



URUCHOMIENIE DISPLAY'a

GET POWER – SAVE ENERGY

1 PIERWSZY KROK

- ✓ Zebranie danych
- ✓ Wybór budynku (-ów)
- ✓ Wybór informacji na plaketkę
- ✓ Wydrukowanie i wywieszenie plaketki

2 PLAN DZIAŁAŃ DISPLAY'a

- ✓ Cele
- ✓ Grupa (-y) obiektowe
- ✓ Role i odpowiedzialność
- ✓ Budżet
- ✓ Harmonogram czasowy



1 PIERWSZE KROKI

- ✓ Zebranie danych
- ✓ Wybór budynku (-ów)
- ✓ Wybór informacji na plakietkę
- ✓ Wydrukowanie i wywieszenie plakietki

Podstawowym elementem Kampanii Display jest **plakietka**, oparta na bardzo dobrej znajomości plakietek energetycznych dla urzędów gospodarstwa domowego. Ta plakietka :

- określa sprawność energetyczną budynku w sposób zrozumiały dla każdego
- jest elementem pośredniczącym pomiędzy częścią techniczną i komunikacyjną Display'a
- stanowi wizualne, łatwo przyswajalne narzędzie komunikacyjne, dzięki atrakcyjnej formie graficznej
- jest wyraźnym sygnałem faktu, że samorząd miejski poważnie traktuje problematykę energetyczną

Plakietka może być wywieszana na wszystkich typach budynków komunalnych, takich jak :

- Administracyjne
- Szkoły
- Obiekty kultury
- Obiekty służby zdrowia

Budynki komunalne stanowią bardzo dobre pole dla kampanii efektywności energetycznej, takiej jak Display, ponieważ :

- są odwiedzane przez dużą ilość osób
- mogą działać jako jaskrawe przykłady dla mieszkańców
- mogą stymulować inne instytucje do działań na rzecz poszanowania energii



Display pomaga w przyśpieszeniu wdrażania w Europie tzw. Dyrektywy Budynkowej 2002/91/EC.

Chociaż plakietka nie stanowi tej Dyrektywy dokładnego tłumaczenia.

Plakietka powstaje na bazie danych pochodzących z monitorowania zużycia paliwa, elektryczności i wody oraz wyliczenia stosownych wskaźników dla zużycia energii (pierwotnej), emisji CO₂ oraz zużycia wody w budynku.

Plakietka musi być komunikatywna i przedstawiać aspekty energetyczne i klimatyczne w sposób zrozumiały dla każdego. Nie jest ona przeznaczona wyłącznie dla ekspertów od energetyki !

Zbieranie danych

Edycję plakietki Display rozpoczyna się od analizy danych energetycznych budynków komunalnych.

Trzeba wybierać dane reprezentatywne oraz kierować się poniższymi wskazówkami:

Zbieranie danych energetycznych jest zabiegiem użytecznym z wielu powodów:

1. Dane z przeszłości pozwolą łatwo oszacować przyszłe zmiany poziomu zużycia energii – na bazie zużycia z przeszłości można określić pożądane wartości, wyznaczające cel działań Display'a
2. Znając zużycie bazowe można przewidzieć możliwe przyszłe oszczędności
3. Zbiór danych może posłużyć również jako argument przekonujący radnych do potrzeby zastosowania środków na poprawę efektywności energetycznej tych budynków, które zostały "nisko sklasyfikowane". Wykresy pokazane na plakietce powinny ich przekonać do zasadności podejmowanych działań.



Jako uczestnik Kampanii Display (prawdopodobnie nie miałbyś w ręku tego poradnika gdybyś nim nie był), masz pełny dostęp do narzędzi kalkulacyjnych „online” na stronie www.display-campaign.org.

Być może już zebrałeś potrzebne dane dla twojego budynku i wprowadziłeś je do narzędzia kalkulacyjnego.

Albo może tego jeszcze nie zrobiłeś. **Jeśli potrzebujesz więcej szczegółów o naturze potrzebnych danych oraz jak je wprowadzać, zajrzyj do naszego Przewodnika Użytkownika, w następujących rozdziałach tego opracowania.**

Wybór budynku (-ów)

Kiedy już zgromadziłeś wystarczającą ilość danych, masz pogląd na stan waszych budynków i ich sprawność energetyczną. Wtedy możesz już jeden z nich wprowadzić do Display'a.

Wybranie **budynków doskonałych** (sklasyfikowanych jako A) może stać się dla waszego samorządu miejskiego wizytówką wskazującą na wzorowe zarządzanie zużyciem energii i wody oraz emisją CO₂.

Uruchamianie Display'a na **budynkach dobrych** (klasy B, C, D) otwiera możliwość poprawienia ich sprawności i pracy na rzecz osiągnięcia klasy A.

Nie wahajcie się nad włączeniem do przedsięwzięcia Display'a **budynków o średniej** (klasa E) **lub nawet niskiej sprawności** (klasy F, G). Kampania jest doskonałą okazją do podjęcia takich działań szczególnie względem tych ostatnich oraz uczulenia ich użytkowników na potrzebę zachowań energooszczędnych.

Wybór informacji do plakietki

Poza bieżącym zużyciem energii przez budynek, plakietka powinna dostarczać również informacji o środkach technicznych, które są – lub będą – realizowane w tym budynku.



Przed zakończeniem plakietki powinniście uzgodnić z innymi miejskimi wydziałami jakie podjęte działania powinny zostać opublikowane na plakietce. Możecie tu wybierać pomiędzy planowanymi lub już realizowanymi przedsięwzięciami. Taka wiadomość jest doskonałym sposobem dla samorządu miejskiego do upublicznienia w szerokich kręgach społecznych zagadnień środowiskowych.

A jak już dokonacie wyboru budynków, które będą “publikować” swoją sprawność energetyczną, wodną i emisyjną CO₂, powinniście wydrukować plakietki Display’a dla każdego budynku.

Drukowanie plakietki

Aby otrzymać plakietkę Display’a wydrukowaną poprawnie, należy umieścić znak (logo) waszego miasta w części administracyjnej strony internetowej Display’a. Najlepszym źródłem poprawnego logo jest wydział informacyjny waszego miast.

Załadujcie więc logo waszego miasta o następujących parametrach:

- **Format:** jpg
- **Rozmiar:** nie więcej niż 600 x 600 pixeli
- **Rozdzielczość:** 300 dpi

Zalecamy zdecydowanie profesjonalizm przy wydruku plakietki, aby otrzymać ją w formacie PDF ze strony Display’a. W razie wątpliwości należy zasięgnąć rady wydziału informacji.

Dla wydruku plakietki drukarkę należy ustawić na :

- **Minimalna wielkość:** 60cm x 80cm
- **Typ papieru:** plastikowany
- **‘Grupa: kolory Display’a:**
 - **Zielony - czterokolorowy:** 25% cyjan, 100% żółty
- Pantone: 390 C
 - **niebieski - czterokolorowy:** 80% cyan, 30%



Ostateczny rezultat powinien mieć taki wygląd:



Plakietka Display

Dalsze informacje na temat projektu Kampanii Display można znaleźć w rozdz. 4 , zatytułowanym " Relacje Prasowe".

Wywieszenie plakietki

Kilka uwag na temat skutecznej prezentacji plakietki :

Wybór miejsca lokalizacji ma znaczenie zasadnicze. Najlepiej umieścić plakietkę w holu wejściowym do budynku, przez który przechodzą wszyscy wizytujący i gdzie dla wszystkich jest najlepiej widoczna. Plakietka Display adresowana jest do następujących grup: normalni użytkownicy budynku (tzn. ludzie w nim pracujący), miejski personel i administratorzy oraz interesanci.

Zróbcie tak, aby uruchomienie kampanii stało się ważnym wydarzeniem, aby każdy o tym wiedział. W tę akcję należy włączyć media (zob. "Relacje prasowe" rozdz. w tym opracowaniu).

Jeśli to zmieści się w harmonogramie czasowym, zorganizujcie **"dzień informacji o Display'u"** połączony z momentem publicznego wywieszenia plakietki. Przy okazji : okoliczności związane z wywieszeniem plakietki oraz inne praktyczne uwagi można znaleźć w rozdz.5 „Elementy Display'a”.

Wskazane jest, aby w procedurze wywieszania plakietki uczestniczył choć jeden pracownik magistratu zajmujący się Display'em. Ta osoba powinna wyjaśnić procedurę i

skomentować plaketkę. Celem tego spotkania jest uczulenie zebranej publiczności na to jaki wpływ na otaczające środowisko naturalne ma ten właśnie budynek oraz omówienie działań władz miejskich, dawnych i przyszłych, w tym zakresie.



W oficjalnym wywieszeniu pierwszej plaketki w Milton Keynes aktywnie uczestniczą uczniowie szkoły, w której się to odbywa

Jeśli posiadane środki na to pozwolą, przygotujcie małą ulotkę, która stanie się dodatkowym elementem tej kampanii. Adresowana do szerokiej publiczności, powinna ona wyjaśniać cel kampanii oraz “nową rolę” jaką mają do odegrania w niej użytkownicy budynku. Taką ulotkę należy rozpowszechniać podczas uruchamiania kampanii a później pozostawić paczkę kopii w pobliżu plaketki.

2 PLANOWANIE WASZYCH DZIAŁAŃ W DISPLAY’u

- ✓ Cele
- ✓ Grupy obiektowe
- ✓ Role i odpowiedzialność
- ✓ Budżet
- ✓ Harmonogram

Przed zidentyfikowaniem i bezpośrednim kontaktem z osobami odpowiedzialnymi za budynki użyteczności publicznej



powinniście najpierw uzgodnić formalnie uzgodnić z władzami miejskimi plan waszych działań.

Cele

Celem Display'a jest poprawienie sprawności energetycznej budynku poprzez **środki techniczne** jak również poprzez **zmianę zachowania użytkowników** wynikającą z budzenia ich świadomości energetycznej.

Grupa obiektowa

Grupę obiektową stanowią: użytkownicy, personel administracyjny, obsługa techniczna, personel szkolny, uczniowie oraz odwiedzający (tzn. wszyscy obywatele).

Role i odpowiedzialność

Po podpisaniu kontraktu Display'a należy nominować osobę do kontaktów z Display'em. Ten pracownik będzie koordynatorem projektu.

Podczas realizacji działań związanych z Display'em pojawiają się właściwie tylko cztery punkty w kontaktach pomiędzy użytkownikami budynku a zarządem miasta, w których potrzebna jest interwencja koordynatora :

- **Interwencje u zarządców budynków na samym początku projektu**
- **Udzielanie porad technicznych**
- **Motywowanie ludzi zaangażowanych w problematykę budynków przez cały czas projektu**
- **Asystowanie w konferencjach prasowych i innych PR**

(Źródło: Szkoła Energetyczna NRW)

Działania w tej tabeli zostały podzielone na trzy główne fazy kampanii: „Pierwsze kroki”, „Wykonanie” oraz „Ocena”. „Odfajkowane” pozycje to osoby, w szczególności pracownicy, które powinny być przewidziane do wykonania tego zadania. Wiele zadań pozostaje do wykonania dla zespołu roboczego. „Fajka” na szarym polu wskazuje osobę, której wybór jest najlepszą opcją.

Kto to może wykonać? <input checked="" type="checkbox"/> Najbardziej odpowiedni <input checked="" type="checkbox"/> Może wykonać	Miejski energetyk	Administrator budynku Kierownik szkoły	Pracownicy/ nauczyciele	Uczniowie	Woźni, dozorczy	Lokalna agencja energetyczna
DZIAŁANIA						
Pierwsze kroki						
Planowanie	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>
Budzenie świadomości personelu/uczniów	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ustalenie harmonogramu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Identyfikacja źródeł finansowania	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Identyfikacja odpowiedzialnych/zespół energetyczny	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Zapis/analiza/monitoring zużycia energii	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Identyfikacja programów nauczania (tylko szkoły)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>
Definicja celów	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	
Realizacja						
Rola wiodąca w działaniach Display'a		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Rola koordynująca w działaniach Display'a	<input checked="" type="checkbox"/>					
Organizacja oficjalnego rozruchu Display'a	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Propozycja spec.programów nauczania (tylko szkoły)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Współpraca z lokalnymi mediami	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Regularny odczyt liczników					<input checked="" type="checkbox"/>	
Identyfikacja strat energii		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Udzielanie porad technicznych	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ocena						
Przegląd postępu w osiąganiu celów	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	
Nadzór personelu	<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>
Nadzór uczniów		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>
Nadzór rodziców			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Nadzór wizytujących	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>



Budżet

Źródła finansowania bywają różne w różnych miastach a środki potrzebne na akcję budzenia świadomości zależą od rozmiarów planowanych działań. O dostępne środki z budżetu waszego miasta zapytajcie wydział finansowy.

Harmonogram

Harmonogram czasowy jest bardzo ważny dla utrzymania w rytmie prac. Oczywiście, potrzebny czas zależy od rodzaju środków do budzenia świadomości, jakie zamierzamy stosować. Ale w każdym przypadku należy zakładać, że wszystkie budynki komunalne zostaną wyposażone w **plakietki Display'a**, które powinny być zastępowane **wersjami uaktualnionymi raz na rok**. Taki proces daje możliwość informowania społeczeństwa o zmianach (a najlepiej poprawie) sprawności energetycznej budynków oraz o zrealizowanych przedsięwzięciach technicznych. W miarę upływu lat zainteresowanie społeczności plakietkami może spadać i wówczas może pojawić się potrzeba dodatkowych działań na rzecz budzenia świadomości. Takim środkiem może być **zorganizowanie jednej akcji, zdarzenia**, które pobudzi zainteresowanie plakietkami.

Pomysły na kontynuację działań w...

...wszystkich budynkach komunalnych

- Organizowanie dni/tygodni skoncentrowanych na tematyce energetycznej w aspektach ochrony środowiska
- "Tablica energetyczna", na której co tydzień będą publikowane aktualne dane o zużyciu energii, uzyskanych oszczędnościach, bieżącej realizacji projektów itp.
- Program energetycznego współzawodnictwa, np. pomiędzy pracownikami a uczniami, który będzie promował poprawę sprawności

... szkołach

- Wycieczki szkolne do energetycznych obiektów w okolicy (elektrownie wiatrowe, wodne itp.)
- Zwiedzanie najbliższego muzeum naukowego
- Konkurs rysunkowy i fotograficzny o tematyce energetycznej, dla uczniów
- „Uczniowie uczą uczniów” – starsi uczniowie mogą dzielić się swoją wiedzą energetyczną z młodszymi

Możecie również wykorzystać pewne momenty roku dla podjęcia działań specjalistycznych, na przykład uruchamiając projekt popularyzacji dobrych zachowań w dziedzinie ogrzewania w okresie bezpośrednio poprzedzającym sezon grzewczy (najlepiej na przełomie października/listopada), przed uruchomieniem instalacji grzewczej.

Inna możliwość polega na podjęciu **kampanii długoterminowej**, w celu uświadomienia użytkownikom budynku potrzeby systematycznego działania, przez cały rok. Posiadane środki



finansowe i ludzka chęć działania zostaną lepiej wykorzystane jeśli będzie im stale towarzyszyć świadomość nieustannego zainteresowania.

*Badania przeprowadzone w **Leicester**, (uczestnik Display'a) wykazały, że bardzo opłaca się operację plakietkową uczynić częścią szerszej kampanii dotyczącej budynku. Konieczne jest poinformowanie i włączenie do współpracy personelu i osób wizytujących do redukcji zużycia energii i nadzorowania systemu, aby budynki uzyskały dużo wyższą sprawność energetyczną.*

Nigdy jeszcze nie organizowaliście kampanii budzenia świadomości energetycznej i nie wiecie jak to się robi ? Nie martwcie się – przewodnik kampanii Display przeprowadzi was przez wszystkie konieczne kroki. Zajrzyjcie do rozdz.3 tego opracowania i poszerzcie zawartą tam wiedzę o doświadczenia użytkowników waszych budynków komunalnych.