



This project is funded by the European Union



Technical Assistance for Enhancement of Institutional Capacity in Energy Efficiency Project

İletişim (Planlaması ve Kampanyası)
Eğitimi
11-13 Eylül 2019





This project is funded by the European Union

❖ Bir iletişim planında...

❖ ARAŞTIRMA

- ❖ Veri toplama
- ❖ Veri analizi
- ❖ Değerlendirme

❖ PLANLAMA

- ❖ Araştırmadan Stratejiye
 - ❖ Hedef kitle
 - ❖ Amaç(lar) ve Etkiler
- ❖ Mesaj, iletişim aktiviteleri ve kanalları
 - ❖ İçerik üretimi
 - ❖ İlgili temaların seçimi
 - ❖ Uygun dil kullanımı
 - ❖ Doğru iletişim kanalı



This project is funded by the European Union

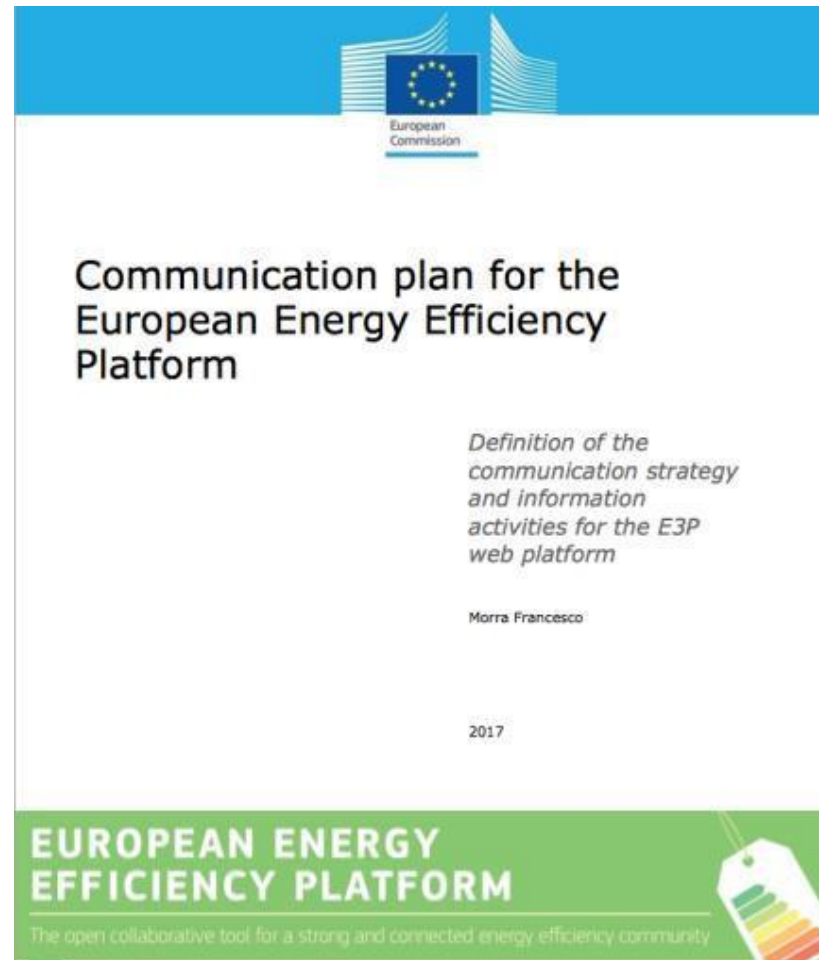
- ❖ **Uygulama**
 - ❖ Zamanlama
 - ❖ Yapım ve yayın hazırlıkları
 - ❖ Lansman (Medya ilişkileri)

- ❖ **Gözden Geçirme ve Sürdürme**
 - ❖ Geribildirim(ler)
 - ❖ Ölçme ve değerlendirme
 - ❖ Raporlama



This project is funded by the European Union

❖ Avrupa Enerji Tasarrufu Platformu (E3P) İletişim Planı





This project is funded by the European Union

❖ **Avrupa Enerji Tasarrufu Platformu (E3P) İletişim Planı**

- ❖ Bilgi alışverişini kolaylaştıran ve çevrimiçi uzmanlar topluluğunun gereksinimlerini karşılayan bir araç olarak E3P - Avrupa Enerji Verimliliği Platformu web platformu
- ❖ Rapor, E3P web platformu için
 - ❖ İletişim hedeflerinin neler, hedef kitlelerinin kimler, bu hedeflere nasıl, hangi araçlarla ve ne tür mesajlarla ulaşılabileceğini belirten bir iletişim stratejisi
 - ❖ Tanıtım odaklı bir konsept



This project is funded by the European Union

❖ Avrupa Enerji Tasarrufu Platformu (E3P) İletişim Planı

❖ (Bütünleşik) İletişim Planı

- ❖ swot analizi
- ❖ amaç(lar)
 - ❖ uzun vade
 - ❖ orta vade
 - ❖ kısa vade
- ❖ hedef kitle(ler)
 - ❖ birincil kitleler
 - ❖ ikincil kitleler
- ❖ iletişim karması
- ❖ online- off line iletişim
- ❖ medya stratejisi
- ❖ iletişim aktiviteleri
- ❖ içerik stratejisi
- ❖ Kişilik
- ❖ içerik türleri
- ❖ değerlendirme



This project is funded by the European Union

❖ Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı 2017-2023

8) Eylemin Kodu ve Adı	: Y8-Farkındalık, Eğitim ve Bilinçlendirme Faaliyetlerinin Yürütülmesi
Amacı	: Ülke çapında bütün nihai enerji tüketim sektörlerindeki kullanıcılara enerji verimliliği konusunda bilgi vermenin yanı sıra onları enerji verimliliği sağlayacak yaklaşımları benimsemeye ve enerji verimliliğine yatırım yapmaya ikna eden bir bilgilendirme ve eğitim faaliyetlerinin yürütülmesidir.
Yürütülecek Faaliyetler	:

19

Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı 2017-2023

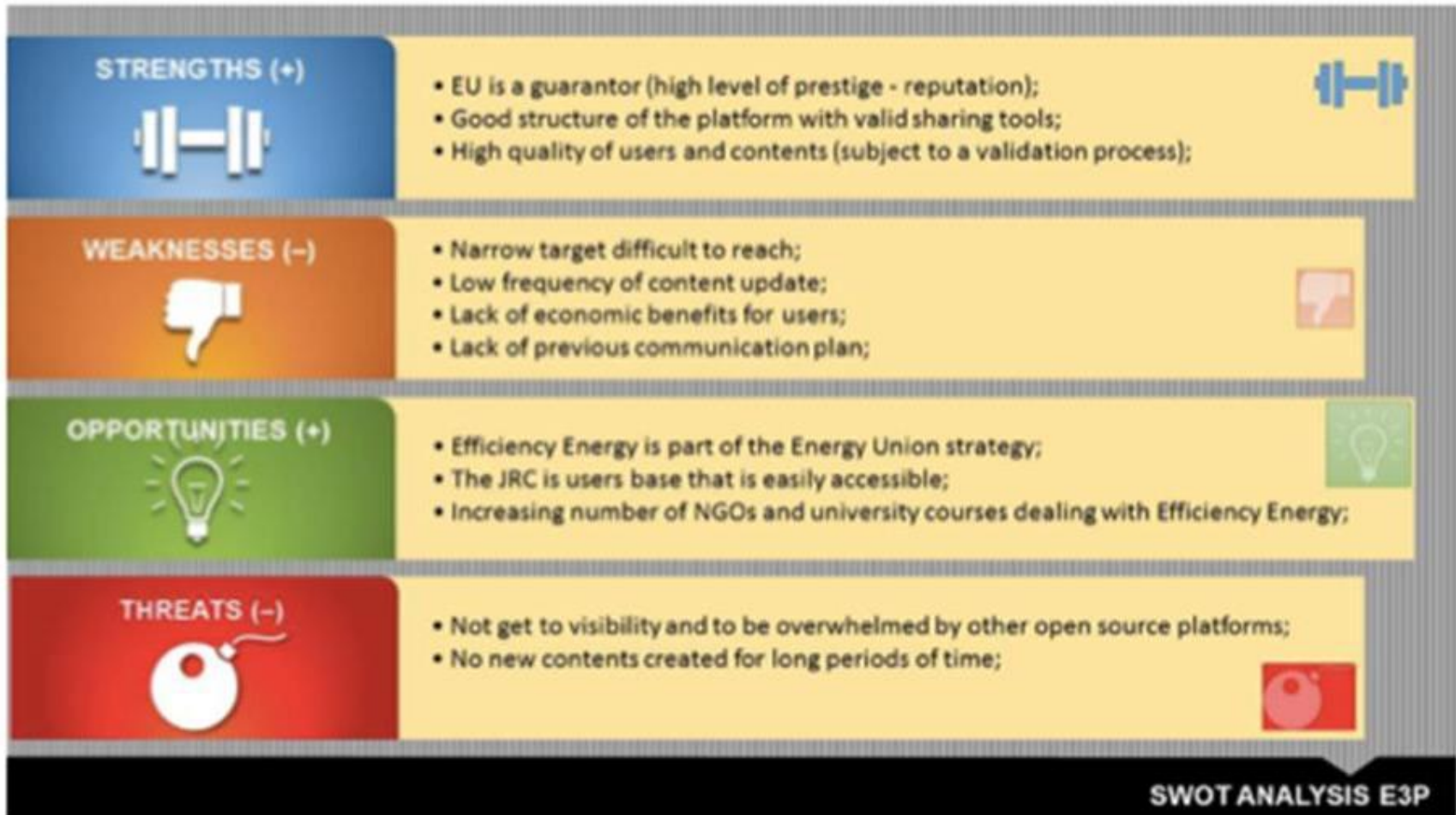
- Farkındalık ve bilinçlendirme faaliyetlerinde kullanılan farklı alternatifler incelenecek, bu alternatiflerin uygulama derinliği ve etkinliğine dair analizler yapılarak bilinçlendirme çalışmalarında kullanılacak araçlar belirlenecektir.
- Enerji verimliliği ile ilgili teknolojik gelişmeler ve başarılı uygulamalar hakkında bilgilendirme yapılması amacıyla, son kullanıcıların, çevrimiçi kurslar, öğrenim materyalleri, araçlar, kılavuzlar, oyunlar, çevrimiçi konferanslar gibi farklı eğitim etkinliklerine ulaşabileceği bir serbest erişim platformu oluşturulacaktır.
- Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü'nün internet sayfasında enerji verimliliğine yönelik ayrı bir platform oluşturulacaktır.
- Platformda alt sektörlerle yönelik güncel istatistik veriler ve raporlar paylaşılabilecektir.
- Farkındalık, eğitim ve bilinçlendirme faaliyetleri sektör ve hedef kitle odaklı olarak bir bütün halinde etkinlik seviyesi ölçülerek yıllık olarak gözden geçirilecek şekilde planlanacak ve devam ettirilecektir.

Çıktılar ve Göstergeler	: Bilinçlendirme faaliyetleri, faaliyet etkinlik ölçümleri, planlamalar, enerji verimliliği bilincinin ve nitelikli eğitimlerin artışı
Sorumlu Kurum	: Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İlgili Kurum/Kuruluş	: Kamu, Özel Sektör ve Sivil Toplum Kuruluşları
Zaman Planı	: İletişim Stratejisi belirlenerek, geliştirilecek planlamalar çerçevesinde eylemin uygulamasına geçilecektir.



This project is funded by the European Union

Figure 1. SWOT analysis



Source: JRC



This project is funded by the European Union

❖ amaç(lar) uzun vade, orta vade, kısa vade

❖ Uzun

- ❖ Bilgi alışverişini kolaylaştırmak ve çevrimiçi topluluk uzmanlarının ve politika yapımcıların ihtiyaçlarını karşılamak
- ❖ Enerji verimliliği politikalarının tasarımını ve uygulamasını engelleyen kapsamlı ve tutarlı veri miktarını artırmak

❖ Orta (SMART: (Belirli, ölçülebilir, ulaşılabilir, gerçekçi ve zamanında)

- ❖ Giriş sayfasının ve ana sayfaların (Veri Merkezi, WikEE, Topluluk) veya belirli içeriğin genel görünüm sayısı;
- ❖ Ortalama ziyaret süresi;
- ❖ Avrupa Birliğinden ve dışarıdan kayıtlı kullanıcı sayısı;
- ❖ Farklı araçlar aracılığıyla paylaşılan bilgi ve içerik (DataHub'taki veri setlerinin sayısı; WikEE'deki makale sayısı, Topluluktaki grupların sayısı, etkinliklerin ve yayınların sayısı);
- ❖ Artırmak

❖ Kısa

- ❖ Ziyaret sayısında, ortalama ziyaret süresinde ve kullanıcı sayısında% 30'luk bir artış,
- ❖ Paylaşılan bilgilerin% 20 oranında bir artış.



This project is funded by the European Union

❖ Hedef kitle

❖ Ana hedef kitle

- ❖ AB kurumlarında, üye devletlerde, uluslararası kuruluşlarda ve üçüncü ülkelerdeki politika yapıcılar ile Avrupa, ulusal ve yerel düzeydeki kamu idareleri;
- ❖ Bilimsel topluluk, özellikle farklı çalışma ortamlarından (üniversiteler, kamu araştırma kuruluşları / kurumları, organizasyonlar, araştırmacılar) uzmanlar ve paydaşlar;
- ❖ Sanayi ve ticaret kuruluşları (STK'lar)

❖ İkincil hedef kitle

- ❖ Konu ile ilgilenen tüm uzman kişiler, uzman medyanın gazetecileri ve aynı zamanda anahtar olarak tanımlanan sektörlerden uzmanlar, enerji verimliliği sektörleri: ürünler, binalar, şehirler, sanayi, enerji üretimi ve dağıtımları ve ulaştırma.



This project is funded by the European Union

❖ İletişim karması (online – offline iletişim)

❖ Online iletişim- İç

- ❖ İlk amaç, potansiyel kullanıcılara web platformunun nasıl çalıştığını ve bunları kullanarak elde edebilecekleri avantajları anlamalarını sağlamak için bazı görsel iletişim ürünleri sunmak
 - ❖ Eğitim klipleri (görsel-işitsel ürünler ve/veya animasyonlar);
 - ❖ Powerpoint sunumları; Bilimsel posterler; İnfografikler.
 - ❖ E3P görsel kimliğini gözden geçir;
 - ❖ E3P web sitesini daha iyi bir gezinti deneyimi için ve ana sayfadan başlayarak yeniden tasarlama (<https://e3p.jrc.ec.europa.eu/>)



This project is funded by the European Union

❖ İletişim karması (online – offline iletişim)

❖ Dış stratejinin temel eylemleri:

- ❖ “Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji” konusu (Üniversiteler, STK'lar, Endüstriler, Araştırma merkezleri) ile ilgili diğer platformlarla, bu platform ve web siteleri arasında bir bağlantı oluşturma niyetiyle bağlantı kurmak ve bunları artırmak.
- ❖ JRC üyelerinden (özellikle C "Enerji, Ulaşım ve İklim" personeli) personelden başlayarak platformun potansiyel kullanıcılarının uygun bir listesini oluşturun.
- ❖ Daha önce yaratılmış çevrimiçi ürünleri paylaşmak ve uygun bir "Sosyal Medya Stratejisi" hazırlamak için Avrupa Komisyonu ve Ortak Araştırma Merkezi'nin (Facebook, Twitter ve YouTube) sosyal medya ağlarını kullanın.
- ❖ E3P platformuna yönlendiren bir bağlantıya sahip küçük bir promosyon düğmesi / afiş oluşturun ve onu sayfalarına ekleyebilecek diğer EUROPA ve harici web siteleriyle paylaşın.



This project is funded by the European Union

❖ İletişim karması – Offline iletişim

- ❖ Açıklamalı kitapçıklar
- ❖ Posterler
- ❖ Katlamalı broşürler
- ❖ Roll ups
- ❖ 6 ayda en az iki kez –
 - ❖ Bir organizasyon düzenlemek, paydaşlarla projeyi paylaşmak için uluslararası ve geleneksel medya ile iletişim kurmak (bilimsel dergiler, bilimsel TV programları)



This project is funded by the European Union

❖ **Medya Stratejisi (iki aşamalı akış: medya ve kanaat önderleri)**

❖ **İletişim aktiviteleri**

- ❖ Halkla ilişkiler ve doğrudan pazarlama (e-posta, viral etki)
- ❖ Digital pazarlama (Linked-in, Facebook, Twitter)
- ❖ Özel hashtag (#E3P gibi)
- ❖ Platformun tanıtımının yapabileceği enerji konusuyla ilgili seminer ve kongreler bulmak için bir araştırma yapmak
- ❖ Uzman grupların E3P konusundaki makaleleri, topluluklarda ağ üzerinden bilgi paylaşımını kolaylaştırma.
- ❖ Bilim adamları ders verebilir ve soruları yanıtlayıp canlı oturumlarla periyodik olarak webinar, olayların canlı yayını
- ❖ Enerji ve çevre alanında yer alan, popüler olan belirli bir kişiye veya bir grup insana platformumuzu kullanmalarını ve değerlendirmelerini ve raporlamalarını isteme



This project is funded by the European Union

❖ **Değerlendirme**

- ❖ On line istatistikler
- ❖ Görüşmeler, beyin fırtınası, anketler ve odak gruplar gibi iletişim faaliyetlerinin etkisinin niteliksel değerlendirmesi



This project is funded by the European Union

- ❖ **İçerik Stratejisi**
 - ❖ İletişim kurulmak istenen iki temel kavram
 - ❖ Enerji verimliliği politikalarının önemi;
 - ❖ Bilgi paylaşımının değeri.

- ❖ Verilmek istenen mesaj
 - ❖ **"Consume less, share more"**
 - ❖ (daha az tüket, daha çok paylaş)



This project is funded by the European Union

❖ **Kimlik**

- ❖ Resmi ve ciddiyet fikrini iletmek için profesyonel ve yetkin bir dil kullanımı,
- ❖ İçeriklerin kolayca anlaşılabilir olması
- ❖ Yazı tiplerinin oluşturulmasında, renklerin ve mesajların iletilmesinde, E3P platformunun değerlerini vurgulayacak bir yapı



This project is funded by the European Union

❖ İçerik Tipleri (üç içerik tipi)

- ❖ Pazarlama önlemleri, platformun tanıtımını yapan genel fikirlerdir. Video veya infografik gibi bazı araçları kullanarak, acil iletişim için uygun olabilirler. Bu içerik şu soruları yanıtlamalıdır:
 - ❖ E3P nedir? E3P kimin için? E3P hangi amaçlara sahiptir? E3P neden doğdu? E3P hakkında daha fazla bilgiyi nereden bulabilirim?
- ❖ Bilgi önlemleri, platformla ilgili bazı detayları açıklamak için özel bilgilerdir. Aşağıdaki soruları cevaplayacaklar:
 - ❖ Platforma nasıl üye olunur? Platformdaki bilgiler nasıl paylaşılır? Paylaşılan bilgilerimin hangi doğrulama süreci olacak? Ortak çalışma araçları nelerdir ve nasıl çalışırlar? Arama araçları hangileri? Tematik alanlar ve çapraz tematik alanlar arasındaki fark nedir?

Portal Hakkında

—	Portal Hakkında
	Proje Hakkında
	Bilgi Bankası
	Yayınlar
	Destek ve Teşvikler
	Kullanım Kılavuzu

ENVER Portalı,

Sanayide Enerji Verimliliği projesi kapsamında, enerji verimliliği konusunda faaliyet gösteren paydaşların faaliyet ve uygulamalarına ilişkin içeriği sunmak ve veri girişi sağlamak amacıyla geliştirilmiş bir portal ve içerik yönetim sistemi olarak planlanmıştır.

Portal, enerji verimliliği konusunda faaliyet gösteren tüm kurum ve kuruluşların faydalanacağı, süreçlerin etkin bir şekilde yürütülüp veri toplama, değerlendirme, analiz ve paylaşım işlemlerinin yapılabileceği entegre bir bilişim sistemi olarak yapılandırılmıştır. Portal, enerji verimliliği verilerinin etkin olarak toplanmasının sağlanması, veri analizi, enerji verimliliği ölçümleri, kıyaslama çalışmaları, enerji verimliliği konusunda çalışan tüm aktörlerin ilgili olduğu paydaşlar arasında elektronik ortamda yapılmasının sağlanması, paydaşlar arası veri değişim ve entegrasyon, politika oluşturma ve uygulamalara karar destek hizmeti, enerji verimliliği konusunda kamuoyunu ve tüm paydaşları bilgilendirme ve yetkiler çerçevesinde sunulması gibi oldukça geniş bir çerçeveyi kapsamaktadır.

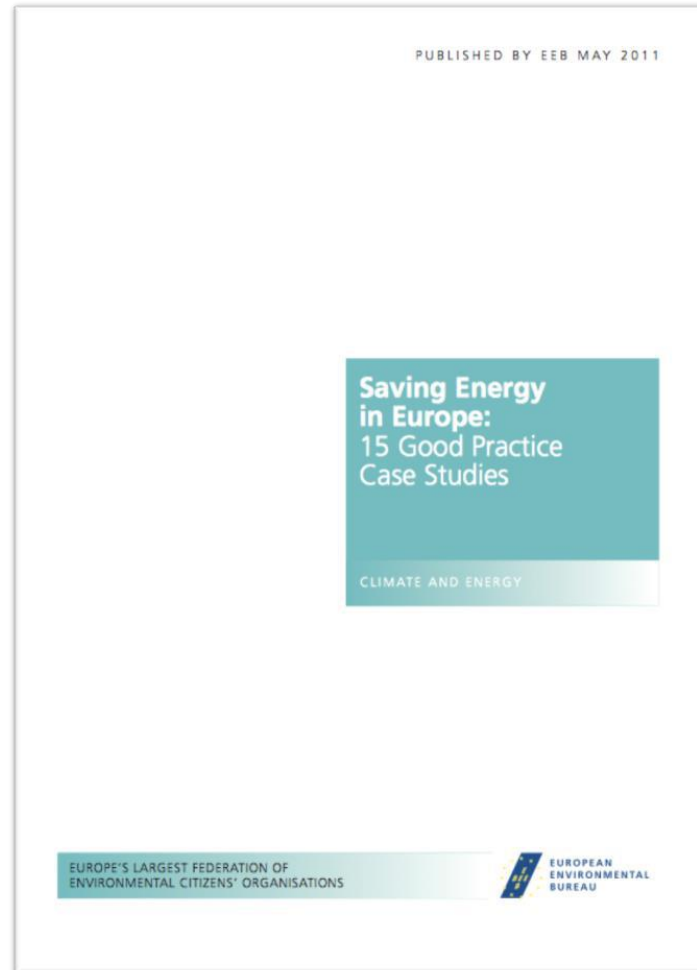
ENVER Portalı, 18/04/2007 tarih ve 5627 Sayılı Enerji Verimliliği Kanununun 7 nci maddesinin birinci fıkrasının "(2) numaralı alt bendinde yer alan " Endüstriyel işletmeler ve enerji yöneticisi çalıştırmakla yükümlü olan b

**İNCELE**



This project is funded by the European Union

❖ Saving Energy in Europe: 15 Good Practice





This project is funded by the European Union



Warm Front Scheme, England

← → ↺

www.gov.uk/the-warm-home-discount-scheme

Home > Benefits > Heating and housing benefits

Warm Home Discount Scheme

Contents

— Overview

[If you get the Guarantee Credit element of Pension Credit](#)

[If you're on a low income](#)

[Energy suppliers](#)

Overview

You could get £140 off your electricity bill under the Warm Home Discount Scheme.

The money is not paid to you - it's a one-off discount on your electricity bill, between September and March.

You may be able to get the discount on your gas bill instead if your supplier provides you with both gas and electricity. Contact your supplier to find out.

Related content

[Cold Weather Payment](#)

[Winter Fuel Payment](#)

[Pension Credit](#)

The Warm Home Discount Scheme for winter 2018 to 2019 closed on 31 March 2019. The 2019 to 2020 scheme will start on 14 October 2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=rWfplbny3lQ>

22

B) Energy Neighbourhoods

Aims and Objectives

The aim of the Energy Neighbourhoods project was to inspire and encourage the reduction of energy use and a change in energy related behaviour in households in a number of EU countries.

This aim was divided into several objectives, namely:

- Reaching and informing households about the different ways they can save energy and generally increasing energy awareness
- Applying theoretical knowledge
- Starting a dialogue between the municipalities and citizens on climate issues to create a common spirit to reduce the amount of energy consumed.⁴⁹

Implementation Time frame

The European project took place between 2007 and 2009 in nine countries. It is still ongoing as a national project in France and Belgium. A new European project will begin in May 2011 and is expected to be implemented in 16 countries by 2013.⁵⁰

How it Works

The project took the form of a competition for teams consisting of between eight and 12 households, named an "Energy Neighbourhood". The city offered a bet to the Energy Neighbourhoods. Neighbourhoods that reduced their energy consumption by at least 8% compared to the previous year in a period of 6 months won the bet. The total project cost €1,198,331. Fifty percent of the project funding came from Intelligent Energy Europe. The remaining funding was from national resources, including regional departments of economy or environment, city budgets etc. The project was not restricted to one country or neighbourhood but was implemented by different energy agencies and NGOs in several countries, including Belgium, Bulgaria, France, Italy, Spain, Sweden, Germany, Ireland and England. In the different countries and cities, steering committees were established. These committees developed communication kits which included posters, leaflets, campaign manuals and standard press releases. The committees also prepared special communication kits for the Energy Masters. The Energy Masters were trained to coach, motivate and lead the teams through providing sound energy saving advice and tips. A website was also used to help the municipality, the Energy Master and their residents with the project and an online tool was provided to measure the energy consumption of the participating households compared to the previous years.⁵¹

<https://www.youtube.com/watch?v=yvNL-0JqIcg>

EnergyNeighbourhoods pdf

7) Campaigning and Raising Awareness on Energy Efficiency and Savings

A) Energy Thrift Information and Regional Energy Agency of Crete

Aims and Objectives

The project initiated by the Regional Energy Agency of Crete (Greece) was aimed at raising awareness of renewable energy sources and at measuring efficient energy use and behaviour of school children and their families. The project was also targeted at teaching energy saving practices and behaviour.⁵⁵

Implementation Timeframe

2002, it is ongoing.

How it Works

The Cretan teachers involved in this project received an information session series and also information about other teaching experiences and educational programmes. These programmes focused on environmental administration, energy saving, renewable energy and the link between energy and the environment. There were several different materials used during this educational project. This included special teaching material for children with theory as well as fun and light hearted games. Materials were made to remind the children about energy, such as mouse pads, wall pictures, pencils etc. The project encouraged the creativity of the children by organising an art competition and a popular game called the Energy Goose. The questionnaire which was distributed before and after the scholastic year was taken home by the children to their families thus also serving as a tool to teach the children and their family on saving energy.⁵⁶

Results

The results of the project were checked by a survey first completed before the scholastic year and a second one completed at the end of the scholastic year. The questions were targeted at establishing what changes in energy efficient related behaviour 'if any' the educational programme had achieved. The survey not only targeted the school children themselves but also their parents, to verify if there had been wider changes. The survey included 321 pupils covering 10 educational levels and their parents.⁵⁷

Category

Campaigning and Educating on energy efficiency and savings

Country

Crete, Greece

Implementation timeframe

2002-on going

For more information

<http://tiny.cc/42miky>

Zografakis N. et al 2008.
"Effective education for energy efficiency. Energy Policy". 36, 3226-3232.



This project is funded by the European Union

AIMS OF THE REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE

- ⊙ **REGIONAL ENERGY POLICY:** Contribution to its formation in close cooperation with all responsible bodies and in accordance with the National and European Energy Policy.
- ⊙ **COORDINATION** of energy programs, projects and activities of the regional and local authorities and the combination with other Community or National Programs (Research and Technology, Environment, Tourism, etc.)
- ⊙ **PARTICIPATION** in European and National Energy Programs and Networks - Promotion of European, Mediterranean and International cooperation.
- ⊙ **PROVISION OF NEUTRAL CONSULTANCY SERVICES** to interested authorities (legislation, financing...). Financing and carrying out of studies.
- ⊙ **PROMOTION-INFORMATION-DISSEMINATION-ADVERTISEMENT** of programs, technologies and applications of RES, RUE and Energy - Environment / Research - Technology etc.
- ⊙ **TRAINING:** Programs, seminars, congresses, conferences, workshops, technical visits etc.
- ⊙ **RAISING AWARENESS** of citizens, consumers and energy users.

REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE



REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE SUCCESS STORIES

- ✓ Regional Energy Policy
- ✓ 36 European competitive programs
- ✓ 7 national programs →
 - ♦ Public Buildings
 - ♦ Lamps Replacement
 - ♦ 3 Educational programs (TEI, etc.)
- ✓ Conferences - Workshops - Working meetings - Seminars - Technical Visits - Exhibitions
- ✓ Public Campaigns →
 - ♦ Urban Wastes
 - ♦ Rational use of energy in central heating
 - ♦ Renewable Energy Sources (for public)
 - ♦ RES investment guide for Crete
- ✓ Dissemination - Public Information - Awareness
- ✓ Educational and Training Activities

REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE





This project is funded by the European Union

INFORMATIVE BROCHURES PUBLISHED & DISTRIBUTED BY THE REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE /

- Information Brochure for the **Profile and the Targets of the Regional Energy Agency of Crete.**

Distributed in the framework of meetings, conferences, speeches etc



- Information Brochure for Children for the **Management and Disposal of the Solid Urban Wastes.**

It has already distributed (25.000 leaflets) to Cretan schools. Its distribution continues to the citizens, schools and during meetings, conferences etc.

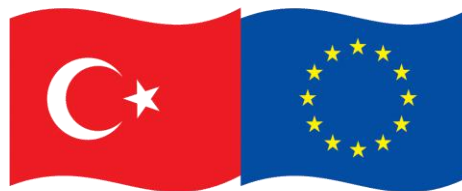


- Detailed report of a relevant European project: **"Implementation Plan for the Large scale Deployment of Renewable Energy Sources in Crete".**

Distributed to "target" authorities and organizations.

REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE





This project is funded by the European Union

INFORMATIVE BROCHURES PUBLISHED & DISTRIBUTED BY THE REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE 2

- 1 Leaflet for the **"Energy for Environment and Future: Renewable Energy Sources in Crete"**.

Distributed to schools and to the public



- 2 **Investment Guide for RES for the Local Authorities and Private Investors.**

It has already been distributed to relevant bodies, Municipalities and possible investors. It is distributed during meetings and conferences.



- 3 Informative leaflet for **"Biodiesel"** as an environmentally friendly fuel.

Distributed to "target" groups



REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE

INFORMATIVE BROCHURES PUBLISHED & DISTRIBUTED BY THE REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE 3

- 1 Informative leaflet for **"Biomass"** as an environmentally friendly fuel.

Distributed to the public



- 2 Informative leaflet of a relevant European Project: **"Smart Building Energy Management"**.

Distributed to "target" groups



- 3 Informative leaflet of a relevant European Project: **"Desalination Systems with Renewable Energy Sources"**.

Distributed to "target" groups



REGIONAL ENERGY AGENCY OF CRETE

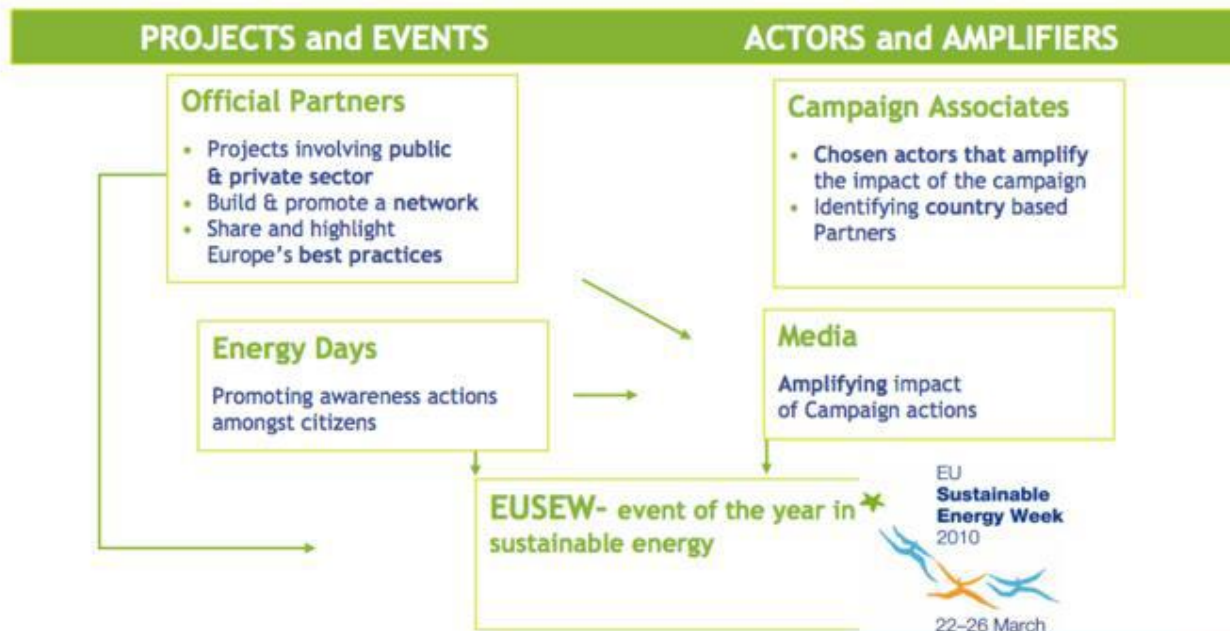


This project is funded by the European Union

❖ The Sustainable Energy Europe Campaign



SEE CAMPAIGN SET UP



EUROPEAN COMMISSION

Introduction

6



This project is funded by the European Union



EU Sustainable Energy Week

Key annual event in sustainable energy

Background:

- 1 conference in 2006 in Brussels
- 40 events in 2007 in Brussels
- 73 events in 2008 in Brussels
- 148 in 2009, 19 countries, 51 cities, over 35 000 attendees



The EUSEW 2010:

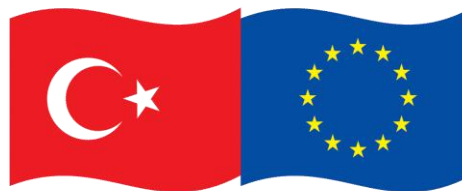
- Goal to enhance local dimension
- Brussels event = stakeholders
- EU-27 = general public



EUROPEAN COMMISSION

EUSEW

14



This project is funded by the European Union



SEE CAMPAIGN MATERIAL



Website

Average visits per month : 12.250
23 languages



Brochure

23 languages
16.000 copies distributed



Newsletter

2 issues
3 languages
3000 copies

Other material:



Computer Animation, Videos

Stand Displays

Posters



EUROPEAN COMMISSION



This project is funded by the European Union



SEE Award Competition 2010

- **Sustainable Energy Communities:** working together at a local, regional or national level, towards a genuine change in energy supply and energy use on the basis of a coherent plan, involving a range of public and private stakeholders.
- **Market Transformation including voluntary commitments:** working to reduce market barriers and effect positive lasting change in the market for energy efficient goods, appliances and services, with the objectives of increasing their market share and informing the consumer of their advantages.
- **Promotional, communication and educational actions:** working to increase public awareness on a range of sustainable energy issues and products.
- **Demonstration and dissemination projects:** working to ensure effective implementation and dissemination of a range of technologies, in the major sectors: buildings, transport, renewable energy and energy efficiency.
- **Cooperation programmes:** working to transfer sustainable energy know-how to developing countries.





This project is funded by the European Union



AB'nin 2020 yılına kadar birincil enerji tüketimi hedefinde % 20 oranında bir düşüş elde etmek için, tüketicide bir davranış değişikliği ve enerji tüketimi uygulamalarına ihtiyaç vardır. Davranışları teşvik etmeyi amaçlayan politikalar, programlar ve önlemler benimsemiştir.

Bu raporun amacı, AB toprakları içerisinde uygulanan önlemleri vurgulamak amacıyla örnekleri analiz etmektir.

Enerji kullanımındaki davranış değişikliğini hedef alan bilgi kampanyalarında en iyi uygulamalar. Somut hedefler:

1. AB Üye Ülkelerinde (NEEAPS) şu ana kadar uygulanan önlemleri analiz edin
2. Etkinlik, tekrarlanabilirlik ve ölçülebilirlik açısından sektöre göre en iyi uygulamaları seçin
3. Tedbirlerin etkinliğini etkileyen ana faktörleri değerlendirin; güçlü ve zayıf yanlar
4. Farkındalık ve bilgi kampanyalarının daha da geliştirilmesi için üye devletlere genel önerilerde bulunmak.



This project is funded by the European Union



Raporun Amacı

- ❖ Rapor, Üye Devletlerin bilgilendirme kampanyaları için uyguladıkları ya da uygulamayı planladıkları ve enerji verimliliği davranışı ve / veya özellikle madde 12'ye odaklanarak yarattıkları enerji tasarrufu üzerindeki etkileri belirlemeyi amaçlamaktadır:
- ❖ (III) bilgilendirme hükümleri,
- ❖ (IV) örnek projeler,
- ❖ (V) işyeri faaliyetleri
- ❖ Bilgilendirme kampanyaları, son kullanıcılara birçok farklı araçla ulaşmaktadır:
- ❖ medya kampanyaları (TV, basın, sosyal medya), broşürler, rehberler, konferanslar ve etkinlikler, web siteleri, yarışma, sergiler, seçilen eğitim vb.).
- ❖ Eğitim amaçları ile ilgili olarak, üç ana sektörü, genel halk, öğrenciler ve EE'deki profesyoneller.
- ❖ Eko-sürüş eğitimi sadece belirli sürücülerini değil aynı zamanda profesyonellerini de hedefleyen en çok tekrarlanan konudur.



This project is funded by the European Union

- ❖ **Verimlilik Eylem Planlarından (NEEAP) belirlenebilecek Üye Devlet ana önlemleri şunlardır:**
 - ❖ **Ulusal Enerji, Web siteleri ve portallar (bazen piyasa oyuncularıyla ortaklaşa);**
 - ❖ **Kitle iletişim araçları: Radyo, TV, gazete ilanı; broşürler, reklam panoları, doğrudan posta ve elektronik haber bültenleri; basılı malzemeler gibi:**
 - ❖ **yatırımlar, enerji tasarrufu, CO2 emisyonu azaltma; Veri Setleri Genel bilgi ve olaylar: danışma merkezi ağı;**
 - ❖ **Eğitim ve farkındalık: okullar için ders kitapları, yıllık öğrenci yarışmaları; Diğerleri: kamu binalarındaki enerji Tasarruf Görevlileri; Eğitim: genel eğitim, çevre geliştirme**



This project is funded by the European Union

❖ Belçika

❖ Projelerden biri

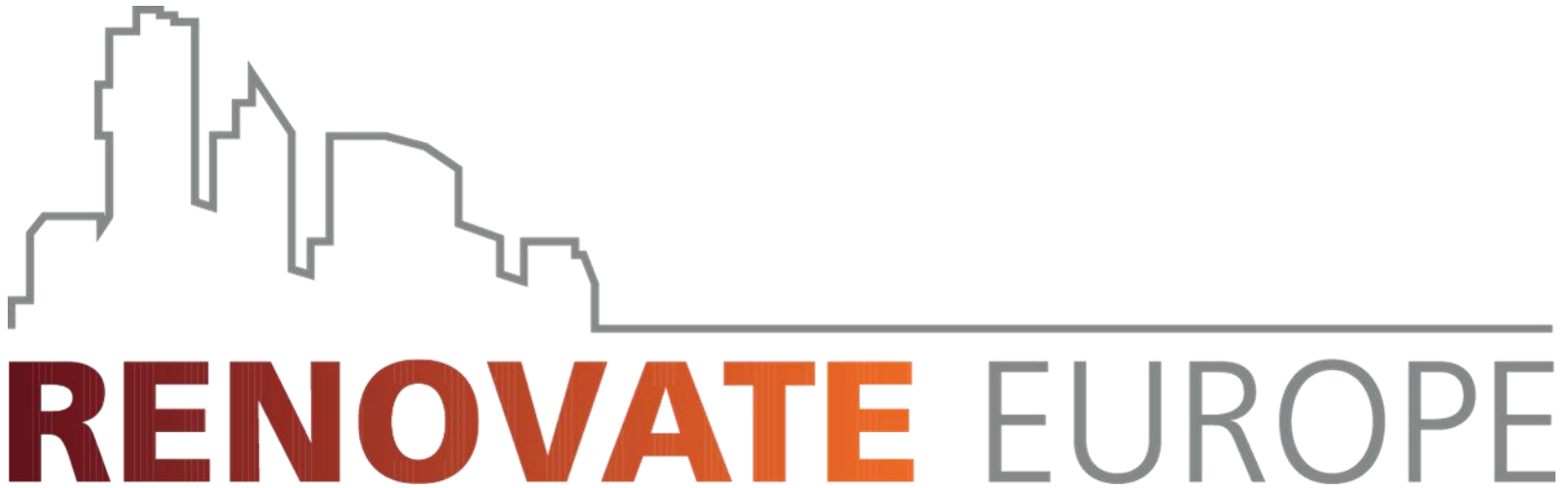
- ❖ Toplu taşıma ilgiyi artırma
- ❖ Ortak araba paylaşım
- ❖ Ecodriving (https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/ecodriven_catalogue_campaign_en.pdf)
- ❖ <https://www.foeeurope.org/belgium-sings-climate> (şarkı klip)

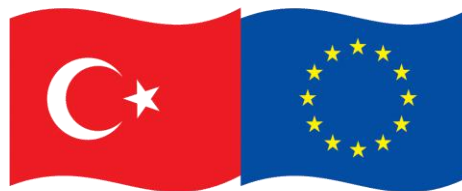


This project is funded by the European Union

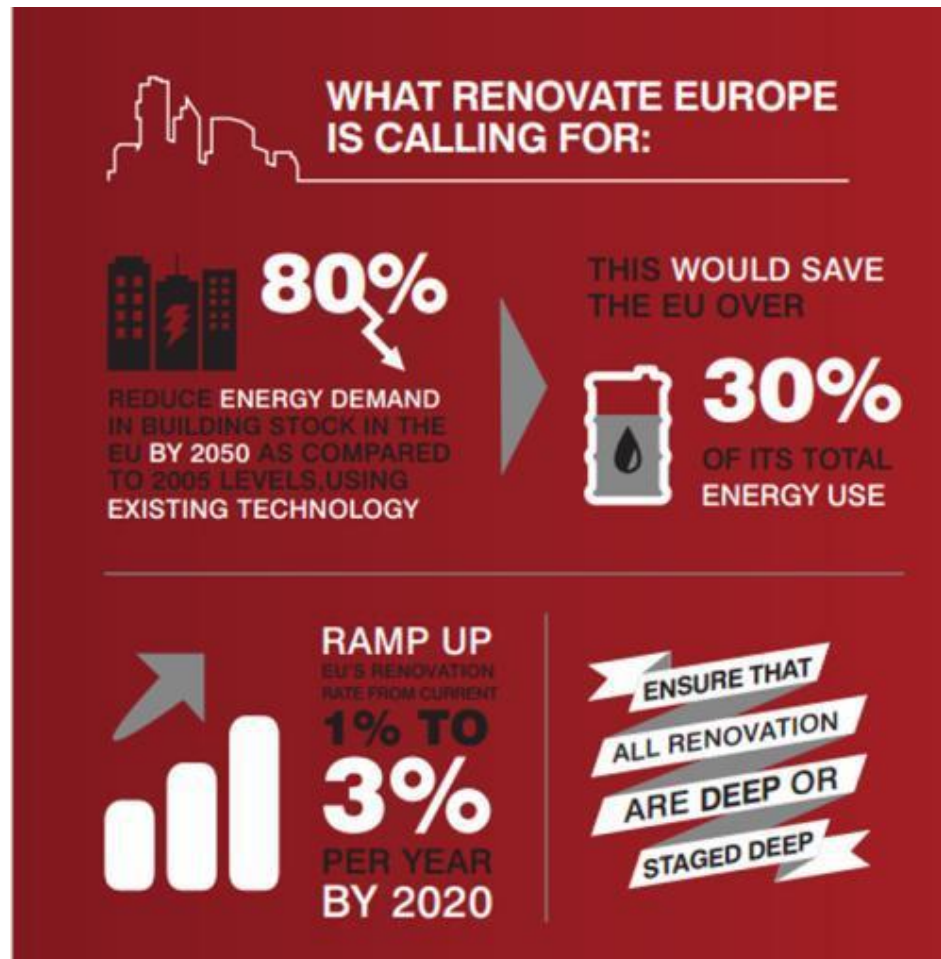
❖ The Renovate Europe Kampanyası

- ❖ <https://www.renovate-europe.eu/about-the-campaign/>
- ❖ Film <https://www.renovate-europe.eu/about-the-campaign/> Ortak araba paylaşım
- ❖ <https://twitter.com/hashtag/10reasonstorenovate>





This project is funded by the European Union



**“Because energy efficient renovation
is the true no regret option to
improve people's lives ”**

BENDT BENDTSEN
MEP (EPP, Denmark)



#PrioritisePeople in #2019
#ScaleUpEnergyRenovation



**“Because I feel responsible for how we
leave the planet for future generations”**

JUTTA PAULUS
German Candidate to the European Parliament
German Green Party/Alliance 90



#PrioritisePeople in #2019
#ScaleUpEnergyRenovation

#PrioritisePeople
#AccelerateRenovation

Seán Kelly,
MEP

Champion for Renovation
Ireland, European People's Party
(EPP)



#PrioritisePeople
#AccelerateRenovation

Jo Leinen,
Former MEP

Champion for Renovation
Germany, Progressive Alliance of
Socialists and Democrats (S&D)



#PrioritisePeople
#AccelerateRenovation

Sirpa
Pietikäinen,
MEP
Champion for Renovation
Finland, European People's Party
(EPP)





This project is funded by the European Union



Farkındalık Yaratma Kampanyası - İngiltere





This project is funded by the European Union



Durum ve Hedef

- ❖ İngiltere'nin yıllık enerji harcaması 23,645 milyon £ ve çoğu işletme enerji faturalarından% 10 tasarruf sağlayabilir ya da nispeten düşük maliyetli önlemler alabilir.
- ❖ İşyerinde enerji verimliliği maliyetleri düşürür, rekabet edebilirliği artırır ve kar ve istihdamı korumaya yardımcı olur. Ayrıca, iklim değişikliğiyle mücadeleye yardımcı olan karbon emisyonlarını azaltmak bir kuruluşun itibarını da arttırır. İlk adım, enerji kullanımı ve bunun sonuçları hakkında farkındalık yaratmaktır.



This project is funded by the European Union

Figure 1 The four steps to implementing an awareness programme





This project is funded by the European Union

❖ Farkındalık Yaratma Kampanyası - İngiltere

1. PLANLAMA

- ❖ Destek ve kaynaklar
 - ❖ Üst yönetimin ve yöneticilerin dahiliyeti/sahiplenmesi
 - ❖ Tüm çalışanların sürecin parçası olması
 - ❖ Kurum içi iletişim imkanları
 - ❖ Makul ve gerçekçi bütçe (tutundurma, yarışma ödülü)
 - ❖ Zamanlama
- ❖ Mevcut durum
 - ❖ Şirketinizin enerji tüketimini bilin ve anlayın (Enerji bilgisi yönetimi).
 - ❖ Çalışanların enerji atıklarıyla ilgili ne kadar bilinçli olduğunu öğrenin (araştırma (bkz. Anket).
 - ❖ Enerjinin nerede, nasıl ve kim tarafından boşa harcandığını belirleyin (bkz. Kontrol listesi)



This project is funded by the European Union

Çalışanların enerji atıklarıyla ilgili ne kadar bilinçli olduğunu öğrenin. (araştırma (bkz.) Kontrol listesi ve anket)



Walk-round checklist

Please photocopy this checklist

Date of energy walk-round	Checked ✓	Further action needed? Y/N
Heating		
Are there staff complaints about the temperature?		
Have heaters/boilers been serviced in the last 12 months?		
Are portable heaters being used?		
Are heaters and air conditioning units operating in the same space?		
If hot water is provided, is it being wasted (such as dripping taps, or leaking urns)?		
Do all areas have the same heating requirements?		
Is the room thermostat working and set to the correct temperature?		
Are the timers working and on the correct settings?		
Are other heating controls working and on the correct settings?		
Are there obstructions in front of radiators or heaters?		
How are extractor fans controlled (e.g. in toilets)?		
Are windows and doors open when heating or air conditioning is on?		
Are there any cold draughts coming from windows or doors?		
Lighting		
Are lights switched off (if daylight sufficient/room not in use)?		
Are any old, large diameter (1.5 inches) fluorescent tubes still in use?		
Are lamps, fittings and rooflights clean?		
Are traditional tungsten light bulbs still in use?		
Are light switches arranged conveniently and labelled?		
Is exterior lighting switched off when not needed?		
In the office		
Have computers got built-in energy saving features – and are they activated?		
Are computers left on overnight?		
Are monitors and fans switched off when not in use?		
Are photocopiers located in air conditioned areas?		
Are printers and photocopiers left on overnight/at weekends?		
Are vending machines/water coolers left on all the time?		
In the factory/warehouse		
Are pumps/fans/compressed air switched off when the equipment they serve is not in use?		
Do you hear compressed air leaks?		
Are refrigeration units being run efficiently?		



Questionnaire

Please photocopy this checklist

Attitude What is your general attitude towards energy saving?	Please tick
Very positive – you actively save energy and believe you can make a difference	
Aware and positive, but it is not part of your current work day culture	
Partly energy aware; you take some action and occasionally pass on information to your colleagues	
Neutral, you may occasionally try to save energy	
Generally indifferent towards energy saving	
Environmental Impact How aware are you of the environmental impact of energy use?	
I am very aware and often do my own research	
Mostly aware of the environmental impact through usual media exposure	
I am aware of some of the environmental issues	
I am aware of the current debate, but am not yet convinced	
I am not aware of the environmental impact	
Cost and Waste What is your level of awareness of energy costs and where energy is wasted?	
I am aware of the costs, and aware of where it is mostly wasted	
I am aware of the costs, but not aware of where it is wasted	
I do not know what the energy costs are, or where it is wasted	
Energy Saving How many staff are aware of the ways in which they can save energy?	
I am conversant with many ways of saving energy	
I am aware of 5 or 6 ways in which to save energy	
I am aware of some basic energy saving measures	
I am not aware of any energy saving measures	
Motivation How motivated are people to save energy?	
I am motivated and try to influence others	
I am motivated and do what I can to save energy	
I feel motivated but enthusiasm is lost due to general apathy	
I am not motivated to save energy	



This project is funded by the European Union

❖ Hedef kitle ve amaçlar

- ❖ Hedef kitleyi tanımla
- ❖ Enerjiyi yüksek kullanıcılarınları hedefle
- ❖ Onların ne yapmaları gerektiğini tanımla
- ❖ Amaçlar
 - ❖ Enerji maliyetlerini 18 ayda % 10 azaltın
 - ❖ Elektrik faturasını 12 ayda % 5 azaltın.
 - ❖ Hedef kitleyi seçtikten sonra mesajınızı en iyi şekilde nasıl ileteceğinize karar vermeniz gerekir.
 - ❖ Belirli hedeflere doğru ilerlemenin ölçülebilir olması gerektiğini unutmayın.
 - ❖ Ayrıca, aşırı iddialı hedefler, karşılanmadıklarında insanları hayal kırıklığına uğratarak verimsizlik yaratabilir.



This project is funded by the European Union

❖ Mesaj ve iletişim kanalları - 1

- ❖ Ne kadar ziyankarlık!
- ❖ Bir ay boyunca günde bir saat fazla klima çalıştırmak, bir TV'yi bir yıldan fazla bir süre boyunca sürekli olarak çalıştırmak için gereken aynı enerjiyi harcar.
- ❖ Endişeli
- ❖ Binanızı 1°C aşırı ısıtmak, ısıtma maliyetlerinize % 8 ekler.
- ❖ Planlı
- ❖ Enerji maliyetlerinde % 20'lik bir kesim, birçok işletmede satışlarda % 5'lik bir artışla aynı temel faydayı temsil eder.
- ❖ Az olan çoktur
- ❖ Birkaç basit işlem yapmak, enerji maliyetlerinizi % 10 -% 20 oranında azaltabilir.
- ❖ Yerinden edici
- ❖ Sıkıştırılmış hava kaçağından boşa harcanan enerji, bir filin ağırlığına denk yıllık CO2 emisyonlarına eşittir.



This project is funded by the European Union

❖ Mesaj ve iletişim kanalları - 2

- ❖ Boşa çalışan
- ❖ Motorlar satın alım fiyatlarındaki enerji maliyetlerini sadece birkaç haftada tüketebilirler.
- ❖ Sıcak suya girmeyin!
- ❖ Isıtma ve sıcak su, bir binanın enerji kullanımının % 60'ını karşılayabilir - israf etmeyin.
- ❖ Çifte sorun
- ❖ Isıtma ve klimanın aynı anda çalıştırılması, büyük ve nadir görülen bir boşa enerji kaynağıdır.
- ❖ Kapatmak!
- ❖ Ofis ekipmanlarının etkin yönetimi, enerji tüketimini % 70'e kadar azaltabilir.



This project is funded by the European Union

❖ İçerik retin (farklı hedef kitleler için)

- ❖ bilimsel kanıtlar, araştırmalar kullanabilirisiniz.
- ❖ İnsanlardan bir kerede çok fazla şey yapmalarını istemek kafa karıştırıcı ve göz korkutucu olabilir. Mesajları konuya göre gruplayın: Örneğin, ısıtma, aydınlatma ve bilgisayarlar. İnsanlara gerçekleştirmeleri için yalnızca bir veya iki etkinlik verilirse eyleme geçme olasılığı daha yüksektir. Endüstriyel bir işyerinde basitliği hedefleyin: Örneğin, “ğle yemeğinde kullanılmayan ekipmanı kapatabilir misiniz?”



This project is funded by the European Union

❖ İlgili motivasyon temaları seçimi

- ❖ Soğuk havalarda, ısıtma mesajlarına odaklanın; sıcak havalarda, soğutmayı vurgulayın. Zamanın geri kalanında, aydınlatma veya ekipmanla ilgili mesajları düşünün.
- ❖ Gerekçe olmadan “Kullanımda değilken ışıkları kapatın” mesajı ilgisizlik ve hatta kınama ile karşılaşabilir. İnsanları motive edin ve altta yatan nedenleri belirterek teşvikler verin.



This project is funded by the European Union

❖ Uygun dil kullanımı (rekabetçi, onaylayıcı...)

- ❖ Hedef kitle için doğru dili kullanın.
- ❖ Teknik bir kitleye hitap etmiyorsanız, teknik dil kullanmayın. Basit ve uygun tutun.
- ❖ Kuruluşun zaten iletişim kurmak için kullandığı dilin farkında olun. Çalışıyor mu? Ne fark edilir? İlk iletişiminiz çok önemlidir. Dikkat çekici, düşündürücü bir mesaj, insanları enerji tasarrufuna yönlendirecek ve ilk dirençlerini azaltacaktır.



This project is funded by the European Union



Doğru iletişim kanalı

- ❖ Hedef kitlenizi ve uygun mesajları belirledikten sonra, onları nasıl ileteceğinizi hesaplayın.
- ❖ İnsanlar her ortama farklı tepki verdikçe, çeşitli yöntemler kullanın. Bazıları resimli mesajlara, bazıları yazılı mesajlara, bazıları ise sözlü iletişimi dinleyecektir.



This project is funded by the European Union

2. UYGULAMA – HAREKETE GEÇME...

- ❖ Zamanlama (Ne zaman başlayacak, aşamalar, ne kadar sürecek, kimlerin sorumluluğunda?)
- ❖ Yapım ve yayın hazırlıkları (Afiş, etiket vd...)
- ❖ Lansman (Medya ilişkileri)





This project is funded by the European Union



Lansman

- ❖ Diğer girişimlerle çakışmadığınızdan emin olun.
- ❖ İnsanların katılabildiği bir zaman seçin.
- ❖ Olayı herkesin bildiğinden emin olun.
- ❖ Mümkünse, etkinlik için dış tanıtım desteği alın. Eğer varsa, PR ekibinizden bir basın bülteni yazmasını isteyin.
- ❖ Bir üst düzey yönetim temsilcisinin etkinliğe katıldığından emin olun - onayları güvenilirliğini ve yüksek profilini sağlayacaktır.
- ❖ İnsanların yorumlarını almayı unutmayın.



This project is funded by the European Union

3. Gözden geçirme ve İletişimi Sürdürme

- ❖ Programla ilgilenmeyen ve programla ilgilenen negatif bireyler her zaman olacaktır. Başkalarının çabalarınızı sabote etmelerine izin vermeyin.
- ❖ **Hedeflerinize ulaşp ulaşmadığınızı kontrol edin**
 - ❖ Hedefiniz enerji tüketiminize dayanıyorsa, enerji kullanımınızı düzenli olarak gözden geçirin)
- ❖ **Geribildirim(ler)**
 - ❖ Fikirleri, yorumları ve önerileri dikkatle dinleyerek, programın ne kadar etkili olduğunu ölçebilir ve personelin daha fazla ilgisini çekmesini sağlayabilirsiniz. Çalışanlarınızın çoğu bilgisayara erişemiyorsa, başka bir yöntem kullanın. Örneğin, bir soru ve cevap oturumu düzenlemek için personel toplantılarını veya kaliteli forumları kullanın. Personelimize geri bildirimleri için teşekkür etmeyi ve uygun olan yerlerde hareket etmeyi unutmayın. Yorumlarına ve endişelerine cevap vermek için zaman tanıyın.
- ❖ **Raporlama**
 - ❖ İlerleme raporları aynı zamanda güçlü bir motivasyon olabilir. Hangi personelin ilgilendiğini düşünün ve başarılarını buna göre rapor edin. Örneğin, çalışanlarınız çevre sorunları tarafından motive olduysa, bu terimlerle kaydedilen ilerlemeyi ilişkilendirin. Eğer yarışmalar düzenliyorsanız, kimin lider olduğunu veya kimin kazandığını açıklayın. Personel, doğrudan teşvikleri hedefliyorsa, hedefe ne kadar yakın olduklarını bilmelerini sağlayın. İlerlemeyi göstermek için anlaşılması kolay diyagramlar veya grafikler oluşturun. Resepsiyonda ya da fuayedeki bir grafik ya da bilgi panosu, herkesin bilgili ve bilgili olmasını sağlamanın kesin bir yoludur.



This project is funded by the European Union

4. Farkındalığı korumak/sürdürmek

- ❖ Bir enerji kültürü yaratmak
- ❖ İş yeri prosedürleri oluşturmak
- ❖ İletişim mesajlarını, içerik ve temaları güncellemek
- ❖ Kuruma yeni başlayanların eğitim programlarına bu başlığı eklemek
- ❖ Eleman ilanına bu vurguyu eklemek
- ❖ Özel gün ve haftaları bu bağlamda kullanmak



This project is funded by the European Union

❖ Smarter Britain – smart meters

❖ https://www.youtube.com/watch?v=u1EAYEh_la8



This project is funded by the European Union

❖ **Cutting Your Carbon Effective Energy Efficiency Campaigns** **Jon McGowan April 11 th 2006.**

❖ <https://slideplayer.com/slide/7279880/>



This project is funded by the European Union

❖ EU4Energy: “Energy of Your Home” Kampanyası:

- ❖ AB tarafından finanse edilen “Enerji Verimliliği Konusunda Geliştirilmiş İletişim” projesi, konut sektöründe kamuoyunda enerji verimliliği bilincini artırmayı ve Ukrayna'da gelecekteki Enerji Verimliliği Fonu çevresinde kurumsal iletişime zemin hazırlamayı amaçlamaktadır.
- ❖ Beş ilde - Dnipro, Harkov, Kiev, Odessa ve Zaporijya - Şubat 2017 - Kasım 2017 tarihleri arasında “Evinizin Enerjisi” adı altında bilgilendirme kampanyası düzenlendi.



This project is funded by the European Union

❖ Hedefler – Proje neden gerekli?

- ❖ Ukrayna'nın enerji sektöründe önemli bir dönüm noktası, bir dizi yasa çıkarılmış (“Enerji Verimliliği Fonu”, “Binalarda Enerji Verimliliği”, “Kamu Hizmetlerinde Ticari Muhasebe” ve “Konutlarda ve Kamu Hizmet Programları ”). Bunlar, ülkedeki enerji reformlarını uygulamak için temel teşkil ediyor.
- ❖ Proje, konut sektöründe, özellikle Enerji Verimliliği Fonu'nun ana müşterileri olan Ev Sahipleri Dernekleri (HOA) arasında önemli enerji verimliliği konularını sorununu ele almaktadır.



This project is funded by the European Union

❖ Proje nasıl yardımcı oluyor?

- ❖ Proje, pilot şehirlerde halkın enerji verimliliği konusundaki bilinç düzeyini değerlendirerek ve enerji verimliliği önlemlerine yönelik tutumları ortaya koyarak başladı.
- ❖ Ortaya çıkan kampanya, Ukrayna vatandaşları arasındaki davranış değişikliklerini teşvik etmenin yanı sıra, enerji verimliliğini artırmaya yönelik yatırımların ve tedbirlerin finansman fırsatlarını ve yararlarını teşvik ediyor.
- ❖ Proje aynı zamanda, HOA'ları ve diğer sivil toplum kuruluşlarını, yerel yetkilileri, uzmanları, medyayı ve sektördeki diğer aktörleri de dahil ederek, enerji verimliliğini arttırma ve konut finansmanında fonlama araçlarını çekmek için deneyimlerin paylaşılması için bir platform oluşturdu.



This project is funded by the European Union

- ❖ <https://www.flickr.com/photos/euneighbours-east/sets/72157689855487186/>
- ❖ <https://www.facebook.com/energyofyourhome>
- ❖ Enerji verimliliği önlemleri için nereden para kazanılır? Enerji verimli önlemler için para nasıl bulunur? 2015 yılında Zaporizhzhya ACMB sakinleri "İlkbahar-3" ilk "sıcak krediyi" aldı ve enerji tasarruflu ev onarımına başladı. İlk olarak, kapılardaki pencereler ve kapılar değiştirildi, paneller arası dikişler yalıtıldı. Daha sonra, başka bir "sıcak kredi" aldı ve bir hava regülatörü, sirkülasyon pompaları ve bir ısı ölçer ile ayrı bir ısı istasyonu kurdular. ACMB Yönetim Kurulu Başkanı Lydia Kalmykova, projenin neredeyse yarısının devlet tarafından karşılandığını belirtti. Zaten bu kış, tesisler için çok daha az ödeyecekler. Örneği al ve komşularınla sıcak ol :)



This project is funded by the European Union

❖ Hangi sonuçlar elde edildi?

- ❖ Projenin faaliyetleri görsel-işitsel, basılı ve çevrimiçi tanıtım araçlarının bir kombinasyonu ile Ukrayna belediyelerindeki milyonlarca apartman sakinine ulaşıyor.
- ❖ Toplu taşımacılığa yönelik reklamlarla yaklaşık 13 milyon kişiye ulaşılırken, şehirlerarası trenlerde ve sosyal medyada kullanılmak üzere tematik videolar hazırlandı ve toplamda 19 milyondan fazla kişiye ulaştı.

Fourth Energy Community Summer School inspires next generation of energy leaders

28-08-2019



Photo: European Union

Energy Community experts cycle 460 km to this year's Summer School

29-08-2019



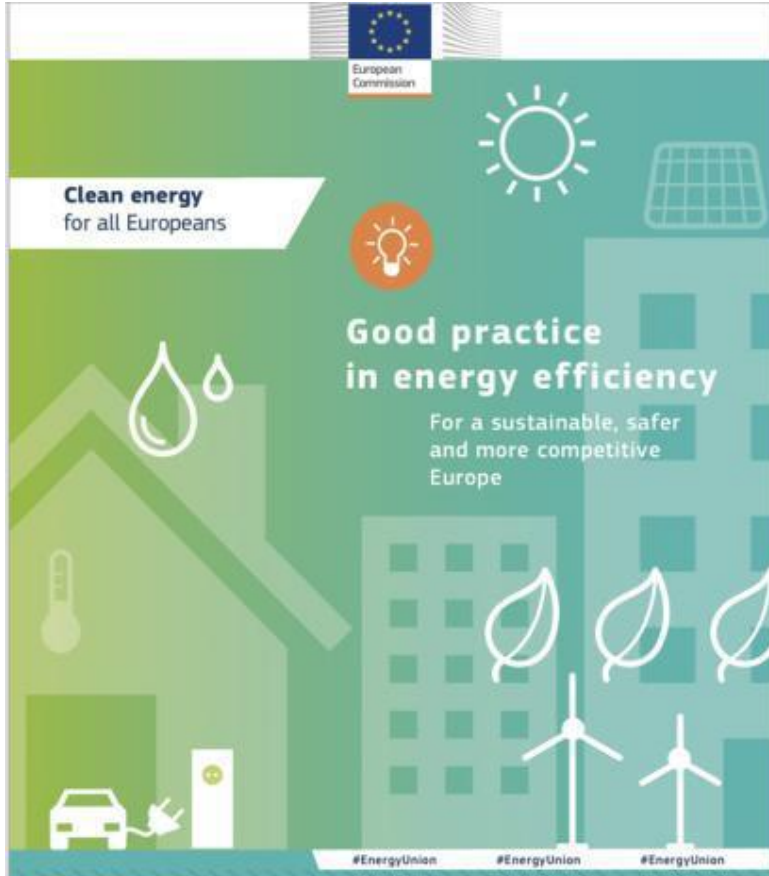
Photo: European Union

The clean energy transition is at the heart of the Energy Community's activities and the key focus of this year's Energy Community Summer School, taking place on 24–31 August in Kraków, Poland.



This project is funded by the European Union

❖ Nearly Zero Energy Buildings (nZEB)



NZEB'lerin hızlı bir şekilde tanıtılması için kamuoyunu hedef alan bilgilendirme ve iletişim kampanyası...



This project is funded by the European Union

❖ **Affirmative Integrated Energy Design Action (AIDA) Nearly Zero Energy Buildings (nZEB)**

- ❖ Hedef kitle (ler)
- ❖ Belediyeler ve bina profesyonelleri
- ❖ Proje, NZEB vaka çalışmalarını dağıtarak ve NZEB binalarına çalışma turları düzenleyerek 3.000'in üzerinde belediye temsilcisini ve profesyonelleri bilgilendirmek ve geliştirmek konusunda başarılı oldu.
- ❖ Ayrıca, Entegre Enerji Tasarımı sürecinde AIDA web sitesinde bulunan bir yazılım aracıyla 1 500'den fazla mimar ve inşaatçı eğitildi.



This project is funded by the European Union

2.1 Study Tours – Seeing is believing



Study tours showcase to industry professionals technical and design solutions to reach nZEB standards

It is commonly accepted that if people can see it, they can believe it. The most concrete way to demonstrate technical or operational innovation is to show that it has been done before. Study tours take participants on a tour of the possible and give them an intimate, close up look at how to do it as well as the participation of building architects, planners or engineers demonstrating to professionals that they too can build on their own knowledge to reach tangible targets such as those demonstrated on the study tours. Building owners attending study tours are also reassured by the knowledge that competent professionals have already built to the high standards they want to reach.



This project is funded by the European Union

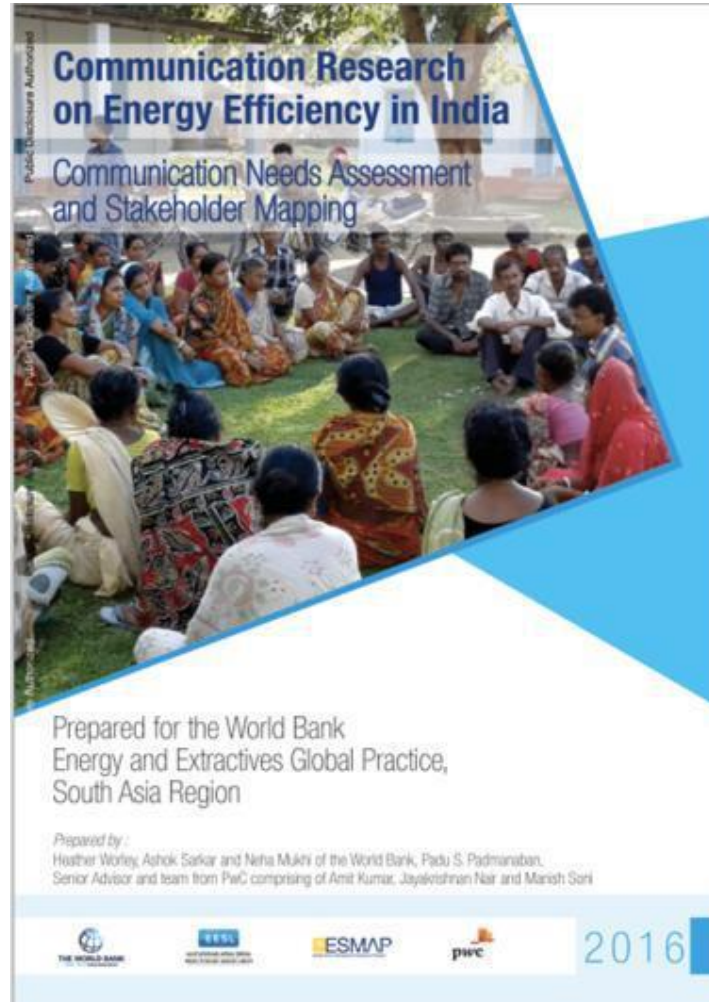
❖ **Dünyadan Enerji Verimliliğine/Tasarrufuna ilişkin İletişim Kampanyası Stratejiler ve Uygulamalar**



This project is funded by the European Union



Hindistan'da Enerji Tasarrufu Üzerine İletişim Araştırması- 2016





This project is funded by the European Union

- ❖ Enerji Verimliliğini arttırmak adına başarılı bir iletişim stratejisi uygulamak için iki ayrı gruba hedeflenmesi gerektiği kabul edilmektedir:
- ❖ 1. Enerji Verimliliği sorunları ve tüketici davranışları hakkında farkındalık eksikliği, enerji verimliliği çözümlerinin potansiyel alımında önemli bir rol oynamaktadır.
- ❖ 2. Hükümette (merkezi, eyalet ve belediye düzeylerinde) ve endüstriler ve finansal kurumlar gibi büyük son kullanıcılar da dahil olmak üzere kurumsal sektörde karar vericileri.



This project is funded by the European Union

Enerji verimliliği konusunda Hindistan'daki başlıca iletişim programları:

- ❖ 1. PCRA- ulaştırma, endüstri, konut, ticari ve tarımsal tüketiciler için yakıt tasarrufu konusunda eğitim kampanyası.
- ❖ 2. EESL'nin iletişim kampanyası DELP'in ILedTheWay'ı.
- ❖ 3. NECA ve S&L programı için kampanyalar dahil olmak üzere BEE'nin IEC kampanyaları.
- ❖ 4. NDTV'nin, Enerji Verimliliği'nin endüstriyel, ticari ve evsel düzeyde EV'ne odaklanan Mission Energy'dir.

	Educational campaigns by PCRA	ILedTheWay campaign by EESL	BEE	NDTV's Mission Energy Campaign
Sectors covered	✓ Residential ✓ Industry ✓ Commercial ✓ Agriculture ✓ Transport	✓ Residential	✓ Residential ✓ Industry ✓ Commercial ✓ Agriculture	✓ Residential ✓ Industry ✓ Commercial
Target audience	Energy users (end consumers) from above sectors			
Digital space	✓ Android game for mobile phones ✓ Android app for efficient driving tips ✓ Crowdsourcing of motivators for fuel saving through mygov.in ✓ Facebook page ✓ YouTube page	✓ Real-time dashboard on LED distribution ✓ Facebook page ✓ Twitter handle	✓ Web portal for equipment EE comparison ✓ Android app for star labeled equipment ✓ Facebook page ✓ YouTube presence	✓ YouTube page ✓ Online repository of posters and reports
Mass media	✓ TV commercials (TVCs) (national) ✓ Radio jingles (national and local)	✓ Radio jingles (local) ✓ Newspaper and other print (local)	✓ TVCs (national) ✓ Radio jingles (national and local)	✓ TV shows (chat shows) ✓ Celebrity endorsement
	✓ Newspapers and other print (national) ✓ Celebrity endorsement (national)		✓ Newspapers and other print (national) ✓ Celebrity endorsement (national)	
OOH	✓ Painting and essay competitions for school students (national) ✓ City-level street events (<i>Raahgiri</i>, local) ✓ Demonstration of better driving habits and benefits (national) ✓ Electronic interface at stalls in major consumer events (e.g., India International Trade Fair, IITF)	✓ Mobile vans (local) ✓ Sunpack boards (local) ✓ Door-to-door (DTD) campaign (local) ✓ Banners, posters, and hoardings (local)	✓ Painting competitions for school students (national) ✓ Observing National Energy Conservation Day ✓ Events like NECA	Not Used
Impact assessment	✓ Dedicated impact assessment of educational campaign by third	✓ Impact of the local campaign assessed in terms of offtake rate of LED bulbs	✓ Impact assessment of IEC campaign as part of the	Not Available



This project is funded by the European Union

- ❖ **PCRA- ulaştırma, endüstri, konut, ticari ve tarımsal tüketiciler için yakıt tasarrufu konusunda eğitim kampanyası.**



Figure 4: Glimpses of Advertisement from PRCA Website



This project is funded by the European Union

❖ Amaçlar?

Projenin genel amacı, aşağıda sıralanan belirli hedefler tanımlanarak gerçekleştirilmelidir:

- ❖ 1. Hindistan'daki Enerji Verimliliği alanındaki ana paydaşları belirleyin ve Enerji Verimliliği kampanyasını yürütmedeki rollerine göre haritalandırın. Paydaşlar, ulusal, eyalet ve kentsel veya kırsal düzeydeki kilit kitleleri içermektedir.
- ❖ 2. Son beş yıl boyunca Hindistan'daki başlıca EE iletişim kampanyalarının derinlemesine bir analizini yapın.
 - ❖ Analiz şunları içerecektir:
 - ❖ a. Etkinliği ve izleyici bölümlemesi için önceki ulusal veya eyalet düzeyinde Enerji Verimliliği kampanyalarını gözden geçirmek ve analiz etmek.
 - ❖ b. Devlet, işletmeler, finansörler ve tüketici grupları da dahil olmak üzere, enerji ihtiyaçlarını, kapasitelerini, ortaklıkları, platformları ve enerji verimliliği piyasası paydaşlarının faaliyetlerini anlamak.
 - ❖ c. Enerji Verimliliği için daha önce uygulanan iletişim stratejilerinde öğrenilen başarı öykülerini ve dersleri belirlemek.



This project is funded by the European Union

❖ PCRA- ulaştırma, endüstri, konut, ticari ve tarımsal tüketiciler için yakıt tasarrufu konusunda eğitim kampanyası.

Table 4: Key Messages

Sector	Objectives	Examples
Industrial	EE in industry through energy audits and operating practices	
Transport	Fuel efficiency, driving habits, carpooling, etc.	



This project is funded by the European Union



PCRA- ulaştırma, endüstri, konut, ticari ve tarımsal tüketiciler için yakıt tasarrufu konusunda eğitim kampanyası.

Agricultural	Operating practices for farm equipment, such as tractors, and star-rated water pumps	
Domestic	Fuel- and electricity-saving tips at homes and residences, use of star-labeled equipment	



This project is funded by the European Union

Digital Space

To reach out to audiences who have access to the Internet and smartphones, PCRA has launched two Android-based mobile applications (see Figure 5 and Figure 6):

1. PCRA—Fuel Saving Tips
2. Drive Smart and Save Fuel



Figure 5: Snapshots of the PCRA—Fuel-Saving Tips App



Figure 6: Snapshots of the Drive Smart Save Fuel App



This project is funded by the European Union

- ❖ Düzenli olarak yapılan Raahgiri (sokak) etkinliklerinin bir parçası olarak iletişim faaliyetleri.
- ❖ Araç sürücülerini eğitmek için yoğun geçişlerde ve yakıt istasyonlarında canlı parçacık gösterimi (ölçümler);
- ❖ PCRA, 45.000 akaryakıt istasyonu aracılığıyla 4,8 milyon kullanıcıya ulaştığını iddia ediyor.
- ❖ Aşağıdaki gibi tanıtım yöntemlerini kullanarak, IITF gibi büyük sergilere katılım:
- ❖ O O O İzleyicilerin katılımı için oyunların, bulmacaların, resimlerin ve özçekimlerin sağlanması.
- ❖ Kelime avı gibi oyunlar için profesyonel etkinlik düzenleyicileri
- ❖ Kısa mesafeli seyahat için araç ve araçlardan kaçınılması için yavaş bisiklet yarışmaları.



This project is funded by the European Union

<https://www.youtube.com/watch?v=Tz3l1Z6yi8g> (TV reklamı)



This project is funded by the European Union

❖ ILEDTHEWAY

Case study film:

<https://www.edelman.in/work/eesl>

Iledthewaypdf



Figure 8: DELP Homepage Showcasing Number of Support Pledges for the Campaign by Consumers





This project is funded by the European Union



The poster is green with a light green background. At the top left is a logo for National Energy Conservation Day 2018 featuring a lightbulb with a green leaf and a red star. At the top right are the logos of the Ministry of Power and the Bureau of Energy Efficiency. The text 'BE A SMART CONSUMER' is in the center. Below it is a green air conditioner icon with four green wavy lines representing air. The text 'BY SWITCHING YOUR AIR CONDITIONER TO 24°C' is in large blue letters. Below that is the text 'You will save energy, save on your electricity bill and lead a healthy life too!'. At the bottom is a black bar with white text: 'Photos from Bureau of Energy Efficiency's post in Timeline Photos with #EnergyEfficiency'.

NATIONAL ENERGY CONSERVATION DAY
2018

BE A SMART CONSUMER

BY SWITCHING YOUR
AIR CONDITIONER TO 24°C

You will save energy,
save on your electricity bill and lead a healthy life too!

Photos from Bureau of Energy Efficiency's post
in Timeline Photos with #EnergyEfficiency



This project is funded by the European Union

The poster is divided into two vertical panels. The left panel has a green background and features the Ministry of Power and Bureau of Energy Efficiency logos at the top. It contains the text "CONSERVE ENERGY TODAY TO PRESERVE TOMORROW" and a logo for National Energy Conservation Day 2018, which depicts a hand holding a globe with stars. The right panel has a blue background and features a large yellow lightbulb with a power button symbol above it. It contains the text "TURN OFF THE LIGHTS AFTER USE. CONSERVE ENERGY FOR A BETTER TOMORROW" and a hashtag at the bottom.

Ministry of Power
Government of India

Bureau of Energy Efficiency

CONSERVE
ENERGY TODAY
TO PRESERVE
TOMORROW

NATIONAL ENERGY
CONSERVATION DAY
— 2 0 1 8 —

TURN OFF
THE LIGHTS
AFTER USE.
**CONSERVE ENERGY
FOR A BETTER
TOMORROW**

Share your views with **#EnergyEfficiency**



This project is funded by the European Union

❖ **Save Energy / the Art of Saving Energy Kampanyası - Rusya**

- ❖ Enerji Tasarrufu Kampanyası'nın amacı, Moskova kentinde potansiyel bir enerji krizinin eşliğinde elektrik talebini azaltmaktır.
- ❖ Daha geniş bir Enerji Tasarrufu Sanatının amacı, özellikle Saint-Petersburg'da enerji tasarrufu ve verimliliği konusundaki genel farkındalığı arttırmaktır.
- ❖ Bu kampanyalarla hedeflenen davranış değişikliği tipi, öncelikle motivasyonel faktörlere vurgu yaparak alışkanlık yaratmaktır



This project is funded by the European Union

❖ Kampanyanın karakteristiği

- ❖ 2006 yılında, program kent için bir enerji verimliliği stratejisi geliştirmek üzere Moskova Yakıt ve Enerji Departmanı ile birlikte çalıştı.
- ❖ IFC, basında, otobüs duraklarında, reklam panolarında, enerji verimliliği konusunda Web portalı aracılığıyla geniş çaplı bir sosyal reklam kampanyası olan “Enerji Tasarrufu!” Lansmanını başlattı.
- ❖ Afiş yarışması: “Fikrinizi Açın!”, Enerji tasarrufu konusunda yaratıcı fikirleri teşvik etmeyi amaçladı. Yarışma “Enerji Tasarrufu Sanatı” olarak bilinen daha geniş, enerji verimliliği konusunda bilinçlendirme kampanyası başlattı. Kampanyanın en yenilikçi özelliği, bir reklam afişi yarışmasıyla şehir halkından yaratıcı enerji tasarrufu fikirleri toplamaktı.



This project is funded by the European Union

❖ ‘Energy efficiency campaign’ – ‘Know Your Power’ - Malezya

- ❖ Farkındalık yaratmak
- ❖ TNB (Malezya'nın önde gelen şirketlerinden biri olan Tenaga Nasional Berhad) Nisan- Eylül 2019 arasında ev dışı reklamcılık, dijital gösterimler, sosyal medya gibi tüm platformlarda yayın yapan “Kuasa Di Tangan Anda” teması ile altı aylık bir kampanya başlattı.
- ❖ Amaç: Malezyalıların değişim gücünün kendi ellerinde olduğunu anlamalarına yardımcı olmak için enerji tüketimi hakkındaki gerçeği en basit şekilde ifade etmek. Mesaj stratejisi; herkesin atabileceği küçük adımları göstererek, evden başlayarak düşünce ve iş yapma biçimimizi değiştirebiliriz.
- ❖ TNB ayrıca, çocuklara enerji verimliliği çalışmalarını yaymaları için teşvik ediyor; çünkü sosyal pazarlama bu kesimin yetişkinlerin zihniyetini değiştirmede etkili olduğunu gösteriyor. <https://www.youtube.com/watch?v=KNXzJcly8S0> (reklam filmi)



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

5-star appliances give you 5-star savings.

5-star rated appliances are designed to run more efficiently, reducing your consumption. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my



Look out for the 5-star label





BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Close windows to save energy.
And keep cool.

Closing your windows and doors while your
air conditioner is on, cools your room faster.
So take a chunk off your bills today.
Another bright idea for you.

More details at tnb.com.my





BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Clean your air con filter to save more. And sweat less.

Keeping your air conditioner filter clean keeps it running efficiently by allowing more cool air to flow out. So take a chunk off your bill today. Another bright idea for you.

More details at tnb.com.my



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

A full load of laundry saves energy. And time.

Washing machines consume a lot of energy. Full loads will save energy by reducing the amount of times you'll have to do your laundry. So take a chunk off your bills today and spend more time doing the things you enjoy. Another bright idea for you.

More details at tnb.com.my



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Give your fridge some space to breathe more.
And consume less.

Keep your refrigerator at least 10cm from the wall, and away from warm areas such as the stove. Proper positioning of your refrigerator can help it run more efficiently. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my



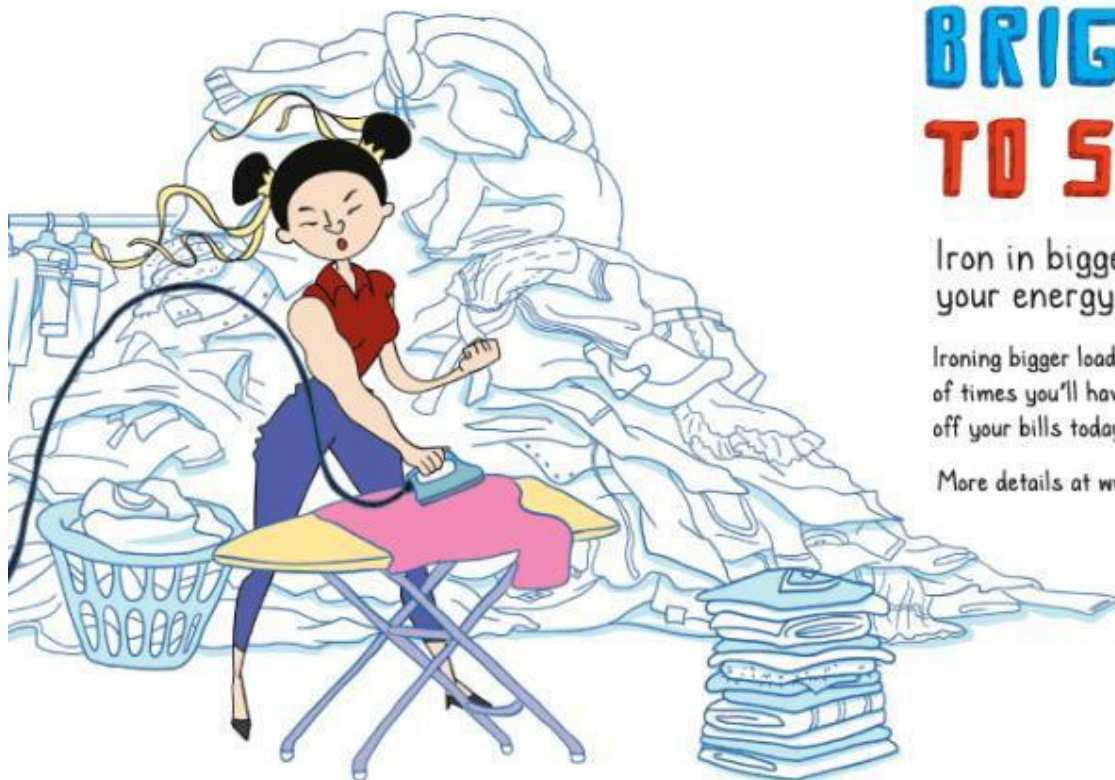


BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Save smart with energy saving light bulbs.

Energy saving light bulbs consume less energy and last longer.
So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Iron in bigger amounts to bring down your energy usage.

Ironing bigger loads of laundry at once reduces the amount of times you'll have to iron your clothes. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my

BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Fill your kettle to the max level to maximise your energy savings.

Make the most out of every boil with a full kettle. And to save even more, store your boiled water in a flask to keep it warm for longer. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my





BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

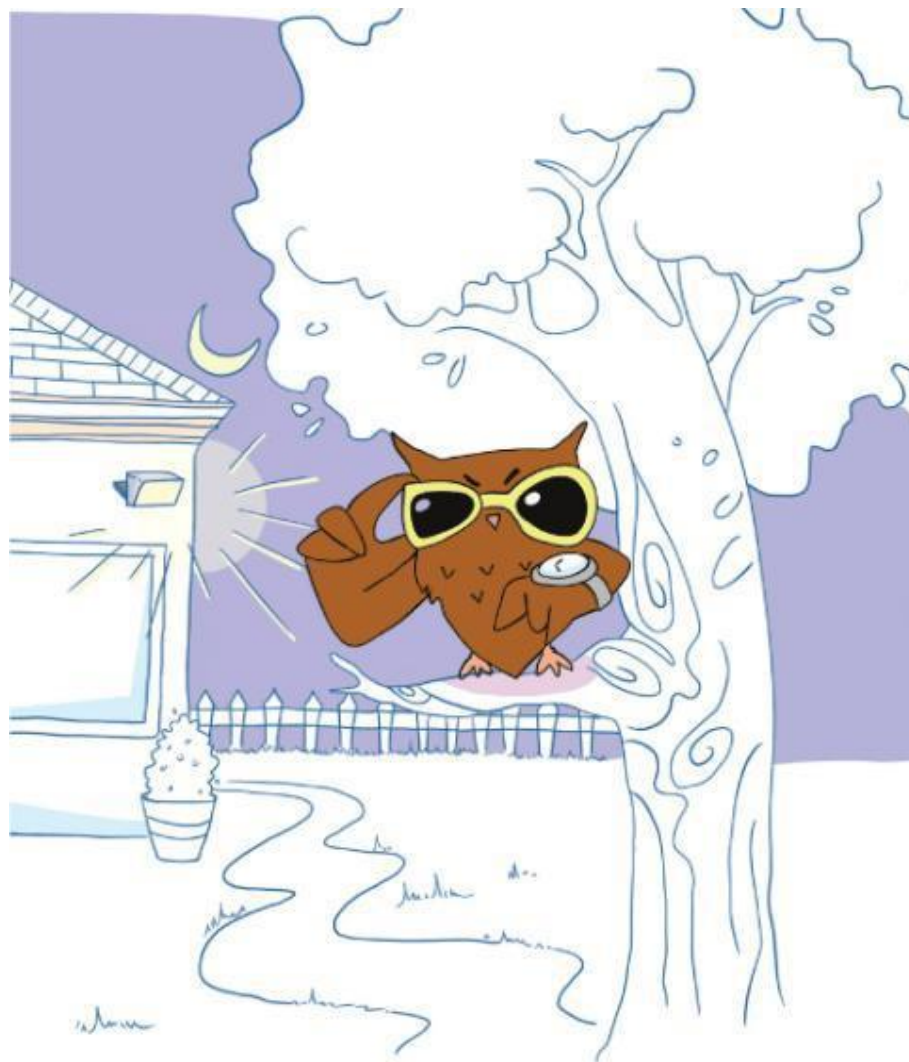
Switch off your computer to switch on the savings.

Computers and laptops still consume energy while on standby.

Switch them off completely to save even more energy.

So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Use outdoor light timers to prevent excessive energy usage.

Instead of leaving your outdoor lights on all night, install a timer to keep them on, only when they need to be. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my

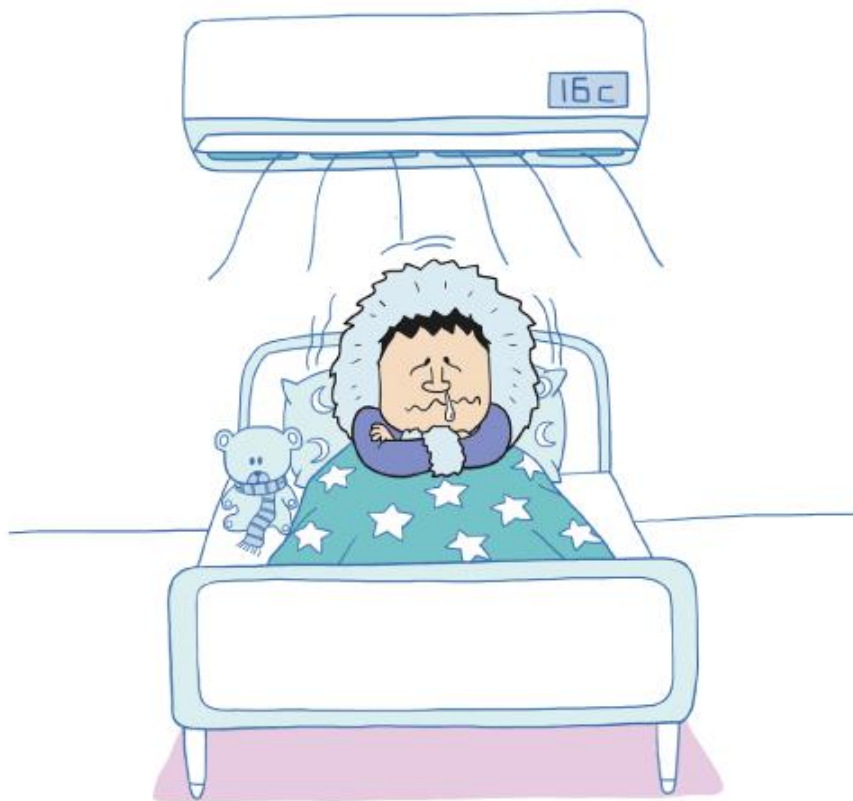


BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Brighten up for less with T5 fluorescent lights.

Slimmer fluorescent lights such as the T5 variants provide ample brightness to light up your home, while consuming less energy. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Set your air con between 23-25°C for optimum coolness with higher savings.

Air conditioners consume a lot of energy. Setting the temperature between 23-25°C provides sufficient cooling, while keeping your energy consumption down. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

An organised fridge makes room for energy savings.

An uncluttered fridge allows cool air to circulate more efficiently.
So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my



BRIGHT WAYS TO SAVE ENERGY

Save smart with a cold wash.

Hot water makes your washing machine work a little harder. Setting your washing machine to a cold wash whenever possible will help save electricity. So take a chunk off your bills today. Another bright idea for you.

More details at www.tnb.com.my





This project is funded by the European Union

❖ **‘Energy Awareness Program’ – ABD**

Drive \$marter Challenge Marketing Communications Campaign
Multiplying Impact through
Diverse Partnerships & Creative Tactics

IABC Regional Heritage Conference 10/20/09

Rozanne Weissman

Alliance to Save Energy



This project is funded by the European Union



Durum Analizi

- ❖ Ülkenin artan petrol talebi, 7 yıl yükselen benzin fiyatları, hava kirliliği ve CO2 emisyonları yarattı;
- ❖ azaltılmış enerji güvenliği ABD petrol kullanımının % 70'inden ve $\frac{1}{3}$ CO2 emisyonundan sorumlu taşımacılık sektörü 2008 yazına kadar galon gazı fiyatlarının 4 \$ olarak tahmin edilmesi, düşük gelirli Amerikalılara zarar verecek
- ❖ Tüketiciler daha fazla yakıt tasarrufu sağlamak zorundadır.



This project is funded by the European Union

❖ AMAÇ

- ❖ Tüketici benzin faturalarını, seyahat edilen araç kilometrelerini ve genel ABD ulusal benzin tüketimini azaltın

❖ YAKLAŞIM

- ❖ Önemli miktarda tasarruf (\$, galon, CO2 emisyonu) kolay sürüş ve araç bakım işlemlerini vurgulama

❖ HEDEF KİTLE

- ❖ Yüksek fiyatlardan en çok zarar gören düşük / düşük orta gelirli sürücüler



This project is funded by the European Union



Tüketici Pazar Araştırması



3 ayrı pazarda 6 fokus grup



Korku, güçsüzlük, zaten gaz kullanımını kesti; çoğunda evde internet erişimi var



Para \$\$ Bu demografiyi "daha akıllı" olmaya ve VMT' (Vehicle Miles Traveled)' yi azaltmaya teşvik eden en büyük motivasyon



This project is funded by the European Union



Tüketici Pazar Araştırması

- ❖ Sürücüler, en iyi kararları almak için her sürüş ve bakım ipucuna / eyleme bağlı özel parasal tasarruf istediler.
- ❖ Bazı sürüş davranışlarının gaz maliyetleri / kullanımları üzerindeki etkisine şaşırdılar; geniş kapsamlı mitler / yanlış bilgiler
- ❖ Her katılımcı, daha önce hiç finansal bir etkisini görmedikleri sürüş ipuçları aldı



This project is funded by the European Union



Planlama ve İletişim

Yaratıcı Stratejiler, Taktikler ve Araştırmaya dayalı Uygulamalar

- ❖ Tema: Drive Şmarter Challenge (Daha akıllı bir meydan okuma)
- ❖ Mesaj: Yılda yüzlerce dolar tasarruf
- ❖ Websitesi: Kampanyanın kalbi & eyleme çağrı



This project is funded by the European Union



Paydaş Stratejisi

- ❖ Kampanyanın erişimini, bütçesini ve güvenilirliğini genişletmek için çeşitli kar amacı gütmeyen, hükümet, ticaret birliği ve kar amacı gütmeyen ortaklar edinmek
- ❖ Daha fazla \$ katkı, daha fazla rol
- ❖ Ortaklar yoğun şekilde tanıtım yapar - araç takımı
- ❖ Her sayfada dönen iş ortakları kullanın



This project is funded by the European Union



Websitesi Stratejisi

- ❖ Benzersiz, çekici, kişiselleştirilmiş
- ❖ 6 sürüş ve bakım işlemi ile kendi aracıyla yapılan TOPLAM \$ tasarrufları grafiksel olarak gösterin ve hesaplayın
- ❖ Meydan okuma (toplam \$, galon, CO2) çarpanı
- ❖ İndirim kuponları (bu gösterimi motive eder)
- ❖ İpuçları, kaynaklar, mit avcıları,



This project is funded by the European Union

❖ Websitesi Stratejisi - Uygulama

The screenshot displays the 'drive smarter challenge' website. At the top, a green navigation bar contains links: MONEY SAVING TIPS, TAKE THE CHALLENGE, CONTEST, THE 6 DEGREES, THE CAMPAIGN, and MEDIA. To the right, it says 'Featured Partner' with the HERTA logo. Below the navigation bar, there are two links: 'SPREAD THE WORD: CHALLENGE 6 FRIENDS' and 'SUBSCRIBE TO NEWSLETTER'. On the left, a cloud graphic says 'SEE TOTAL CO₂, \$, AND GAS SAVINGS!'. The main content is a large green sign that reads 'SAVE MONEY NOW! CALCULATE YOUR SAVINGS'. Below this, it says 'TELL US ABOUT YOUR VEHICLE' and has input fields for 'Make', 'Model', 'Year', and 'Zip Code'. A large green button says 'CALCULATE MY SAVINGS'. At the bottom of the sign, there is a disclaimer: 'These six tips are calculated as potential annual savings, driving the national average of 12,500 miles per year in a vehicle using regular grade gasoline at \$2.33 per gallon—the projected 2009 annual average by the Energy Information Administration's June Short Term Energy Outlook. By accessing and using this site, you agree to the terms and conditions.'

drive
the smarter challenge

MONEY SAVING TIPS TAKE THE CHALLENGE CONTEST THE 6 DEGREES THE CAMPAIGN MEDIA

Featured Partner
HERTA

SPREAD THE WORD: CHALLENGE 6 FRIENDS SUBSCRIBE TO NEWSLETTER

SEE TOTAL CO₂, \$, AND GAS SAVINGS!

SAVE MONEY NOW!
CALCULATE YOUR SAVINGS

TELL US ABOUT YOUR VEHICLE

Make

Zip Code

CALCULATE MY SAVINGS

These six tips are calculated as potential annual savings, driving the national average of 12,500 miles per year in a vehicle using regular grade gasoline at \$2.33 per gallon—the projected 2009 annual average by the Energy Information Administration's June Short Term Energy Outlook. By accessing and using this site, you agree to the terms and conditions.



This project is funded by the European Union



Kampanya Lansmanı

- ❖ Yüksek profilli konuşmacılar - Senatör, Temsilci, ortaklar (yüksek \$)
- ❖ Ulusal Basın Kulübü
- ❖ Kapsamlı medya tanıtımları
- ❖ Kampanya ve medya web sitelerinin tanıtımı
- ❖ Sevgili meslektaşım mektupları



This project is funded by the European Union



Taktikler

- ❖ Mobil pazarlama - indirilebilir zil sesleri, cep telefonlarına haftalık ipuçları
- ❖ MP3 çalarlar ve iPod'lar için indirilebilir İngilizce ve İspanyolca (reggaeton) şarkılar
- ❖ NASCAR sürücüsü ile Podcast'ler –
- ❖ beklenmedik Yüksek çözünürlüklü B-roll,: 20 video paylaşım sitesinde 60 haber klibi, FlickrStories'deki fotoğraflar
- ❖ Blogger ve Hispanik tanıtım



This project is funded by the European Union

❖ Taktikler

- ❖ Çevrimiçi - 2 web sitesi, hedeflenen web sitelerine ve bloglara erişim, sosyal medya
- ❖ Radyo – Kamu spotları,
 - ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=zJEsCPMWZoo>
- ❖ TV lerde yol röportajları/ görüşmeleri
- ❖ Billboard Kamu spotları
- ❖ İpucu kartları - Araba tamiri, ilçeler, sürücü eğitimi merkezleri
 - ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=oFS2zy9FCTI>



This project is funded by the European Union



Billboard PSA





This project is funded by the European Union



İpucu Kartları

drive the smarter challenge

MONEY-SAVING GAS TIPS

How you drive and maintain your vehicle affects your vehicle's fuel efficiency and gas costs. These simple tips can add up to savings worth weeks of groceries or other family needs. Why pay more at the pump than you have to?

DRIVING TIPS

- 1. **CURB ROAD RAGE.** Speeding, rapid acceleration (jackrabbit starts), and rapid braking can lower gas mileage by 33% at highway speeds. Drivers can save up to 80 gallons of gasoline, or up to \$255, by driving sensibly on the highway. If you don't have a "lead foot," your savings may be closer to 10%.
- 2. **DRIVE SENSIBLY.** Around town, sensible driving can save 5% — up to 30 gallons of gasoline and up to \$100.
- 3. **CHOOSE THE RIGHT VEHICLE.** If you own more than one vehicle, drive the one that gets better gas mileage whenever possible. If you drive 12,500 miles a year, switching 10% of your trips from driving a car that gets 20 mpg to one that gets 30 mpg will save you more than \$65 per year.
- 4. **DITCH "JUNK IN THE TRUNK."** An extra 100 pounds in the trunk cuts a typical vehicle's fuel economy by up to 2%. You can save up to 12 gallons of gasoline per year — up to \$40 — by removing an extra 100 pounds of unneeded items from the trunk.
- 5. **DECREASE YOUR SPEED.** Speeding costs! Gas mileage usually decreases rapidly above 60 mph. Each five miles per hour over 60 mph is like paying an additional 20 cents per gallon for gas.
- 6. **AVOID IDLING.** Idling gets 0 mpg. Cars with larger engines typically waste even more gas while idling than cars with smaller engines.
- 7. **BUY SMART.** When buying a new or used vehicle, think high gas mileage. Check out the U.S. Department of Energy's website (fuelconomy.gov) and EPA's Green Vehicle Guide (epa.gov/greenvehicles) for information on fuel-efficient vehicles.

MAINTENANCE TIPS

- 1. **INFLATE YOUR TIRES.** Keeping your tires properly inflated is simple and improves gas mileage by around 3%, saving up to 20 gallons of gasoline, or up to \$65.
- 2. **TUNE UP.** Fixing a car that is noticeably out of tune or has failed an emissions test can improve its gas mileage by an average of 4% — saving up to 25 gallons of gasoline and up to \$80. Fixing a faulty oxygen sensor can improve mileage by as much as 40% — saving up to 250 gallons of gasoline or up to \$800.
- 3. **CHECK AND REPLACE AIR FILTERS REGULARLY.** Replacing a clogged or dirty air filter can improve your car's gas mileage, and a clean filter keeps impurities from damaging the inside of your engine.
- 4. **SELECT THE RIGHT OIL.** Using the manufacturer's recommended grade of motor oil improves gas mileage by 1 to 2%, resulting in annual savings of up to \$40. Motor oil that says "Energy Conserving" on the API performance symbol contains friction-reducing additives. Also, change your oil as recommended to extend the life of your vehicle.
- 5. **TAKE THE DRIVE SMARTER CHALLENGE** and get more money-saving fuel-efficiency ideas and related product discounts. Share them with your family and friends and "fuel the challenge."

DriveSmarterChallenge.org

Tips are calculated as annual savings, driving the national average of 12,500 miles per year in a vehicle with a fuel economy of 20.1 mpg using regular grade gasoline at \$3.21 per gallon—the projected 2008 annual average by the Energy Information Administration's March Short Term Energy Outlook.

Savings estimates represent the highest likely savings to occur. Individual savings will vary depending on how many miles you drive per year, the fuel economy of your vehicle, your region's climate, and your current maintenance and driving habits.

ALLIANCE TO SAVE ENERGY
KOHLER FELLOWSHIP



This project is funded by the European Union



DŞC Video Yarışması

(<https://www.youtube.com/watch?v=GuANbe9kvqo>)

WIN \$5000

Drive \$marter Video Contest

[Contest Home](#)
[Enter Now](#)
[Prizes](#)
[Rules](#)
[Watch Videos](#)



00:00

Share Video Enter to Win!

All Entries Receive
Exxon Mobil
\$25 Gift Card
car care guide provided by
the Car Care Council

Receive Contest Updates:
☒ By Email
☒ Follow Us on Twitter
☒ Become a Fan on Facebook

Share This Page:
te!! a Friend

Deadline for entries is September 20!

Thank you to the following partners who generously donated prizes to the *Drive \$marter Challenge* Video Contest: ExxonMobil Lubricants and Specialties, NASCAR, Bryan Herta Autosport, the Rubber Manufacturers Association's *Be Tire Smart*, Michelin, the League of American Bicyclists, and the Car Care Council.

Discover how to save hundreds of dollars on gasoline with your specific vehicle by taking just six easy driving and



This project is funded by the European Union

❖ ‘You are the solution’ kampanyası - Mısır

- ❖ Ramazan 2016
- ❖ Hem yaratıcı hem de modern reklam, vatandaşlardan enerji tasarrufu sağlamak ve elektrik kesintilerini azaltmak için elektrik tüketimini yüzde 20 oranında azaltmaya çağırıyor.
- ❖ DDB reklam ajansı tarafından üretilen, Mısır Elektrik Bakanlığı tarafından insanları, enerji tüketimini rasyonelleştirmeye teşvik eden üç yıllık bir bilinçlendirme kampanyasının bir parçası haline getiriyor.
- ❖ “Çözüm sizsiniz. Bir cihazı kapatmak için fazla tembel olmayın.” sloganıyla sosyal medya, radyo reklamları ve sokak reklam panoları...



This project is funded by the European Union

❖ Reklam Filmi

- ❖ <https://youtu.be/Oes4iyEH1wo>
- ❖ Reklam filminde;
 - ❖ Her gün uyandığınızda, güne başlamak için birçok cihazı açarsınız ve her şey düzgün çalıştığı sürece [elektrik] hissetmezsiniz. Ama bittiğinde, her şey durur ve her saniyeyi gelene kadar sayarsınız.



This project is funded by the European Union



Sosyal Medya



<https://www.facebook.com/Entael7al/timeline>



This project is funded by the European Union

❖ **‘You have the power. Save power kampanyası’ - Avustralya**

- ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=RaioZJFPu-Q>
- ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=mJlBisaAR8Y>

❖ **Energy Australia- Lighttheway**

- ❖ <https://youtu.be/L88NMRyx5HQ>
- ❖ https://youtu.be/7X_W0xgHWXA



This project is funded by the European Union

- ❖ **The Most Energy Efficient Campaign Ever: DDB SF & Energy Upgrade California**
- ❖ **The campaign launched with a dark TV spot that actually saved up to 20% more screen energy than the average commercial.**
- ❖ <https://adforum.com/interviews/the-most-energy-efficient-campaign-ever-ddb-sf-for-energy-upgrade-california>



This project is funded by the European Union

- ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=CRor6cgQXTY>
- ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=R6TDDbyUw-U>
- ❖ <https://youtu.be/K9ftWxkHK1E>

- ❖ **Skip Energy**
 - ❖ <https://youtu.be/twaRxD54MG8>
 - ❖ https://www.youtube.com/watch?v=_gFMDO_QJ1M
 - ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=s0zBMVcdk6l>



This project is funded by the European Union

TURN WORDS
into **ACTION**

TURN ACTION
into **RESULTS**

SAVE ENERGY
SAVE MONEY

U.S. DEPARTMENT OF ENERGY Energy Efficiency & Renewable Energy

For More Information Contact the EERE Information Center
1-877-6EERE-INFO (1-877-337-3643)
or visit www.energy.gov/informationcenter

♻️ Printed on recycled paper with soy based ink.

www.energysavers.gov



This project is funded by the European Union

Spot the Intruder:



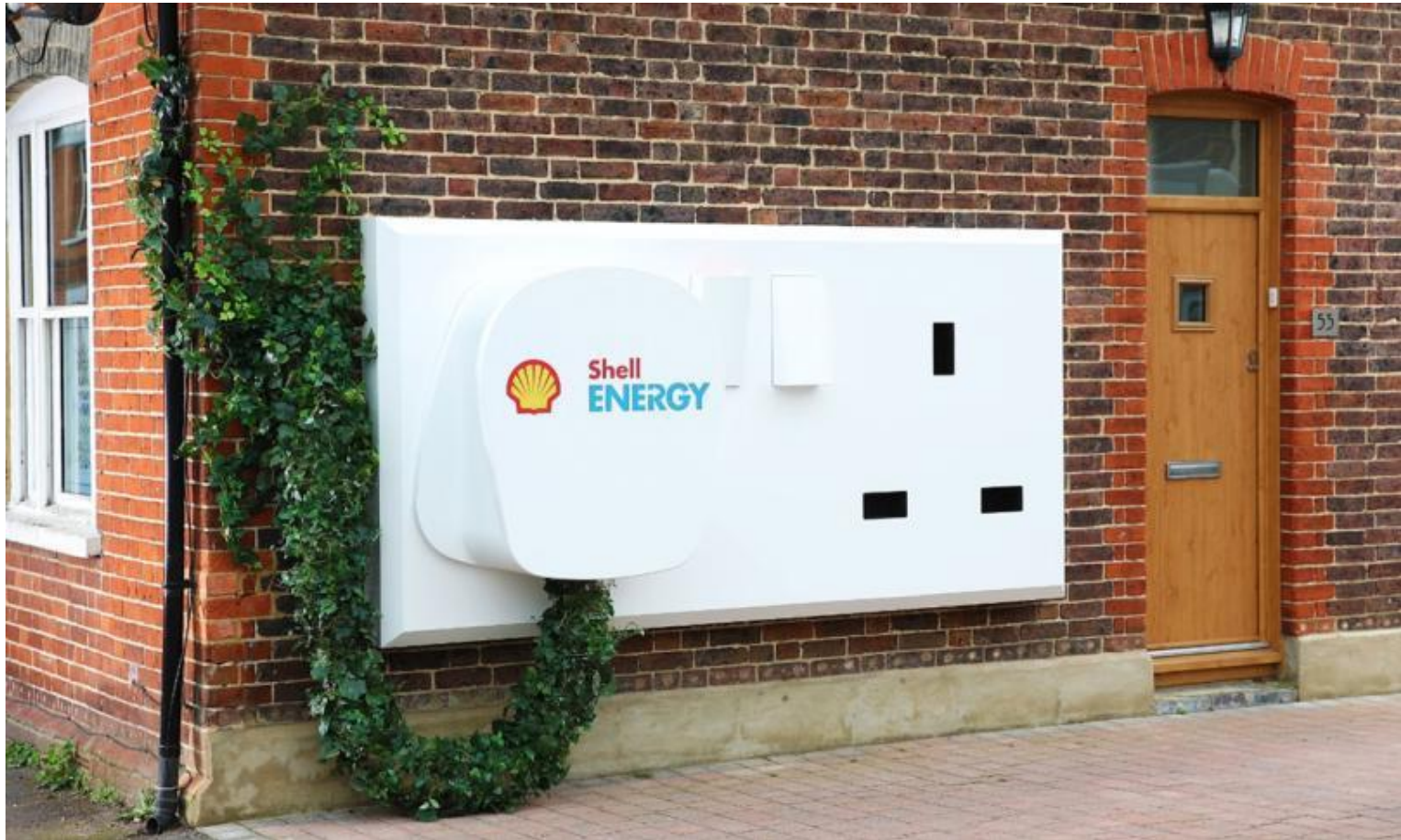
Save 50% of Energy
Ask for Compact Fluorescent Bulbs

Using CFLs is an effective way to reduce energy consumption and
prevent greenhouse gas emissions that contribute to global warming.





This project is funded by the European Union





This project is funded by the European Union



Türkiye



<https://www.youtube.com/watch?v=s8K8EDTr-NU> **EnerjiSA**



<https://www.youtube.com/watch?v=78inBbbVUfk>



This project is funded by the European Union

❖ Öneriler

- ❖ Kavramları netleştirmek
 - ❖ Enerji tasarrufu
 - ❖ Enerji verimliliği
- ❖ Her bir hedef kitle için iletişim planını ayrı yapmak
 - ❖ Çocuklar
 - ❖ Gençler öncelikli
- ❖ Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda özenli olmak
- ❖ Sosyal sorumluluk teması olarak işletmelere öneriler ve teşvikler sunmak
- ❖ Kamu kurumlarının öncülüğünde ve özel sektörde işletmelerden başlamak (Kurum içinde)
- ❖ Özel günleri kullanmak, özel günler yaratmak
- ❖ Aktiviteler (yarışma, ödül... motivasyon sağlayıcılar olarak)



This project is funded by the European Union

THANK YOU FOR YOUR ATTENTION

**This publication was produced with the financial support of the European Union.
Its contents are the sole responsibility of NIRAS IC Sp. z.o.o. and do not necessarily reflect
the views of the European Union.**

