

LUCE

sulla povertà
energetica



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO

6 marzo 2019

CAMERA DEI DEPUTATI,
SALA NILDE IOTTI,
PIAZZA DEL PARLAMENTO, 9-ROMA

INIZIATIVA PROMOSSA
DA  **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA  **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

 **Gruppo
italiaenergia**

MEDIA PARTNER

 **QUOTIDIANO
ENERGIA**

I dati in Italia ed in Europa

Progetto SMART-UP Engaging vulnerable consumers to increase energy efficiency using smart- meters

Marina Varvesi

GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA  **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA  **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

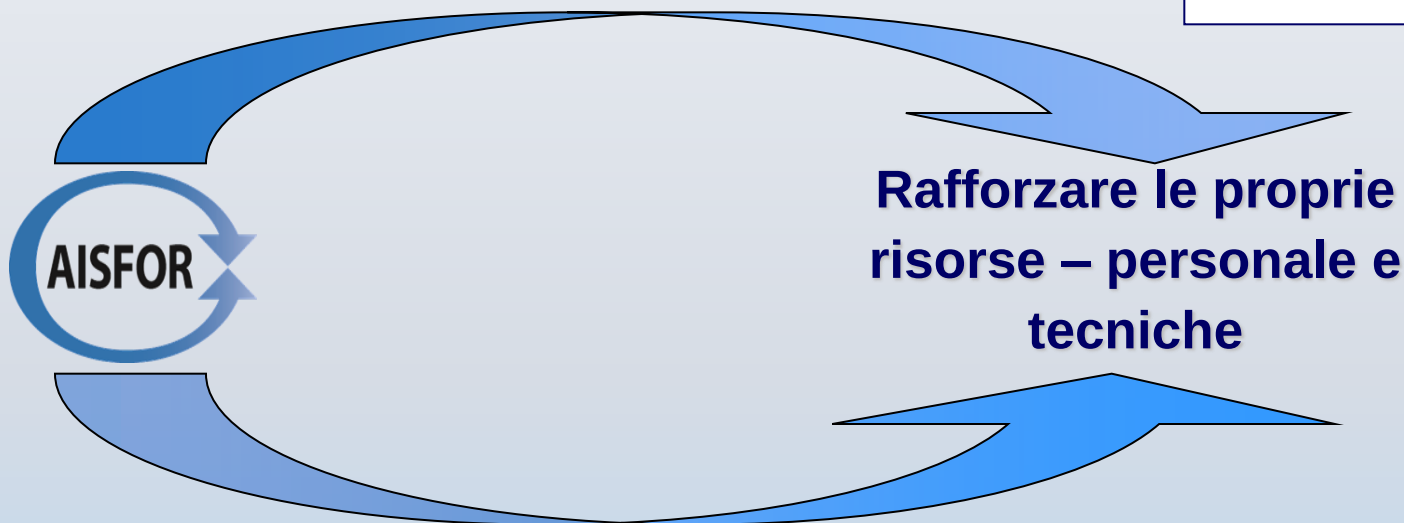
 **Gruppo
italiaenergia**
MEDIA PARTNER
 **QUOTIDIANO
ENERGIA**



AISFOR è una società di **formazione – consulenza** (*knowledge – capacity building*) nata nel 2005 con sede a Roma.

E' strutturata in due aree principali:

1. **Innovazione & sviluppo**
2. **Formazione**



Project title - Acronym	European programme	Project objective	Project date
ASSIST - Support Network for Household Energy Saving ASSIST 	H2020 - EE	Contribute to tackle fuel poverty through the creation of a network of a new integrated professional figure VCEA (Vulnerable Consumers Energy Advisor) and the development of National actions to assist vulnerable consumers	05/2017 – 04/2020
Vulnerable consumer empowerment in a smart meter world SMART-UP 	H2020 - EE	Train front-line staff to provide support to vulnerable consumers on energy efficiency	03/2015 – 02/2018
Energy Auditors Competences, Training and profiles – ENACT 	Erasmus+	Define professional qualifications and competencies (learning outcomes) of energy auditors	09/2014 – 08/2016
You are a Smart Consumer - USmartConsumer 	IEE	Promote efficient use of smart meters and the implementation of innovative services	03/2014 – 02/2017
Skills and competences improvement of workers employed in green sector with e-learning technology use – E-GreenJobs	LLP – LdV (TOI)	Transfer to Poland training courses and develop an ICT knowledge-gap identification system for green technicians	09/2013 – 08/2015
Virtual Registry of the (under – on – above) Ground Infrastructures)	ICT-PSP	Build a virtual cadastre of utilities infrastructures to develop innovative services	01/2013 –

«Povertà energetica» in Europa – quadro delle iniziative

Inizialmente denominata «fuel poverty»



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI
 Gruppo italiaenergia
MEDIAPARTNER
 QUOTIDIANO ENERGIA



«Povertà energetica» in Europa – lista di pubblicazioni

- **Power to the people: Upholding the right to clean, affordable energy for all in the EU** - Right to Energy Coalition (2019)
- **“Impact Report SMART-UP”** (2018)
- **In depth analysis of ASSIST project reports** – ASSIST (2018)
- **Addressing Energy Poverty in the European Union: State of Play and Action** - Harriet Thomson and Stefan Bouzarovski (2018)
-
-
- **Understanding consumer vulnerability in the EU's key markets** – DG Justice (2016), rapporto completo e infografica
- **Consumer vulnerability across key markets in the European Union** - DG Justice (2016)
- **Feasibility study to finance low cost energy efficiency measures in low-income households from EU funds** – DG Energy (2016)
- **Good Practices Aiming to End Energy Poverty** – ufficio del MEP Tamás MESZERICS (2016)
- **Energy Poverty Handbook** –ufficio del MEP office of MEP Tamás MESZERICS (2016)



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

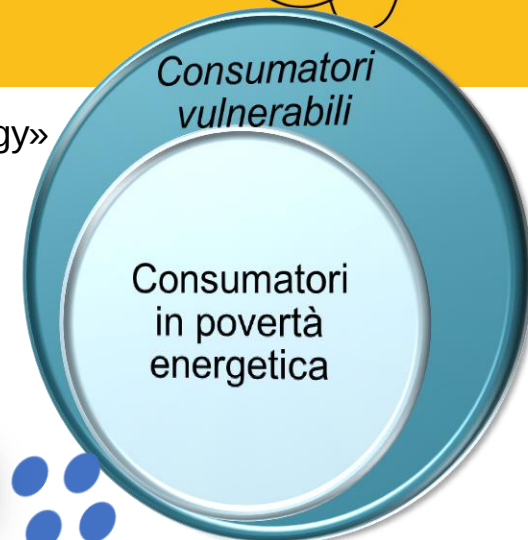
INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI
 **Gruppo
italiaenergia**
MEDIAPARTNER
 **QUOTIDIANO
ENERGIA**



SMART-UP presupposti, obiettivi e barriere

- Bando: Horizon2020 EE2014 - «Consumer engagement for sustainable energy»
- Durata: 40 months (1 Marzo 2015 – 31 luglio 2018)
- Consortium:



Azioni per paese:

- Formare **20 / 25 operatori sociali e/o tecnici**
- Fornire consigli e supporto a **1000 abitazioni**
- Valutare **azioni / strumenti di supporto a 60 abitazioni**

Promuovere l'adozioni di comportamenti efficienti e consapevoli da parte dei consumatori vulnerabili



Identificare e valutare strumenti e mezzi per assistere i consumatori vulnerabili



Contrastare la povertà energetica
Promuovere l'utilizzo degli smart meters



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

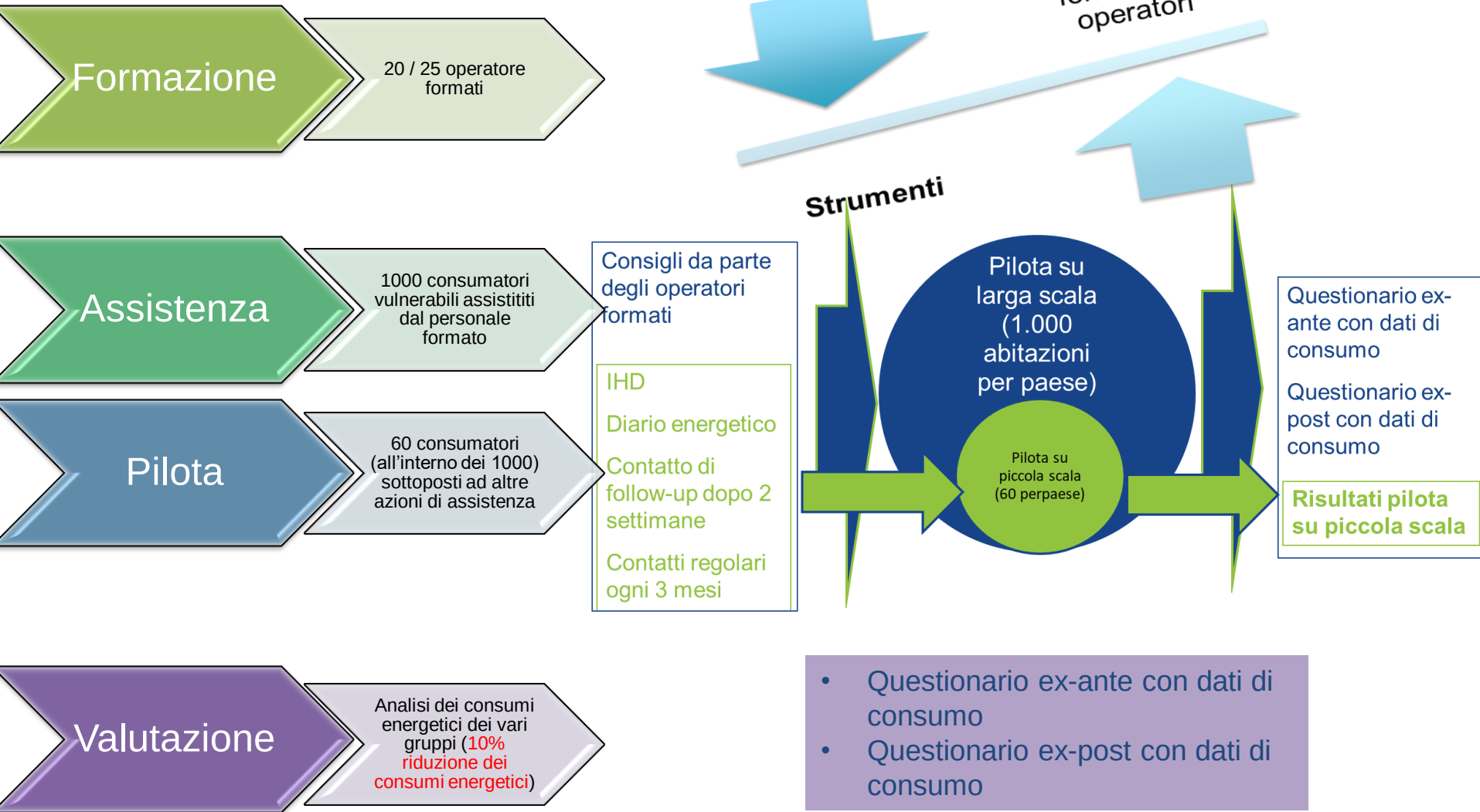
INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

MEDIAPARTNER



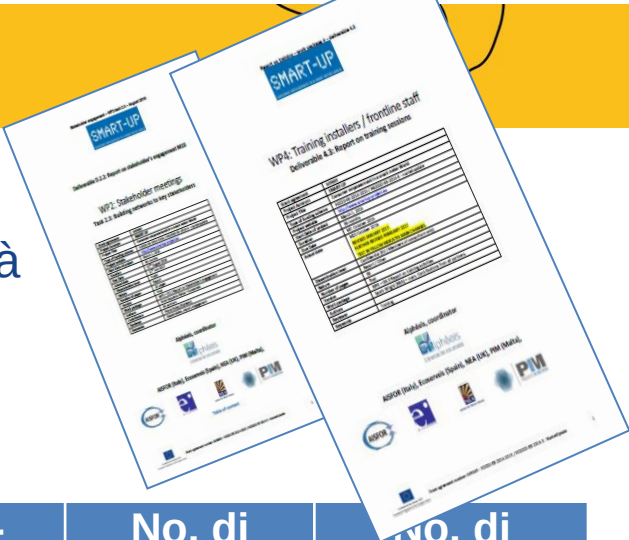
Base concettuale



- Questionario ex-ante con dati di consumo
- Questionario ex-post con dati di consumo

Coinvolgimento stakeholder

- Associazioni non profit impegnati nella lotta alla povertà (e povertà energetica)
- Dipartimenti sociali di comuni
- Associazioni delle case sociali
- Associazioni di consumatori
-



Formazione degli operatori	Stakeholder coinvolti	No. di sessioni di formazione	No. di operatori formati
Francia	2	3	45
Regno Unito	5	15	164
Spagna	3	3	107
Malta	3	6	86
Italia	12	10	128
	25	37	530



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

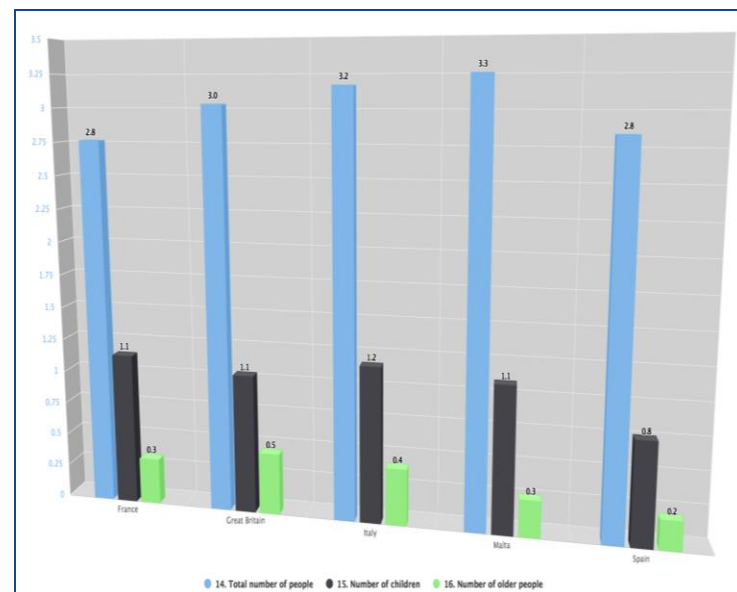
CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI
 **Gruppo
italiaenergia**
MEDIAPARTNER
 **QUOTIDIANO
ENERGIA**



Abitazioni coinvolte (target 1000 per paese)

Francia	919
Regno Unito	105
Spagna	1820
Malta	659
Italia	960
Totale	4463

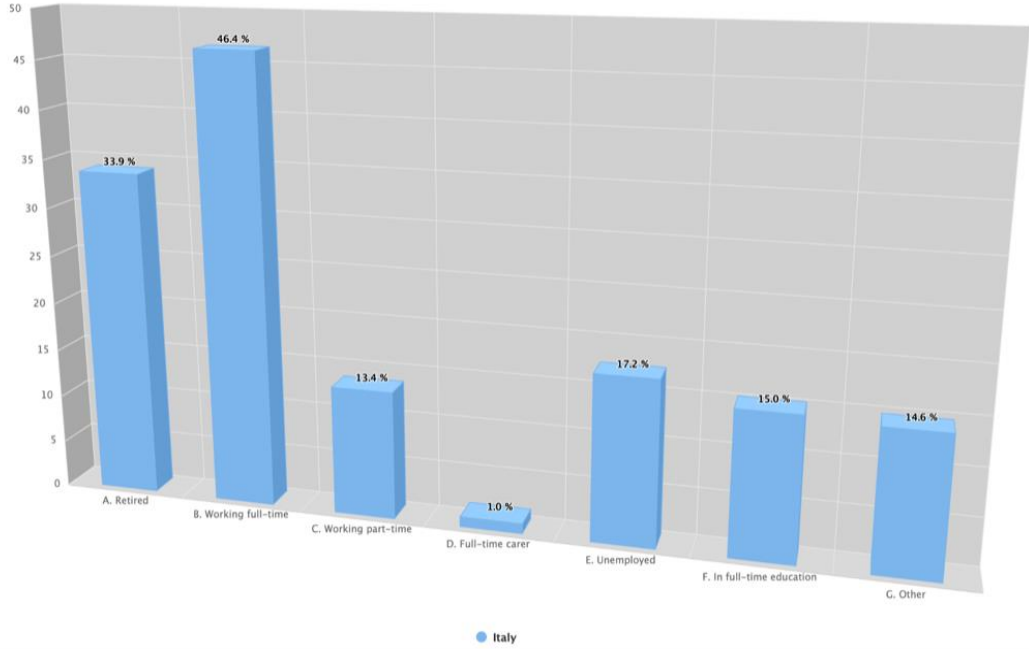
La composizione della famiglia tipo è di 3 persone di cui 1 ragazzo sotto i 15 anni



13.000 consumatori

Caratteristiche famiglie vulnerabili

17. Which of the following applies to the people who live in your home, including yourself?



Of those we reached....

-  **28.6%** of participants were in receipt of means-tested benefits
-  **28.6%** had a long-standing physical or mental health condition or disability
-  **23%** of households contained someone who was retired, **24.7%** someone who was working full time, **13%** someone who was working part time, **41.4%** someone who was unemployed and **41.2%** someone who was in full time education
-  **41.2%** someone who was in full time education
-  **69.8%** said that someone in the household was usually at home all day



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

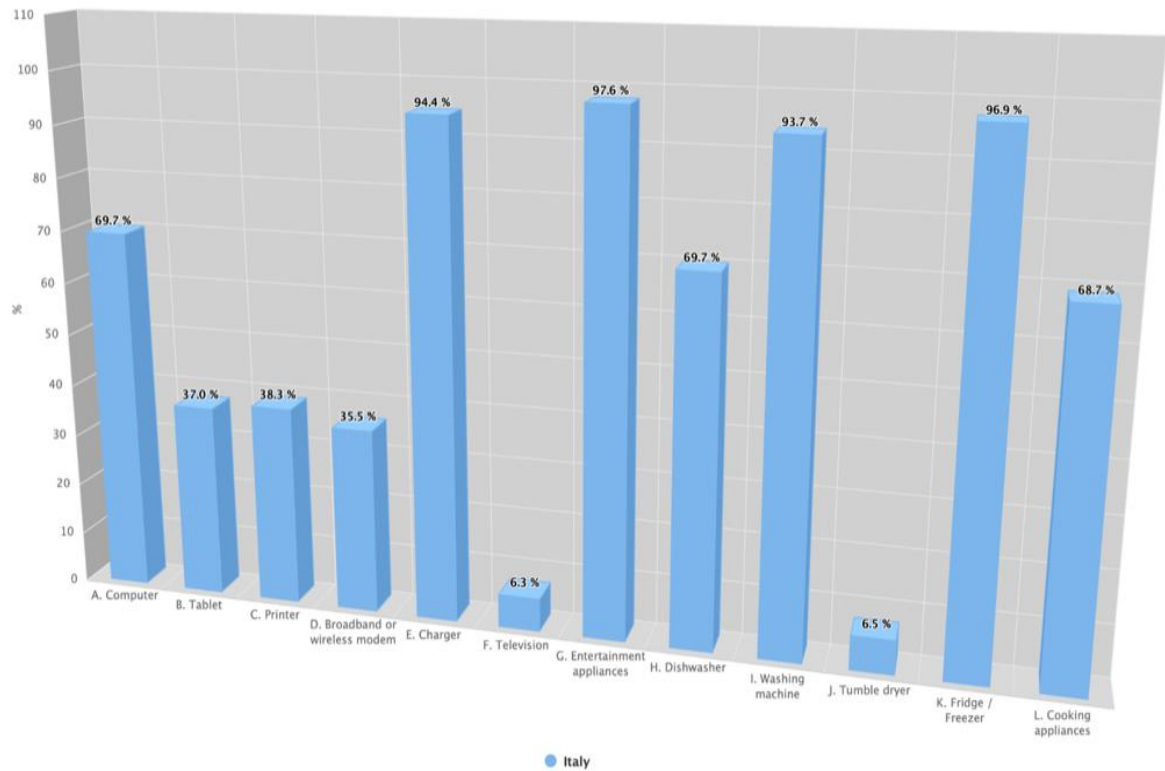
INIZIATIVA PROMOSSA
DA  **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA  **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

MEDIAPARTNER

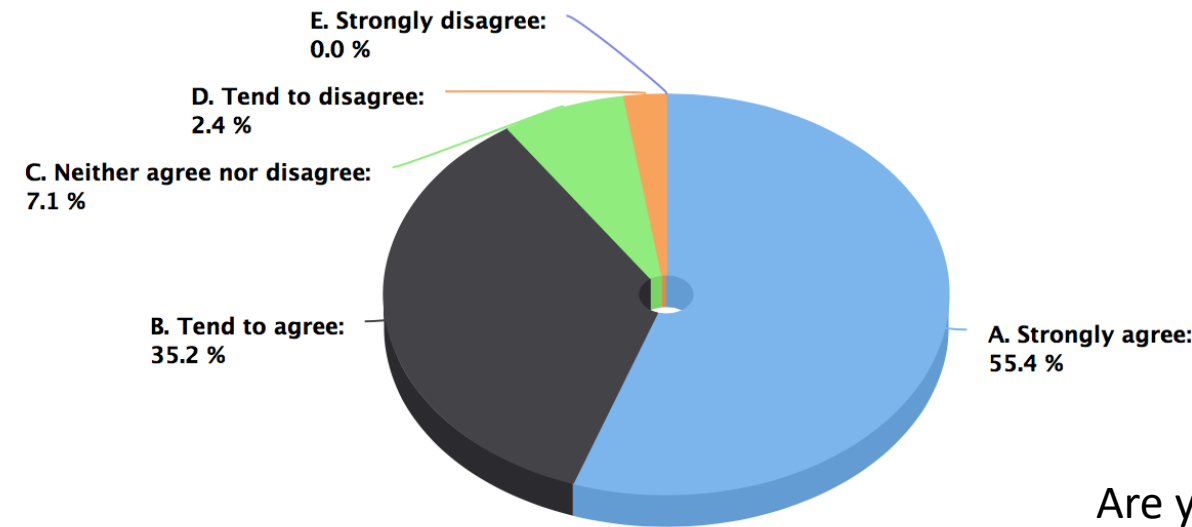



20. Which of the following electrical appliances do you use in your home?

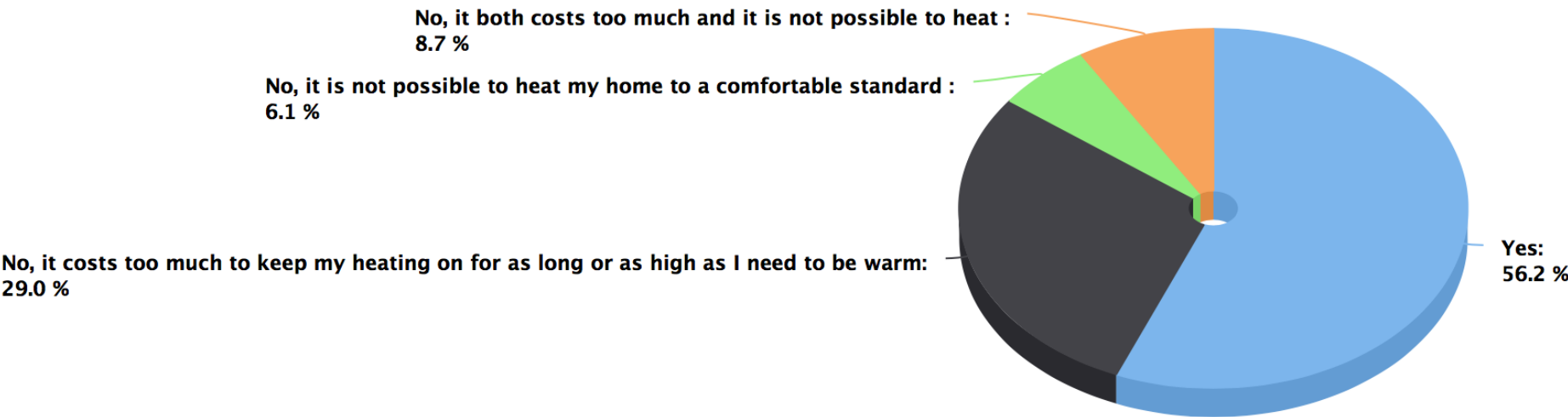


Percezione della bolletta e comfort nella abitazione

5. I often worry about being able to afford my energy bill



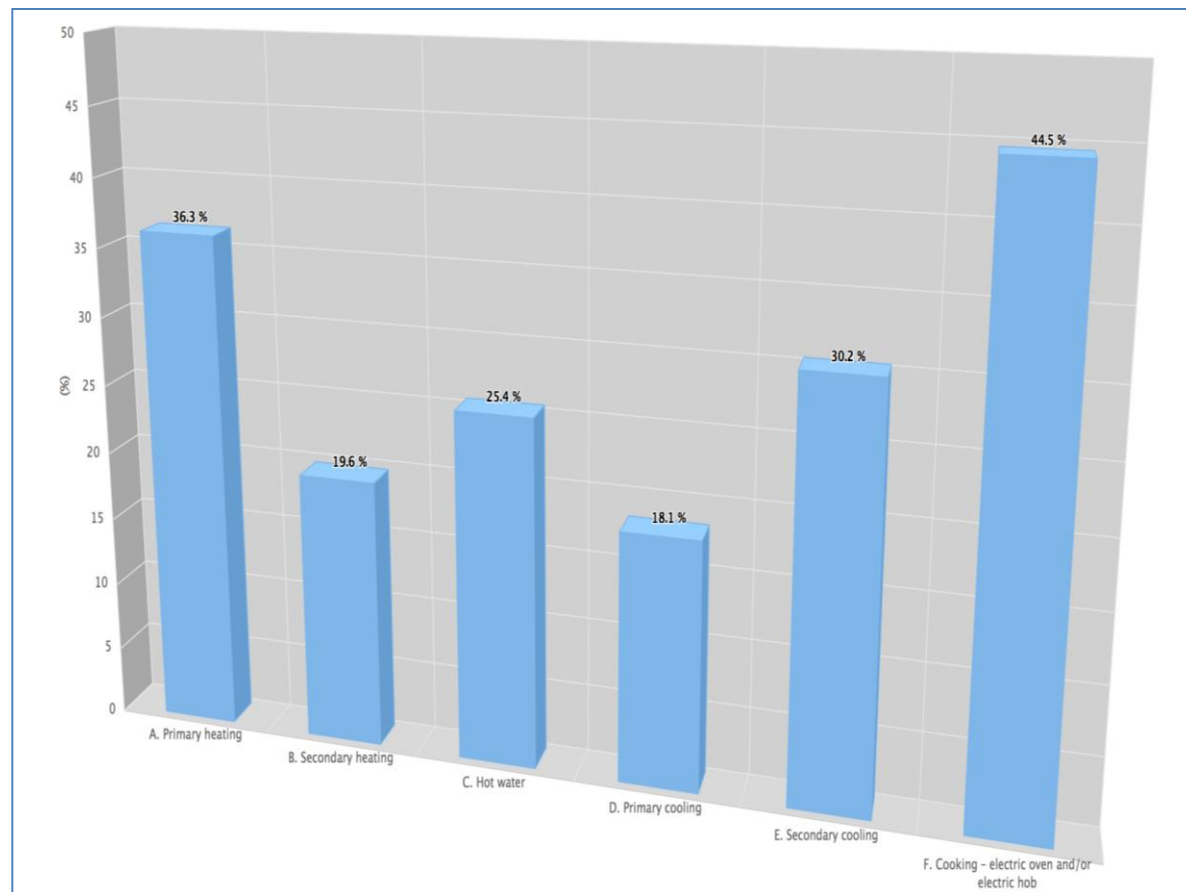
Are you able to keep the home warm?



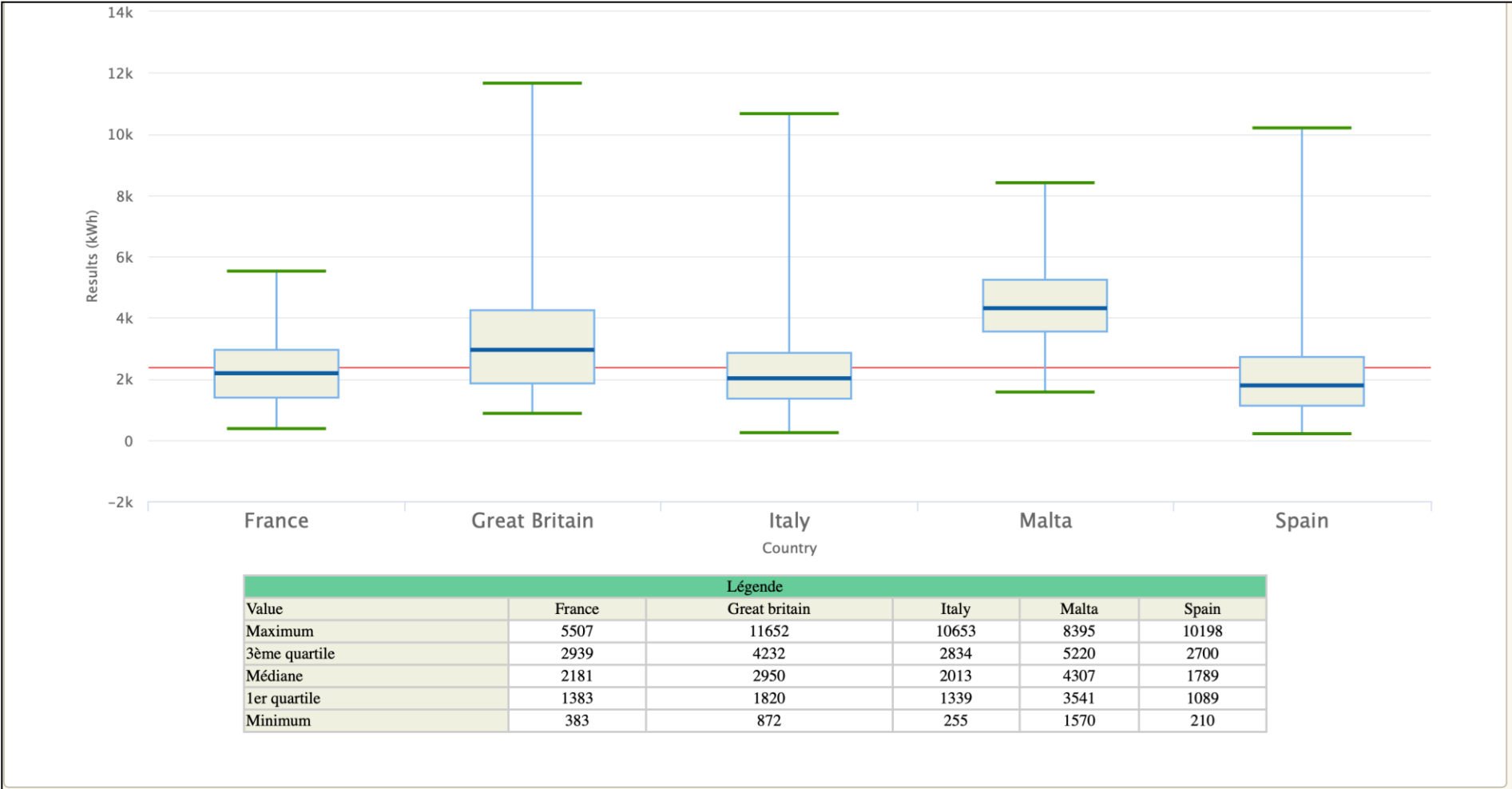
Utilizzo dell'elettricità

Utilizzo dell'elettricità varia da paese a paese, in media:

- 56.3% riscaldamento primario
- 19,6% riscaldamento secondario
- 25,4% acqua calda
- 18,1% raffreddamento primario
- 30,2% raffreddamento secondario
- 44,5% cucinare

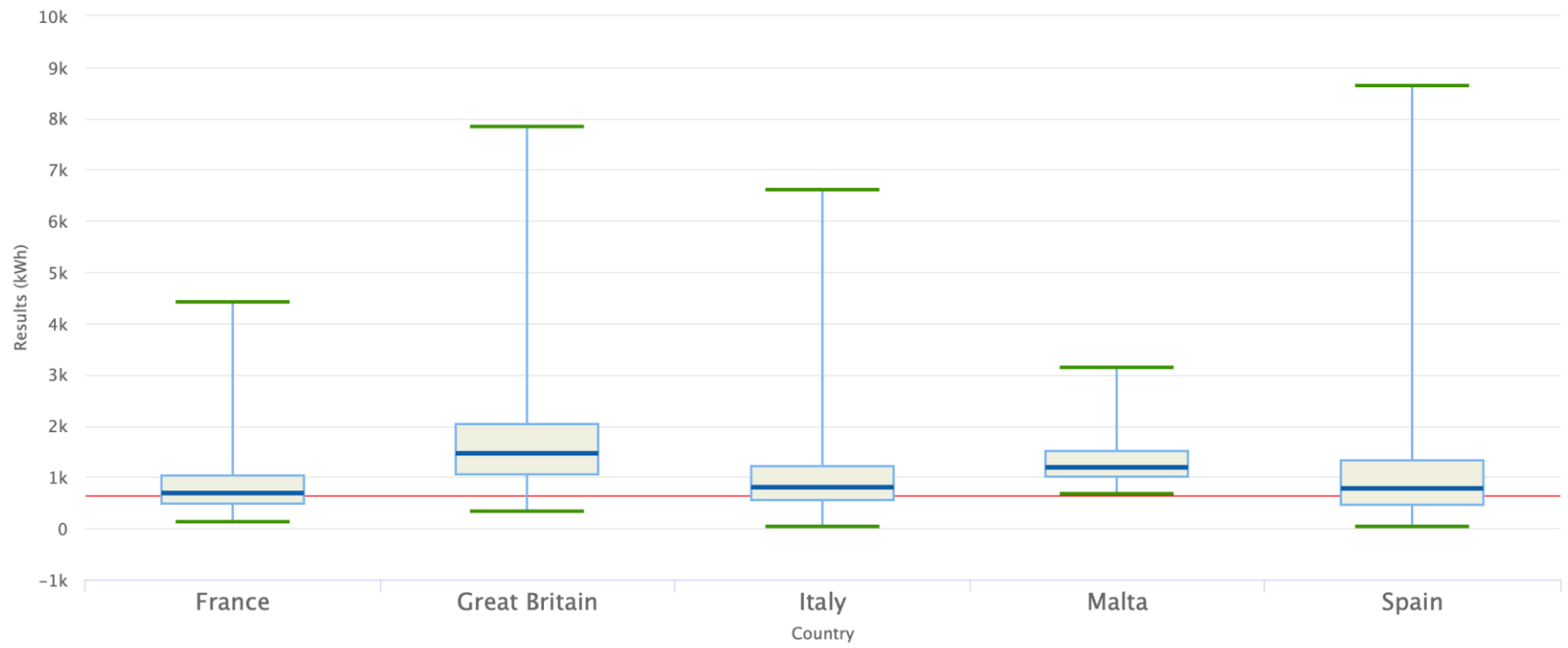


Consumi di elettricità per abitazione



Consumi di elettricità per persona

Consumption of electricity per inhabitant corrected
All the relevant answers (consumption>200)



Legend					
Value	France	Great britain	Italy	Malta	Spain
Maximum	4428	7837	6616	3139	8636
upper quartile	1025	2017	1200	1506	1310
Median	679	1459	806	1200	782
Low quartile	462	1053	540	1004	442
Minimum	141	338	31	669	43



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

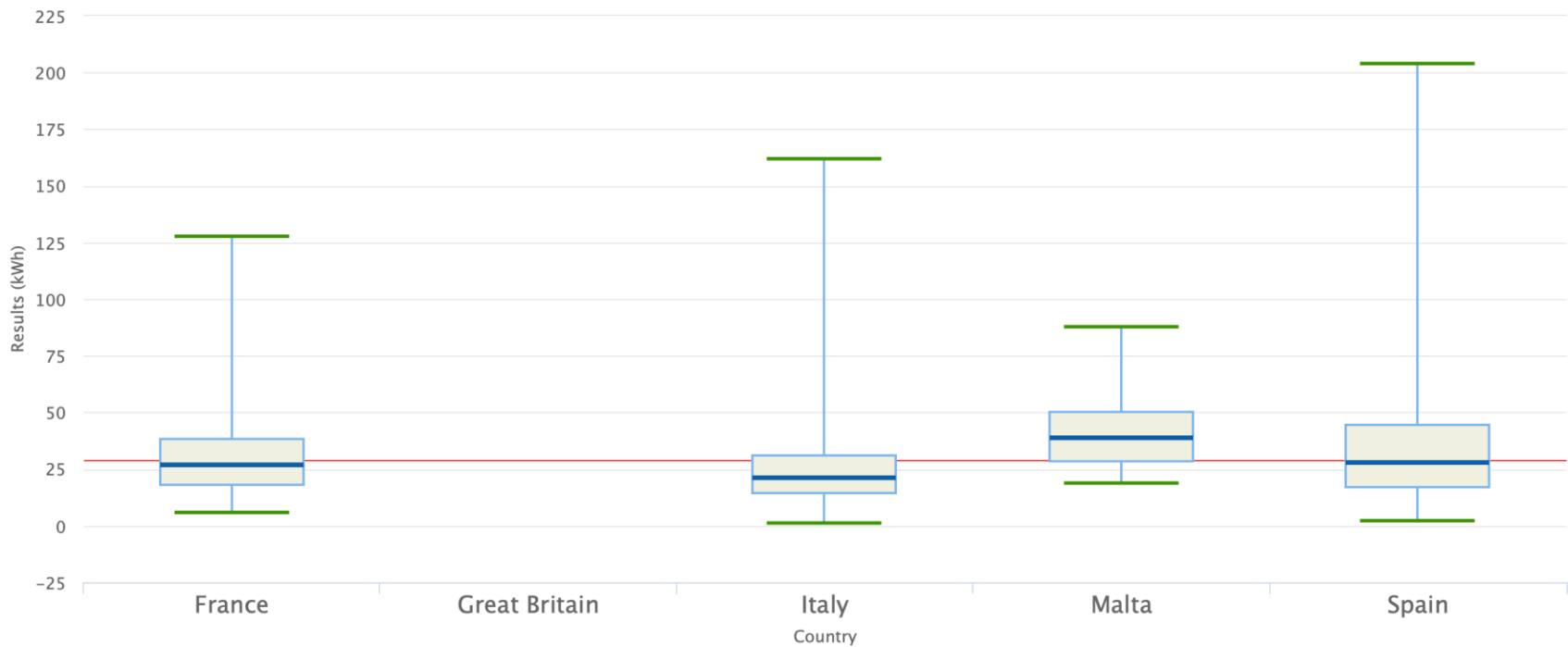
CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

MEDIAPARTNER



Consumi di elettricità per superficie

Consumption of electricity per m2 Corrected
All the relevant answers (consumption>200)



Legend					
Value	France	Great britain	Italy	Malta	Spain
Maximum	128		162	88	204
upper quartile	38	0	31	50	44
Median	27	0	21	39	28
Low quartile	18	0	14	28	17
Minimum	6		1	19	2



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

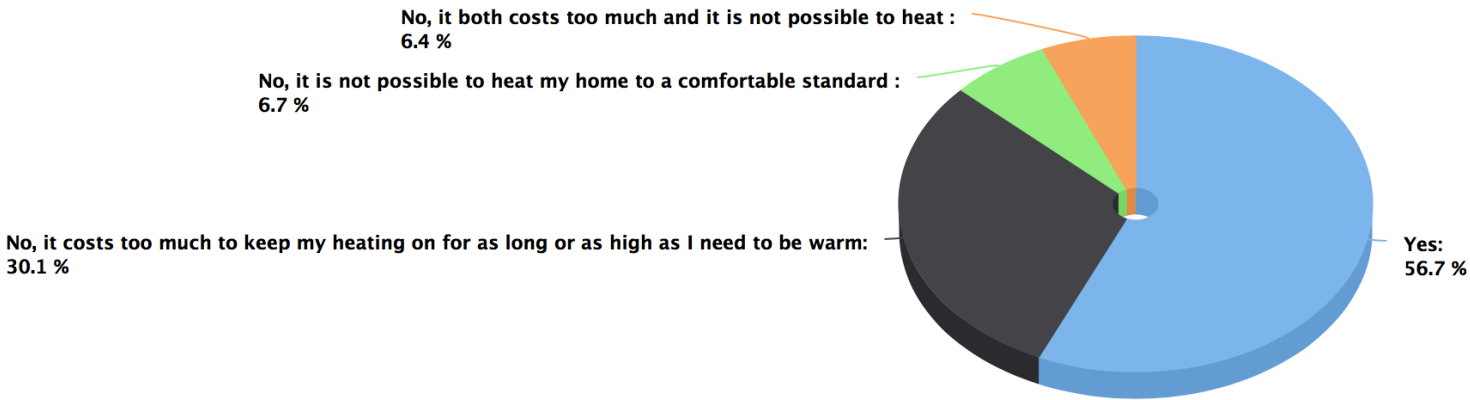
CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

MEDIAPARTNER



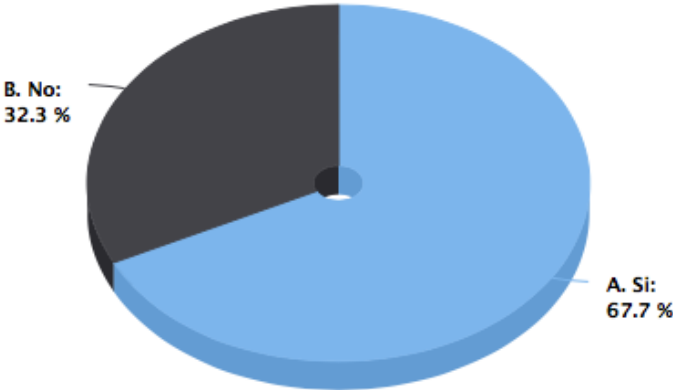
Dati Italia – percezione e conoscenza dei consumi elettrici

Riesci a mantenere l'abitazione adeguatamente calda?

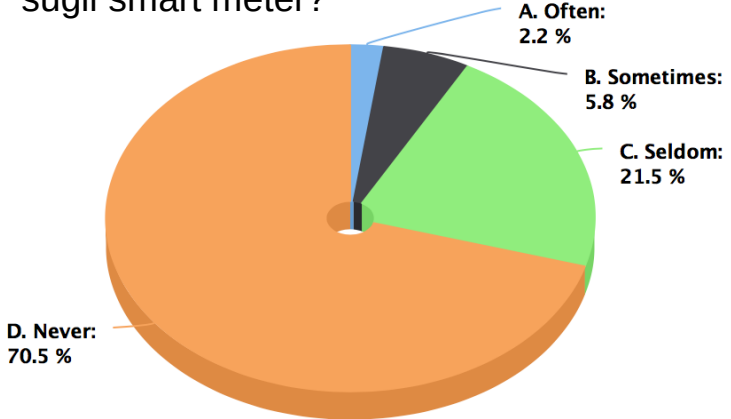


Summer energy poverty – è stato anche chiesto se riuscivano a mantenere l'abitazione adeguatamente fresca d'estate - un grafico simile

Sai leggere lo smart meter?



Quanto spesso controlli i tuoi consumi sugli smart meter?



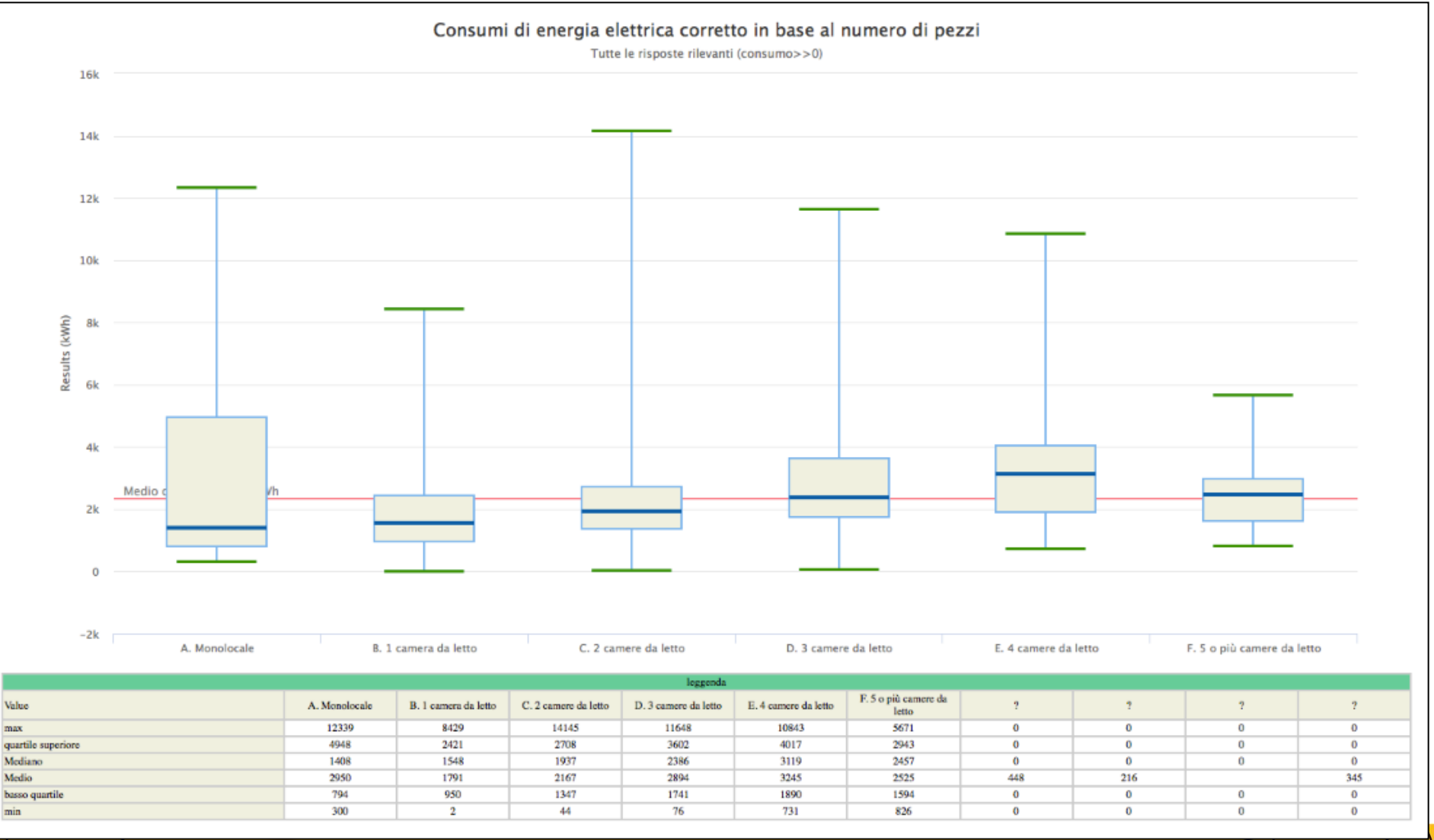
GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI
 **Gruppo
italiaenergia**
MEDIAPARTNER
 **QUOTIDIANO
ENERGIA**



Dati Italia – consumi elettrici per numero di stanze nell’abitazione



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

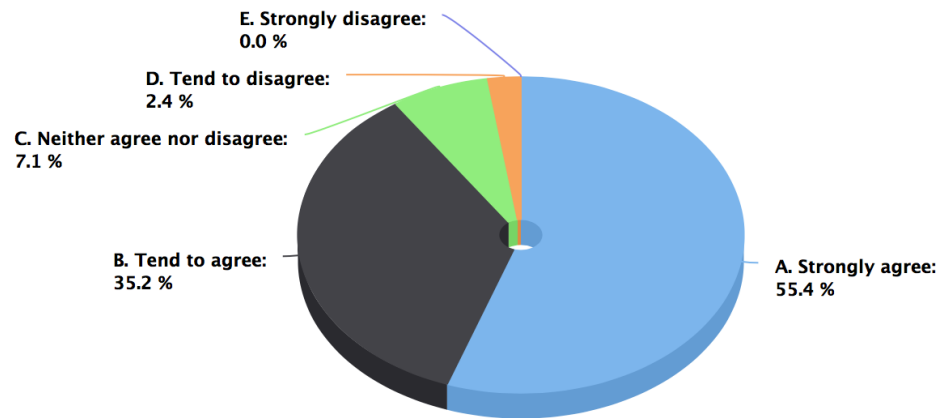
MEDIAPARTNER



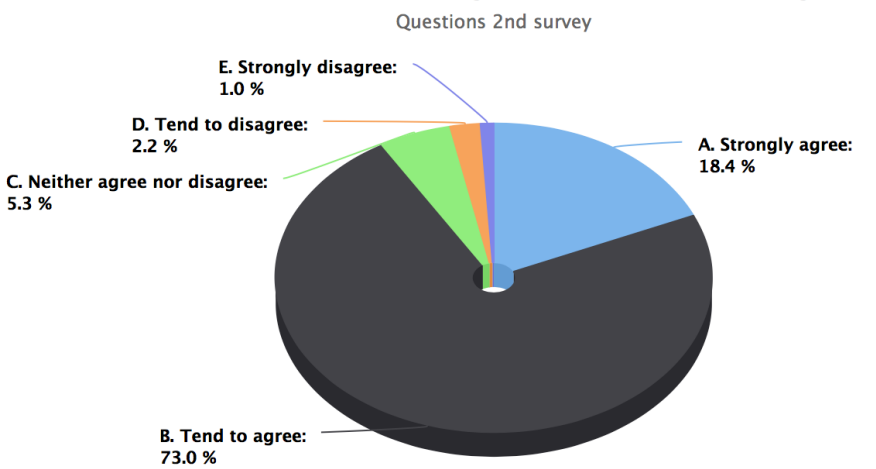
Significativo in termini di conoscenza e percezione dei consumi energetici e non in termini di riduzione

- Prima dell'intervento: **90.6%** hanno espresso preoccupazioni in merito alle bollette
55.4% erano fortemente d'accordo / **35.2%** erano d'accordo
- Dopo l'intervento: **91.4%** hanno espresso preoccupazioni in merito alle bollette
18.3% strongly agreed / **73.1%** tending to agree

5. I often worry about being able to afford my energy bill



1. I often worry about being able to afford my energy bill



Maggiore consapevolezza >> Riduzione delle preoccupazioni legate alla bolletta energetica



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI
 Gruppo italiaenergia
MEDIAPARTNER
 QUOTIDIANO ENERGIA



Risultati pilota – piccola e larga scala

- Riduzione dei consumi elettrici variabile da paese a paese, da gruppo sperimentale – risultati anche negativi (con incremento dei consumi)
- Gli strumenti testato in SMART-UP hanno aiutato i consumatori a conoscere meglio i loro consumi (**NON impatto significativo sui consumi energetici**)
- Gli strumenti mostrano risultati migliori se sono interattive e facili da usare (IHDs Vs. energy diary)
- L'assistenza diretta tramite il contatto con l'operatore è più efficace (Aftercare service Vs. follow-up calls Vs. no human interaction)



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA  **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA  **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI

MEDIAPARTNER






Barriere – soluzioni

Consumatori

- Fiducia nel condividere i dati energetici
- Difficoltà nell'ammettere le proprie condizioni di disagio
- Procedure etiche
- Mancanza di interesse sui consumi energetici / impossibilità di ridurre ulteriormente i consumi

Fornire consigli

- Accuratezza dei dati raccolti
- Mancanza di interesse / volontà di implementare misure
- Consumatori in difficoltà /vulnerabili / povertà energetica) non sono un gruppo omogeneo

Stakeholder sociali

- Mancanza di conoscenza del fenomeno della povertà energetica
- Mancanza di conoscenza e strumenti per poterla contrastare
- Mancanza di tempo e risorse degli operatori

- Collaborare con stakeholder radicati sul territorio che già operano nel fornire supporto
- Comunità energetici / cittadini
- Contatti diretti
- «Spinte» costanti e regolari nei confronti dei consumatori per porre attenzione ai consumi
- Confronto con consumatori in condizioni simili
- Modello formativo simile a SMART-UP come soluzione per permetterli di svolgere un ruolo attivo nel contrasto alla povertà energetica



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

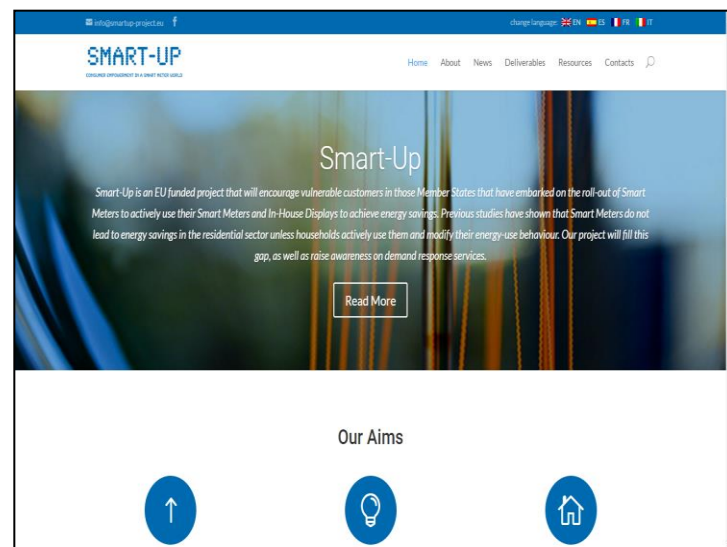
INIZIATIVA PROMOSSA
DA **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI
 **Gruppo
italiaenergia**
MEDIAPARTNER
 **QUOTIDIANO
ENERGIA**



Grazie per l'attenzione

<http://www.smartup-project.eu/>



GIORNATA
DI APPROFONDIMENTO
SUL FENOMENO
E GLI STRUMENTI
PER CONTRASTARLO
6 marzo 2019

INIZIATIVA PROMOSSA
DA  **canaleenergia**
E SOSTENUTO
DA  **adiconsum**

CANALE ENERGIA È UN PRODOTTO DI
 **Gruppo
italiaenergia**
MEDIAPARTNER
 **QUOTIDIANO
ENERGIA**

