



OBVESTILO ZA MEDIJE

Vizija URE se uresničuje

Rezultati 3. vala kampanje »Energija si, bodi učinkovit«

Ljubljana, 6.5.2009 - Kampanja »Energija si, bodi učinkovit« je v zadnjih letih prerasla v pravo vseslovensko iniciativo, ki uporabnike ne le osvešča in izobražuje, temveč jih spodbuja k izvajanju ukrepov učinkovite rabe energije - URE. To potrjuje tudi raziskava opaznosti in prepoznavnosti 3. vala kampanje, ki je k razmišljanju o URE spodbudil 40 % anketirancev, skoraj prav toliko (37 %) pa je predlagane ukrepe URE začelo izvajati v svojem domu. Izjemne rezultate je omogočila podpora članov Mreže družbeno-poslovne koristnosti Sinergija.

Porabniki se vse bolj zavedajo, da je potrebno z energijo ravnati učinkovito. Mnogi o tem le razmišljajo, številni pa so v svojih gospodinjstvih tudi dejansko izvedli različne ukrepe za zmanjšanje porabe energije ter posledično znižanje stroškov in zmanjšanje stopnje obremenjevanja okolja, ki nastaja pri proizvodnji in porabi energije.

To potrjujejo tudi rezultati raziskave 3. vala kampanje »Energija si, bodi učinkovit«, ki je k **razmišljanju** o bolj varčni rabi energije **spodbudila 40 % anketirancev, več kot tretjina (37 %) pa je tudi dejansko izvedla vsaj enega od predlaganih ukrepov URE.**

Od predlaganih ukrepov je večina takih, ki ne zahtevajo nobenih investicij, le spremembo navad. Skoraj **polovica (48 %) tistih, ki so spremenili navade, si tako prizadeva ugašati luči, da ne gorijo po nepotrebnem, četrtnina (25 %) izklaplja TV in radio, ko ga ne potrebujejo, približno petina pa pere pri cenejšem toku (18 %) in izklaplja naprave iz stanja pripravljenosti – stand by (13 %).** Za manjšo investicijo, kot je na primer **zamenjava klasičnih žarnic z varčnimi sijalkami** se je med tistimi, ki so izvedli ukrepe URE, odločilo **več kot polovica anketiranih (54 %).** Nekoliko večjo investicijo z **zamenjavo gospodinjstvih aparatov z varčnimi** pa je izvedla približno **tretjina anketiranih (23 %).**

Spodbudna je tudi **prepoznavnost kampanje**, saj je oglaševalski del opazil že vsak drugi anketiranec, vse bolj prepoznaven pa je tudi **slogan kampanje** »Energija si, bodi učinkovit«, ki si ga je zapomnila več kot polovica.



REUS



energija si
bodi učinkovit

Skupina **hse**

Pobudnik kampanje



Informa Echo

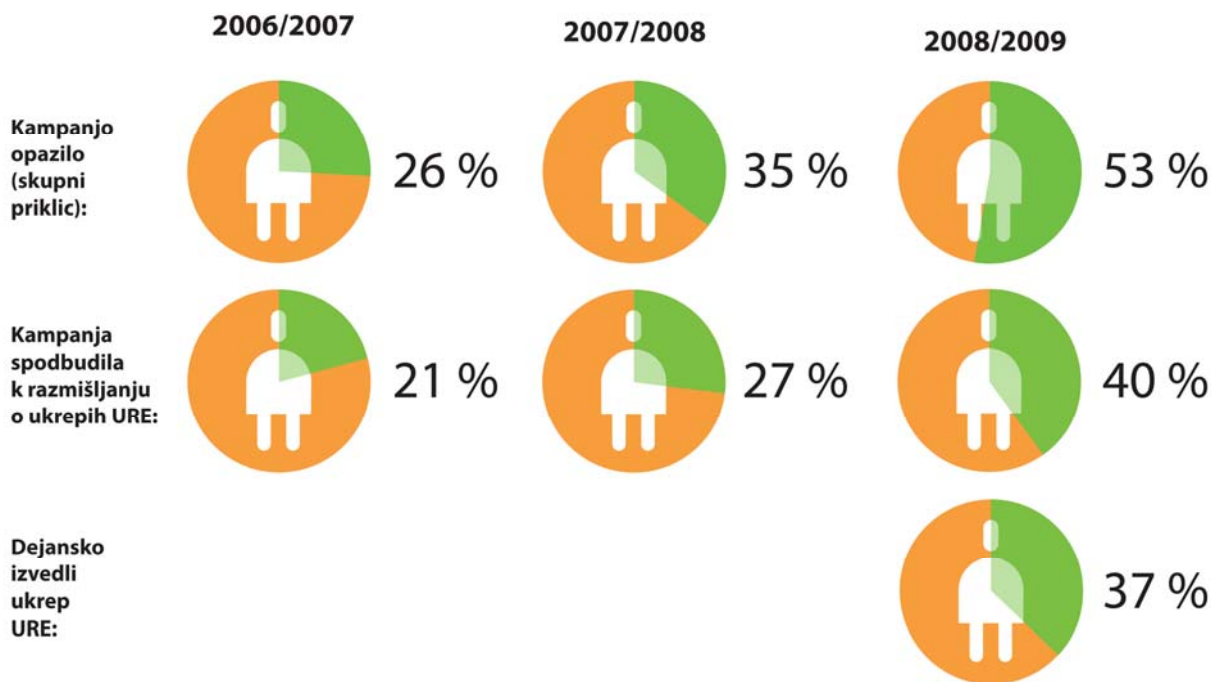
Upravljalec kampanje

Sinergija

Mreža družbeno-poslovne koristnosti



VIZIJA URE SE URESNIČUJE



Primerjava rezultatov raziskave po valovih kampanje

Dobre rezultate kampanje Energija si, bodi učinkovit« so omogočili člani **Mreže družbeno-poslovne koristnosti Sinergija**, ki podpira kampanjo. Mreža Sinergija v skupne akcije spodbujanja URE v okviru kampanje povezuje že več kot 40 podjetij, organizacij in institucij in tako s sinergijskim pristopom dosega bistveno širši krog porabnikov. Glavni investitor pa je Skupina HSE.

Kampanja je dobila dober **odziv tudi pri medijih**, ki so o aktivnostih 3. vala kampanje objavili več kot 180 člankov ter televizijskih in radijskih prispevkov.

Iz potrebe po spremljanju rezultatov kampanje in podobnih pobud je v agenciji Informa Echo, ki je pobudnik mreže Sinergija in nosilec kampanje »Energija si, bodi učinkovit«, letos nastala prva specializirana raziskava energetske učinkovitosti Slovenije, kratko REUS. Kontinuirana raziskava bo omogočila vpogled, koliko smo Slovenci zares učinkoviti pri rabi energije v gospodinjstvih in predstavlja **nadaljevanje vseslovenskih prizadevanj za uveljavljanje učinkovite rabe energije (URE)**. Od začetka aprila po gospodinjstvih po vsej Sloveniji že poteka prvi val raziskave, ki se bo končal zadnje dni maja.



Sinergija

Mreža družbeno-poslovne koristnosti

O 3. VALU KAMPANJE »ENERGIJA SI, BODI UČINKOVIT«

Pobudo za kampanjo »Energija si, bodi učinkovit« je leta 2006 dal HSE - Holding slovenske elektrarne. Agencija Informa Echo je nosilec in izvajalec akcij v kampanji ter pobudnik in upravljalac Mreže družbeno-poslovne koristnosti Sinergija. Posamezne akcije znotraj kampanje nastajajo v sodelovanju s člani Mreže Sinergija, ki so tudi investitorji posameznih akcij.

3. val kampanje se je začel jeseni 2008 in se bo končal sredi maja letos, v njem pa so se zvrstile naslednje akcije:

- **Prihrani do 30 % energije s pranjem pri 30 °C** (oktober 2008)
 - o Pobudnik in investitor: P&G – Ariel
 - o Nosilec in izvajalec: Informa Echo
 - o Sodelujoči člani mreže Sinergija: Gorenje, IJS-CEU.
- **Prihrani do 50 % pri računu za električno energijo** (februar, marec 2009)
 - o Pobudnik in investitor: HSE
 - o Nosilec in izvajalec: Informa Echo
 - o Sodelujoči člani mreže Sinergija: Delo, Dnevnik, IJS-CEU, Media publikum, Pressclipping, PRO Plus, RTV Slovenija, Večer, Žurnal.
- **Znani obrazi svetujejo** (marec 2009)
 - o Pobudnik in investitor: PRO Plus
 - o Nosilec in izvajalec: Informa Echo, PRO Plus
 - o Sodelujoči člani mreže Sinergija: IJS-CEU.
- **Izračunaj svoj CO2 odtis z nagradno igro** (april, maj 2009)
 - o Pobudnik: Informa Echo
 - o Investitor: HSE, Informa Echo
 - o Sofinanciranje: Ministrstvo za okolje in prostor
 - o Nosilec in izvajalec: Informa Echo, Umanotera
 - o Sodelujoči člani mreže Sinergija: Consoriana, Danfoss, Dnevnik, Domenca/Mimovrste, Ekošole, Gorenje, Iprom, Mercator, Merkur, Najdi.si, Pošta Slovenije, PRO Plus, RTV Slovenija, Sončeve pozitivke, Telekom Slovenije, Valicon, Večer, Umanotera, Žurnal.

O RAZISKAVI OPAZNOSTI IN PREPOZNAVNOSTI 3. VALA KAMPANJE

Valicon je raziskavo opravil med 28. marcem in 3. aprilom letos. V raziskavo je zajel 630 anketirancev od 12 do 65 let, podatke pa so zbrali z računalniško podprto telefonsko anketo.

###

Več informacij o kampanji »Energija si, bodi učinkovit« in Mreži družbeno-poslovne koristnosti Sinergija:

Tatjana Šeneker, Informa Echo,
e-mail: tatjana.seneker@informa-echo.si,
telefon: 01 583 93 22, 030 312 660.