
COMUNICAZIONE E SVILUPPO

ènostra e Retenergie insieme



Il quadro di riferimento europeo



Tre principali obiettivi del WINTER PACKAGE (ottobre 2016):

1. Priorità agli interventi di efficienza energetica
2. Acquisire leadership nella transizione da fossili a FER
3. Attribuire centralità al ruolo dei consumatori

Direttiva sulla promozione dell'uso dell'energia da fonti rinnovabili

Tra gli emendamenti del Parlamento UE
approvati il 17 gennaio 2018

(54) **La partecipazione dei cittadini e delle autorità a livello locale a progetti nell'ambito delle energie rinnovabili attraverso le comunità che producono energia rinnovabile ha comportato un notevole valore aggiunto in termini di accettazione delle energie rinnovabili a livello locale e l'accesso a capitali privati aggiuntivi**, il che si traduce in investimenti a livello locale, in maggiori possibilità di scelta per i consumatori e in una **maggiore partecipazione dei cittadini alla transizione energetica**, in particolare incoraggiando la partecipazione delle famiglie che potrebbero altrimenti vedersi escluse, in un **miglioramento dell'efficienza energetica a livello domestico** e in un contributo alla **lotta contro la povertà energetica** grazie ai tagli ai consumi e alle tariffe di fornitura. [...]



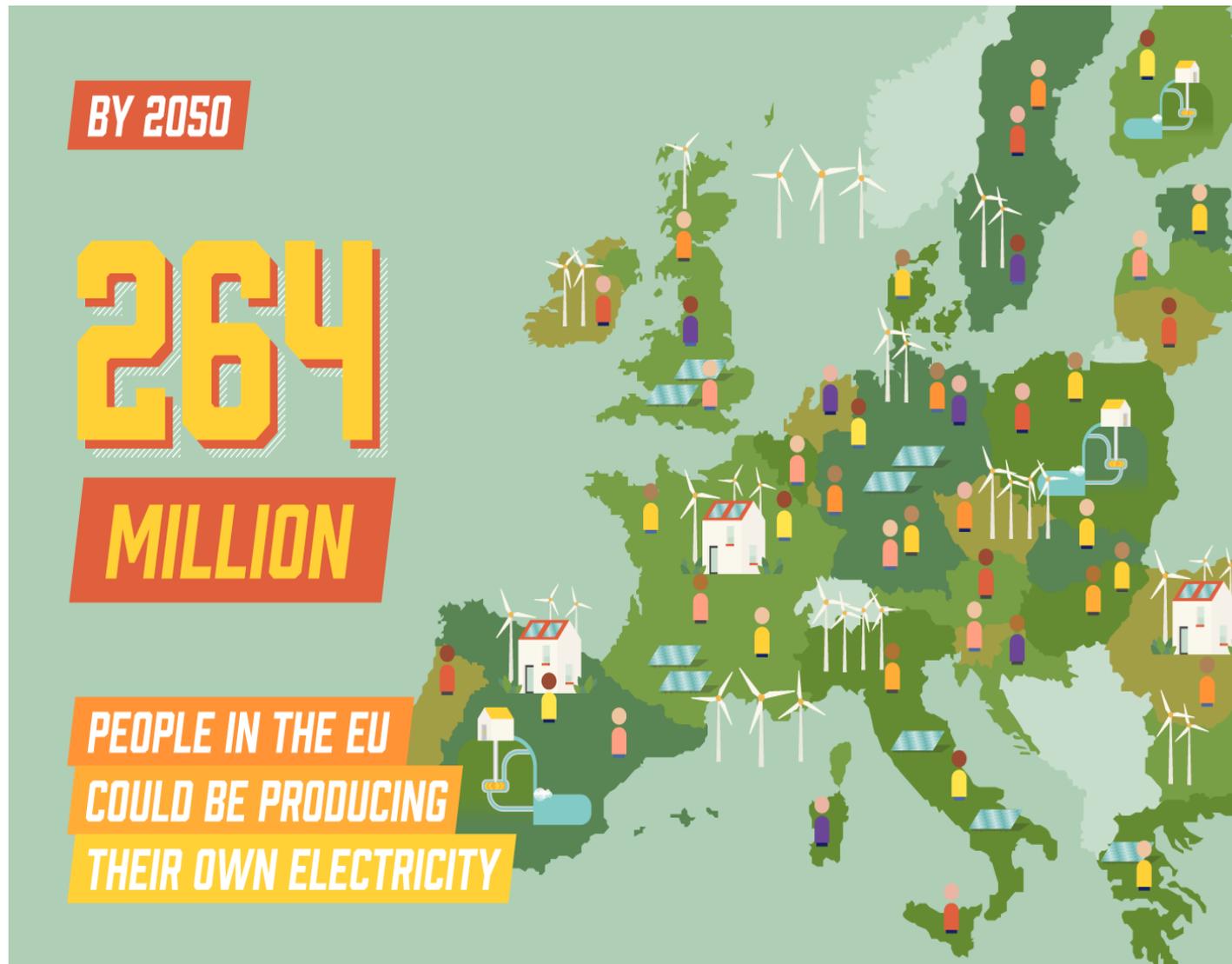
The potential of energy citizens in the European Union



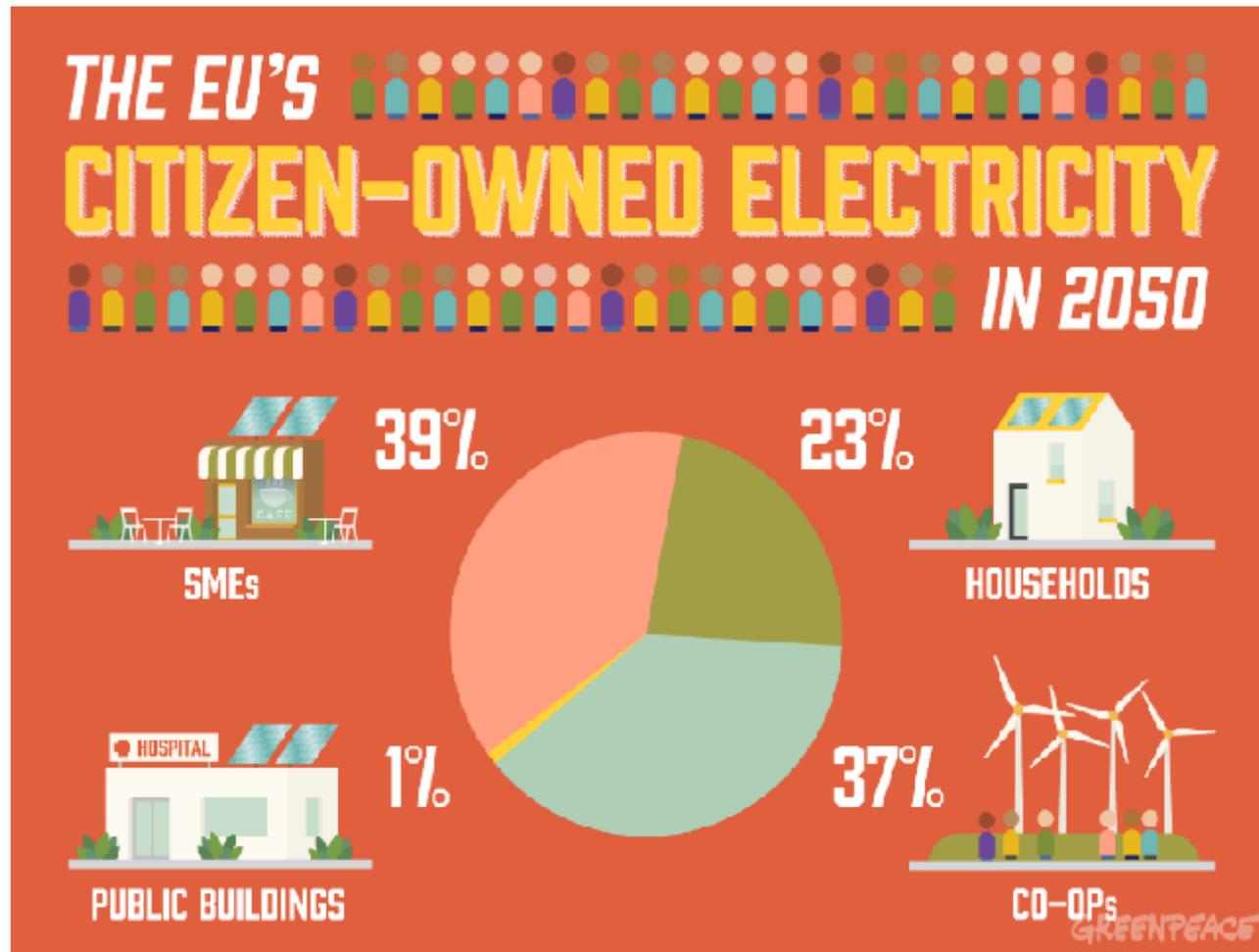
Istituto di ricerca ambientale CE Delft

Committenti: Greenpeace, Federazione Europea per le energie
Rinnovabili (EREF), Friends of the Earth Europe, REScoop.eu

Il potenziale europeo



Il potenziale per “categoria”



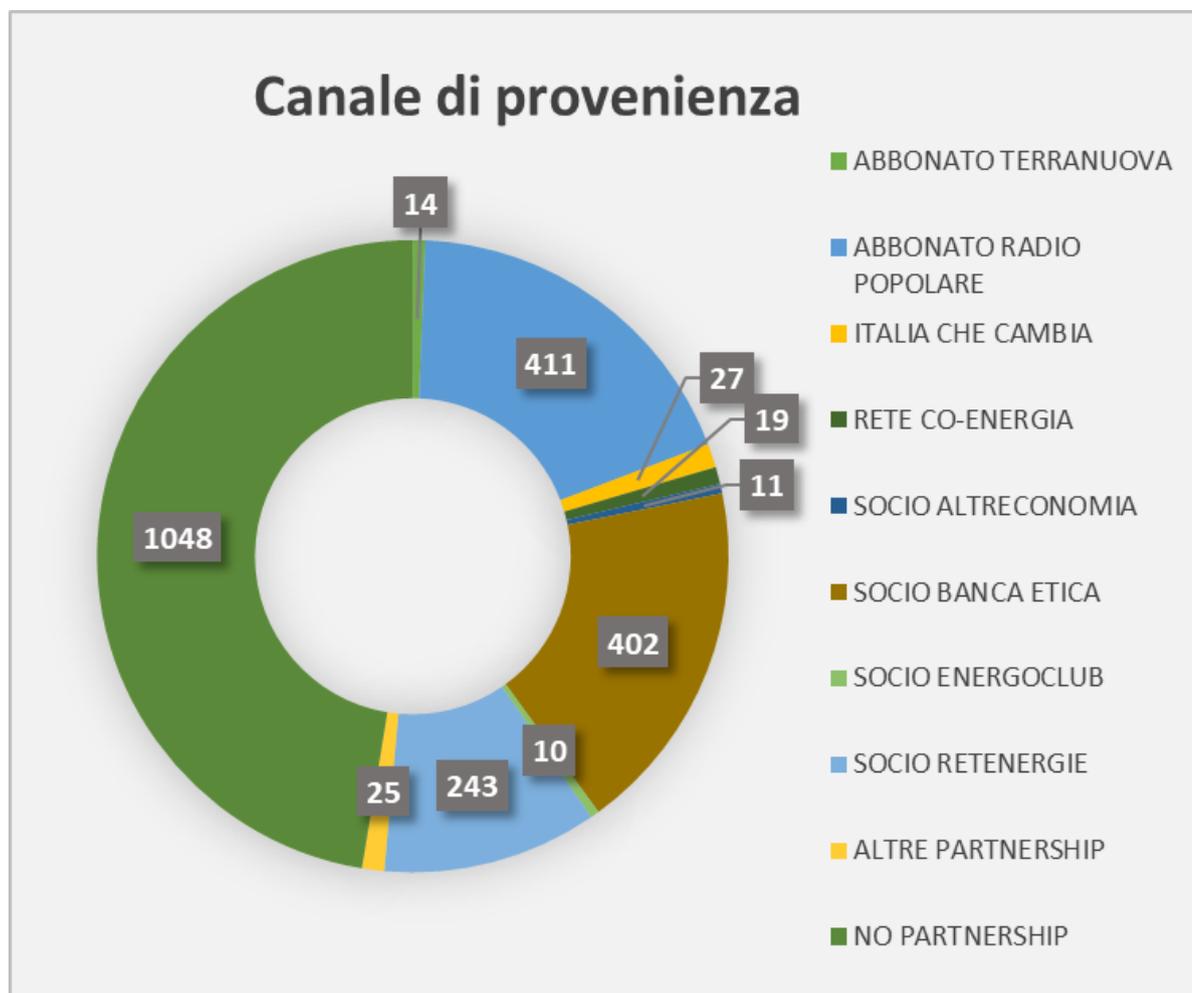
Il potenziale dei cittadini energetici in Italia



Cosa ci guida e cosa ci distingue



Canali di sviluppo: Il ruolo delle partnership e il passaparola



- Il 53% dei soci/contratti deriva dal canale delle partnership
- Radio Popolare, Banca Etica e la stessa Retenergie rappresentano il 95% della quota da partner
- Il 15% (stima) proviene dal passaparola (es. Natale 2015, Cedi due buone azioni)
- Il piano di sviluppo prevede iniziative importanti volte a potenziare entrambi i canali

Canali di sviluppo: le campagne via social, mail, web

- Dalla metà gennaio 2018 è stato potenziato lo staff dedicato all'Area Comunicazione e Sviluppo (che lavora in sinergia con le altre Aree), con l'inserimento di figure con profili professionali mirati al presidio dei canali social, del sito web e alla redazione di contenuti, scientifici, tecnici e divulgativi
- Obiettivo: favorire il passaparola, migliorare notorietà e posizionamento del brand, migliorare le opportunità di ascolto e coinvolgimento dei soci, incrementare il numero dei soci/contratti, massimizzare l'efficacia delle campagne di raccolta capitale per produzione
- Già a poche settimane dall'avvio della *task force* si rileva una maggiore presenza nei social network e una maggiore visibilità della cooperativa (ènostra)
- Il piano di comunicazione è in fase di definizione

Canali di sviluppo: eventi e ruolo dei tecnici promotori

- Per semplificazione si individuano due tipologie di eventi:
 - Contesti di animazione territoriale (Es. organizzazione di serate “Birretta bolletta”) che hanno come obiettivo prevalente la conversione. La figura del «tecnico promotore» riveste un ruolo importante nella promozione dei servizi della cooperativa sul territorio
 - Organizzazione/partecipazione ad eventi culturali, di portata locale o nazionale, che hanno come obiettivo prevalente la crescita brand
 - Nei tavoli di lavoro del pomeriggio (Partecipazione, Comunicazione, Servizi) saranno raccolti spunti, idee e opportunità da parte dei soci allo scopo di definire calendario, format, risorse coinvolte, ecc.

Un nuovo marchio da scegliere insieme

L'UNIONE DI DUE IDENTITÀ | IDEE PER IL NUOVO LOGO

retenergie
è nostra

Crem + smarketing^o

I temi del tavolo di lavoro

- La leva motivazionale
- Identità e posizionamento
- Opportunità e canali di promozione
- Feedback a caldo sul marchio