ciascuna nazione) in forza dei risultati ottenuti dall'implementazione del progetto. Una prima indagine socio-economica, condotta per comprendere come meglio divulgare la conoscenza ai diversi target, è stata successivamente approfondita. Dopo la parte principale della guida, che descrive la strategia divulgativa, identifica i gruppi target e i mezzi per raggiungerli, è stato inserito un breve sommario della analisi.

2 Linee guida per la comunicazione

Le linee guida per la divulgazione sono divise in 3 parti principali: Strategia, Targeting e mezzi (o canali) per la divulgazione. Si auspica che con tale struttura si faciliti la calibrazione del tipo di informazione cercata, tipicamente: *Che tipo di informazione deve essere prodotta per raggiungere questo particolare gruppo target? Quali canali di distribuzione potrebbero essere utili per veicolare una informazione ad un target specifico?*

2.1 La strategia di divulgazione

La strategia di divulgazione si basa sulle ipotesi fatte in fase di configurazione del progetto BRITA-in-PuBs, integrate con i risultati dell'analisi socio-economica condotta. Per raggiungere i diversi gruppi target si è stabilito di sfruttare i sistemi elettronici avanzati di comunicazione. Avvalendosi dei mezzi di distribuzione dell'informazione già esistenti (reti cittadine, siti web, newsletter scientifiche, pubblicazioni, ecc.), si può dare notizia preliminare del progetto e la possibilità di ottenere ulteriori notizie ad approfondimento dei diversi aspetti (comodamente, in formato elettronico) attraverso il sito BRITA in PuBs (generalizzando, ad esempio, un produttore o un gestore di rete elettrica, potrà rimandare al proprio web aziendale). È importante che i gruppi target percepiscano ulteriori futuri benefici a seguito della connessione al sito. I produttori 'privati', ad esempio, possono attuare questa strategia fornendo ai progettisti degli edifici strumenti di calcolo semplici da utilizzare. Il progetto BRITA-in-PuBs fornirà, quali risultati del progetto, le linee guida per i progettisti tratte dal WorkPackage 2, lo strumento per misurare la qualità dal WorkPackage 3, lo strumento informativo integrato (WorkPackage 4) e la descrizione dei casi studio (WorkPackage 5).

La strategia adottata richiede inoltre *informazioni sul targeting* per i diversi gruppi che saranno coinvolti: per esempio, l'informazione che viene fornita ai politici non può essere la stessa ambita dai progettisti. In fine, l'azione di targeting non deve sopraffare i vari gruppi da una gran mole di informazioni, ma l'esperienza insegna che al giorno d'oggi gli utenti preferiscono informazioni brevi e puntuali, utili per la loro vita pratica professionale. L'implementazione di quest'aspetto della strategia viene illustrata in dettaglio nel capitolo 2.3 (e, in particolare, nel capitolo 2.3.2 per il progetto BRITA in PuBs).

2.2 Targeting

In questo capitolo vengono elencati i vari gruppi target che sono stati identificati; ogni gruppo viene descritto brevemente e vengono fornite le caratteristiche dell'informazione utili caso per caso. Lo studio socio-economico ha identificato i seguenti gruppi target:

- Ufficio tecnico (pianificazione e gestione) delle pubbliche amministrazioni (autorità locali), che in pratica svolge la funzione di proprietario degli edifici
- Staff tecnico all'interno della pubblica amministrazione per la manutenzione
- Consulenti tecnici (progettisti degli edifici)
- Politici
- Imprenditori edili
- Utenti degli edifici
- Il grande pubblico

Questi gruppi target interagiscono in modi diversi – e non sempre nello stesso modo in ogni situazione ed in ogni nazione. La Fig. 1 mostra alcune relazioni tra i gruppi target (tranne gli

imprenditori che sono considerati a parte). Le relazioni tra i gruppi sono descritte nel paragrafo dedicato ad ogni gruppo.

L'ufficio tecnico è per gli edifici pubblici l'ufficio che in genere ha la funzione di proprietario dell'edificio ed è responsabile della promozione del progetto di rinnovamento e retrofit. L'analisi socio-economica ha evidenziato che il personale che lavora in tale ufficio (a stretto contatto con la pianificazione e gestione) è responsabile per le decisioni riguardanti l'introduzione di misure innovative per il risparmio energetico in caso di riqualificazione degli edifici pubblici. Come illustrato nella figura, il personale dell'ufficio tecnico deve lavorare con tutti gli altri gruppi per raggiungere lo scopo e ne è influenzato; ad esempio dai progettisti e anche dai responsabili della gestione e manutenzione degli edifici, che a loro volta sono influenzati dagli utenti degli edifici.

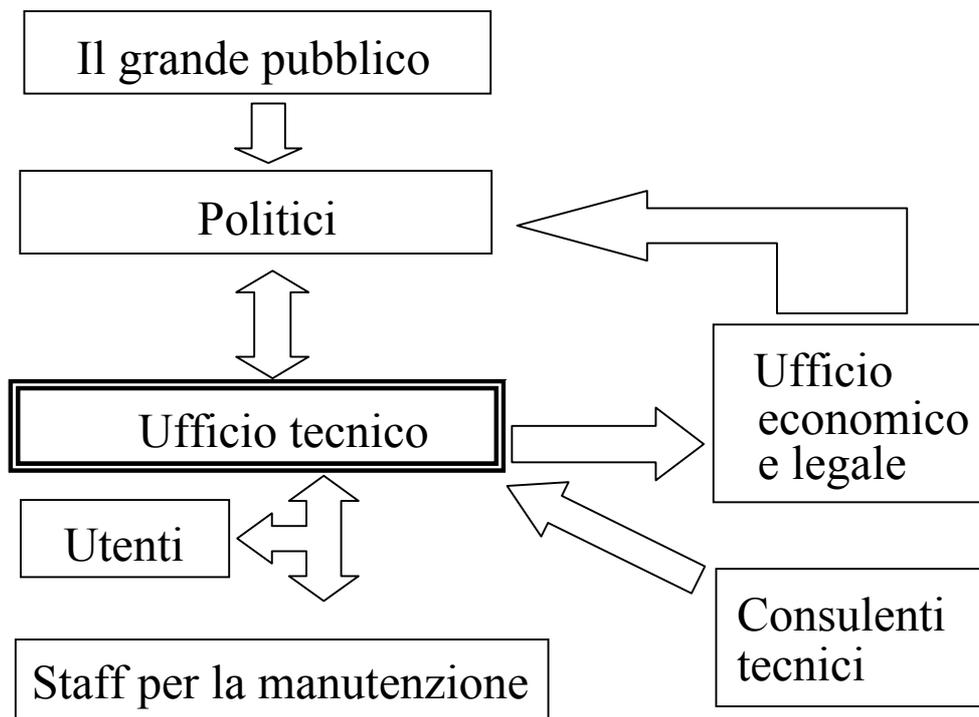


Fig. 1: Illustrazione delle interazioni tra i gruppi target.

In dettaglio vengono nel seguito descritte le caratteristiche dell'informazione utile/necessaria ad ogni gruppo target e viene presentato quale output dovrebbe fornire il progetto BRITA in PuBs per ciascun gruppo.

L'ufficio tecnico (responsabile per la pianificazione e la gestione) è l'ufficio chiave da raggiungere all'interno delle municipalità. Non solo è necessario convincere questo gruppo – spesso molto interessato ed anche consapevole dei benefici dati dalle tecnologie innovative, ma è importante fornire informazioni che lo staff possa usare facilmente per convincere i membri dell'organizzazione responsabili dal punto di vista economico. Allo stesso modo l'ufficio interagisce con l'ufficio legale per regolarsi sulle leggi in campo edilizio.

Caratteristiche dell'informazione: informazioni brevi e puntuali, tecniche ed economiche – tra cui risparmi energetici, investimento, costi di manutenzione e gestione. Per convincere altri livelli dell'amministrazione necessita inoltre di informazioni sui casi studio, esempi vincenti di edifici dimostrativi. Inoltre sono necessarie le informazioni su come reperire fondi, incentivi

ecc. (basate su opportunità di finanziamento sia nazionale che internazionale) per dare possibilità di dialogo con gli altri uffici e per inoltrare proposte ai referenti politici.

Per le esigenze specifiche di questo gruppo BRITA in PuBs può fornire:

- Newsletter
- Sito web
- Rapporto sui *Financial scheme*
- Strumento informativo sulle misure innovative per il retrofit di BRITA in PuBs
- Rapporto sugli edifici dimostrativi
- Articoli su riviste e pubblicazioni
- Conferenze e convegni

Staff per la manutenzione: Spesso gli addetti alla manutenzione hanno una influenza significativa, dato che consigliano i decisori e possono addirittura arrivare a rifiutare alcune soluzioni.

Caratteristiche dell'informazione: questo gruppo ha esperienza spiccata di cosa va storto nella vita dell'edificio e spesso è il gruppo più scettico. Deve essere diretta a questo gruppo un'informazione che comunichi l'affidabilità delle soluzioni innovative insieme ai costi operativi e di manutenzione.

Per le esigenze specifiche di questo gruppo BRITA in PuBs può fornire:

- Strumento per il controllo qualità
- Fogli informativi del BRITA in PuBs
- Modulo di e-learning del BRITA in PuBs

Consulenti tecnici (architetti e ingegneri): Questo gruppo target è molto importante dato che una delle principali critiche all'introduzione delle tecnologie innovative disponibili per il risparmio energetico è stato il conservatorismo dei tecnici, che da sempre rivendicano queste tecnologie come troppo recenti, ancora incognite, non ben documentate e pertanto non raccomandabili. Essi sono responsabili dell'affidabilità di una tecnologia proposta. Un altro gruppo importante, direttamente connesso, è quello degli istituti di ricerca, presso i quali spesso i tecnici cercano informazioni.

Caratteristiche dell'informazione: linee guida, strumenti e informazioni sulla progettazione. Inizialmente un'informazione breve e precisa – ad esempio un database - potrebbe essere utile per avviare questo gruppo all'innovazione. In seguito, secondo le esigenze, si dovrebbe provvedere a mettere il gruppo nelle condizioni di reperire informazioni più dettagliate circa un particolare progetto.

Per le esigenze specifiche di questo gruppo BRITA in PuBs può fornire:

- Linee guida di progettazione
- Rapporto sugli edifici dimostrativi
- Conferenze e convegni

Politici: Il decisore politico può essere fondamentale per l'innovazione. Dispone gli obiettivi qualitativi e i limiti finanziari. Per introdurre cambiamenti nei processi pianificatori le decisioni politiche sono assolutamente necessarie.

Caratteristiche dell'informazione: verso i politici è importante mostrare semplici e precisi argomenti per introdurre queste tecnologie, legati al risparmio energetico, alla riduzione delle emissioni di CO₂ per raggiungere gli obiettivi di Kyoto.

Per le esigenze specifiche di questo gruppo BRITA in PuBs può fornire:

- Newsletter
- Sito web (www.brita-in-pubs.com)
- Articoli su riviste e pubblicazioni

Imprenditori edili: Essendo responsabili della effettiva implementazione delle misure di retrofit e del loro costo, gli imprenditori sono spesso un ostacolo all'introduzione delle misure innovative dato che essi sono (e devono essere) attenti quando stimano i costi delle nuove tecniche e tendono ad alzare i prezzi per coprire eventuali incertezze.

Caratteristiche dell'informazione: Quello che conta per questo gruppo è disporre di casi studio documentati che dimostrino come una certa nuova tecnica per il retrofit sia stata installata e a quale costo.

Per le esigenze specifiche di questo gruppo BRITA in PuBs può fornire:

- Rapporto sugli edifici dimostrativi
- Strumento per il controllo qualità
- Strumento informativo sulle misure innovative per il retrofit di BRITA in PuBs

Utenti dell'edificio: gli utenti 'vivono' l'edificio – sono loro che dicono se il comfort termico, la ventilazione, illuminazione ecc. sono di buon livello o meno. In qualche caso sollecitano miglioramenti che possono portare ad azioni di retrofit. In ogni caso sono loro che si lamenteranno in prima persona se un certo sistema innovativo non funziona, soprattutto se adottato senza considerare la loro opinione preventiva.

Caratteristiche dell'informazione: Questo gruppo è interessato alle esperienze pratiche che riguardano comfort, rumore, ecc.

Per le esigenze specifiche di questo gruppo BRITA in PuBs può fornire:

- Fogli informativi del BRITA in PuBs
- Sito web

Il grande pubblico: Il grande pubblico influenza i politici. Tale gruppo è molto diversificato. In qualche nazione (o in alcuni ambiti della pubblica amministrazione) i movimenti ecologisti possono avere una certa forza – i politici non possono evitare di ascoltarne le mozioni.

Caratteristiche dell'informazione: Alla stessa stregua dei politici anche il grande pubblico necessita di semplici e mirate informazioni per entrare nel mondo delle nuove tecnologie, in particolar modo riguardo il risparmio energetico e la riduzione delle emissioni di CO₂ per raggiungere gli obiettivi di Kyoto.

Per le esigenze specifiche di questo gruppo BRITA in PuBs può fornire:

- Sito Web
- Fogli informativi del BRITA in PuBs
- Modulo di e-learning del BRITA in PuBs

2.3 Mezzi per la divulgazione

2.3.1 Overview dei canali esistenti

La scelta dei canali per la divulgazione deve essere effettuata secondo il tipo di informazione da distribuire e secondo il gruppo target a cui si riferisce. Il capitolo 4 presenta un elenco di canali informativi specifici nazionali, con una breve descrizione.

I canali possono essere:

- Reti cittadine
- Newsletter scientifiche
- Siti web
- Pubblicazioni professionali
- Giornali
- Mass media generalisti (radio, tv)
- Seminari/workshop per professionisti dell'edilizia

E' importante rendersi conto che i vari gruppi target differiscono tra loro rispetto alle caratteristiche richieste dall'informazione. Alcuni mezzi di comunicazione sono più adatti per i gruppi che cercano attivamente informazioni (per esempio le reti cittadine, il sito, pubblicazioni e seminari), mentre altri sono adatti alla parte della comunità più passiva, meno pronta a cercare informazioni. E' ovvio che una strategia comunicativa efficace deve prevedere entrambi i mezzi.

2.3.2 Canali informativi specifici da usare nel progetto BRITA in Pubs

Reti cittadine

L'informazione del progetto BRITA in Pubs sarà direttamente comunicata attraverso i canali esistenti su due livelli delle reti cittadine:

1. reti locali professionali o cittadine, specifiche per ogni nazione, comprendenti rappresentanti dei gruppi target, agenzie per l'energia locali e territoriali di ogni nazione partecipante. Tipicamente le reti possono essere reti civiche, reti Agenda21, reti per la sostenibilità e reti professionali (per professionisti dell'edilizia).
2. A livello internazionale la rete di Energie-Cités lavorerà come tramite per raggiungere i gruppi target in altri paesi membri. I risultati del progetto saranno divulgati come parte contenuta negli ambiti standard di Energie-Cités (sito web, incontri, conferenze e altri canali informativi).

Le *reti* sono strumenti efficaci per ricevere sollecitazioni, iniziare discussioni e connettere diversi temi.

I risultati ottenuti in ogni nazione dagli edifici dimostrativi del progetto BRITA in PuBs saranno il punto di partenza per diffondere l'informazione e saranno usati come richiamo per raggiungere i gruppi target e informarli, dando loro il link al canale informativo principale: il *sito* e la newsletter BRITA in PuBs.

Newsletter

La newsletter sarà accessibile dalla home-page; ce ne sarà una per ogni nazione. Sarà inviata ai subscribers 4-6 volte all'anno e presenterà le novità del sito.

Sito web BRITA-in-PuBs

Il *sito* BRITA-in-PuBs è un normale sito con sotto-siti nazionali. Funzionerà come luogo di stimolo e sarà l'elemento centrale per divulgare le informazioni tecniche. Il sito ospiterà i risultati del progetto:

- BRITA information tool (BIT)
- tool-box BRITA per il controllo della qualità
- linee guida progettuali BRITA
- rapporto sugli schemi finanziari
- progetti dimostrativi

Pubblicazioni professionali, giornali, mezzi di comunicazione di massa (news, opinioni, casi di studio e risultati della ricerca), comunicazione esterna in generale:

BRITA in PuBs produce articoli per introdurre il grande pubblico al tema dell'efficienza energetica (un modo facile per influenzare il dibattito politico e quindi i politici stessi). I testi devono essere brevi, precisi, interessanti e credibili.

Workshop/conferenze/seminari: forum per lo scambio di conoscenza e per introdurre i diversi aspetti di ogni soluzione. Il progetto BRITA in PuBs organizza un convegno sugli eco-edifici a Berlino nel Novembre 2005 e i partner parteciperanno a diverse conferenze, workshop, seminari ecc.

Secondo le risposte dei questionari, i seminari/workshop dove incontrare colleghi di altre realtà della pubblica amministrazione sono ritenuti un buon ambito per presentare le nuove tecnologie.

La matrice seguente (Fig. 2) mostra con quali mezzi e a quali gruppi target vengono divulgati i risultati del BRITA in PuBs.

materiale BRITA in PuBs / gruppi target BRITA in PuBs	ufficio tecnico (pianificazione e gestione)	staff per la manutenzione	consulenti tecnici (architetti e ingegneri)	politici	proprietari degli edifici	imprenditori	utenti dell'edificio	grande pubblico
rapporto sugli schemi finanziari								
linee guida progettuali								
strumento di controllo qualità								
BIT: strumento informativo BRITA in PuBs sulle misure innovative di retrofit								
rapporto sugli edifici dimostrativi								
BISHs: BRITA-in-PuBs blackboard information sheets (fogli informativi)								
Modulo di e-learning BRITA in PuBs								
sito web (www.brita-in-pubs.com)								
newsletter								
pubbliche relazioni								
articoli in giornali e pubblicazioni								
Conferenza sugli eco-edifici + altri convegni								

 Pensato espressamente per il gruppo

 Offre un'informazione utile al gruppo

Fig. 2: Materiale BRITA-in-PuBs per i diversi gruppi target

2.3.3 Commenti generali sulla divulgazione

E' risaputo che è meglio introdurre ipotesi di nuove idee/tecniche nei progetti edilizi sin dalle prime fasi progettuali. Dato che gli uffici tecnici delle pubbliche amministrazioni – e i loro budget – sono fortemente legati all'interesse politico, è fondamentale risolvere eventuali problemi politici, quali la coerenza con le leggi ambientali a livello internazionale, europeo e nazionale. Dibattiti chiari e informazioni attendibili, introducendo qualitativamente argomenti politici, possono costituire un buon tramite tra i partner dei diversi livelli del processo di pianificazione.

Gli output destinati al mondo politico devono essere agevolmente comprensibili e devono avere il taglio del comunicato stampa o del breve articolo. Questi prodotti faranno parte delle newsletter ma potranno anche essere utilizzati per la divulgazione attraverso le reti già esistenti.

2.3.4 Valutazione su strategia e azioni per la divulgazione

Dopo un certo periodo di tempo, la strategia e le azioni intraprese devono essere valutate in modo da implementare, se necessari, cambiamenti di rotta. Il processo può essere visto come un circolo, come illustrato in figura 3.

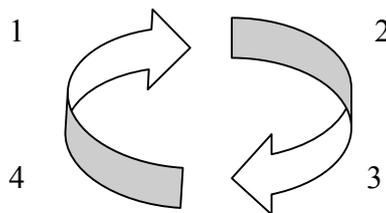


Fig. 3 Circolo di valutazione: 1- La divulgazione funziona come previsto?, 2 – Se no,perchè?, 3 – Cosa deve essere cambiato?, 4- Implementazione delle modifiche.

3 Analisi socio-economica

I risultati dell'analisi socio-economica sono descritti in dettaglio in un rapporto separato (D5 – “Barriers and needs” - “Ostacoli e necessità”). Quello che segue è un breve sommario del rapporto. E' stato usato un approccio a tre stadi – inizialmente è stato fatto uno studio sulla letteratura esistente, poi sono state effettuate alcune interviste per concludere con lo sviluppo di un questionario (pubblicato sul sito web) a cui hanno risposto rappresentanti dei gruppi target di ogni nazione. Gli *studi sulla letteratura di settore* hanno suggerito di affrontare gli ostacoli dividendoli in tre categorie:

- Informazione / conoscenza
- Fattori economici
- Organizzazione

Le interviste e i questionari sono stati organizzati di conseguenza.

Le esigenze e il livello di informazione sono diversi a diversi livelli degli enti / pubbliche amministrazioni. Ad alcuni serve conoscere quali siano le potenzialità tecniche mentre ad altri sono utili le esperienze sulle implementazioni, con particolare riguardo agli aspetti pratici o finanziari – ad esempio informazioni circa i finanziamenti disponibili.

Per quanto riguarda l'aspetto economico, le interviste hanno rivelato che la disponibilità di diversi tipi di finanziamenti varia moltissimo non solo tra le diverse nazioni, ma addirittura tra città e città. L'aspetto economico è spesso visto come l'ostacolo principale ma il budget viene anche considerato in relazione all'output del progetto. L'affidabilità delle soluzioni di risparmio energetico è molto importante e anche i costi di manutenzione, ed il risparmio energetico associati alle diverse soluzioni, devono essere stimati in modo certo.

L'aspetto economico è dunque connesso con gli altri aspetti politici e normativi in modo piuttosto complicato. Soluzioni specifiche si trovano spesso all'interno di un singolo progetto dunque bisogna presentare validi esempi, in modo da stimolare le amministrazioni che non hanno ancora affrontato queste tematiche.

Le interviste hanno rivelato che la figura del decisore principale può variare a seconda di quale sia l'*ente interessato*, da quali organi della pubblica amministrazione siano coinvolti e dal tipo di progetto. La decisione può ad esempio essere influenzata da politici, o presa addirittura da figure esterne quali, ad esempio, consulenti del progetto. Un altro aspetto è che l'introduzione di soluzioni energeticamente efficaci richiede un nuovo modo di strutturare le procedure interne alla pubblica amministrazione – in genere è necessario il coinvolgimento di più uffici. L'aspetto temporale sembra essere un fattore importante: semplicemente, non c'è mai abbastanza tempo per valutare nuove soluzioni.

I questionari hanno sottolineato i risultati delle interviste precedentemente descritte: quel che è richiesto è un'informazione tecnica affidabile, il risparmio energetico ottenibile, e informazioni economiche circa i costi di investimento, quelli operativi e di manutenzione.

Sulla base delle risposte ai questionari, i gruppi target sono principalmente lo staff tecnico interno alle organizzazioni stesse e i consulenti tecnici (progettisti edili). Sono considerati di grande importanza anche i proprietari degli edifici (in alcune nazioni sono il gruppo più importante) e gli imprenditori edili, seguiti dagli utenti degli edifici e dal grande pubblico.

Le risposte ai questionari convergono sul fatto che il modo migliore per raggiungere i gruppi target sembra essere attraverso newsletter inviate via e-mail, oppure tramite siti web con

informazioni specifiche. In terzo luogo sembra ci sia un interesse generale al partecipare a workshop che presentano progetti particolari o tecnologie avanzate.

Nella maggior parte delle nazioni risulta fondamentale avere le informazione in lingua nazionale.

4 Canali informativi in Italia

Principali siti web in riferimento alle diverse strategie di comunicazione

A) Reti cittadine - **B)** Newsletter - **C)** Pubblicazioni professionali - **D)** Giornali - **E)** Mass media generalisti (radio, tv) - **F)** Seminari/workshop per professionisti dell'edilizia

www.reteambiente.it	B) Edizioni Ambiente (pubblicazioni a carattere ambientale e sul tema della sostenibilità)
www.edilio.it	F) Portale per i progettisti nel campo edile, connesso alle fiere di settore Saie, Saie Due, Cersaie, Europolis.
www.anit.it	B), F) ANIT (Associazione Nazionale per l'Isolamento Termico e acustico)
www.fire-italia.it	C), F) FIRE (Federazione Italiana per l'uso Razionale dell'Energia)
www.anab.it	B), C), F) ANAB (Associazione Nazionale Architettura Biologica)
www.edicomedizioni.com	C) Edicom Edizioni (casa editrice nel settore dell'architettura sostenibile)
www.assa-cee.org	F) ASSA (Architettura Sostenibile Sustainable Architecture)
www.kyotoclub.org	B), F) Kyoto Club (organizzazione non profit per raggiungere gli obiettivi del protocollo di Kyoto)
www.ilsolea360gradi.it	B), C), F) Il sole a 360° (Sito e newsletter dell'ISES Italia, International Solar Energy Society)
www.aicarr.it	C), F) Associazione Italiana Condizionamento dell'Aria, Riscaldamento, Refrigerazione
www.mcexpomfort.it	B) Expocomfort (manifestazione internazionale nei settori riscaldamento, condizionamento, energie rinnovabili, ecc.)
www.solarexpo.it	B) Solarexpo (mostra convegno internazionale su energie rinnovabili, generazione distribuita e architettura sostenibile)
www.ilsole24ore.com	B), C), D), E), F)
www.renael.it	A) Rete Nazionale delle Agenzie Energetiche Locali (Network -programma Save della UE - di agenzie regionali e locali per la gestione dell'energia finalizzate ad incentivare l'uso razionale dell'energia e a valorizzare le

risorse energetiche locali e le fonti rinnovabili per lo sviluppo sostenibile).