

# Efficienza energetica, questa sconosciuta

**NELLE CASE E NELLE AZIENDE LA FANNO DA PADRONE VECCHI CONDIZIONATORI E CALDAIE SENZA VALVOLE TERMOSTATICHE. "CAUSA DISINFORMAZIONE GLI ITALIANI MOSTRANO SCARSA PROPENSIONE A SPENDERE IN MIGLIORIE" ANNOTA UNA RICERCA ISPO**

**Stefania Aoi**

*Milano*

Sono ancora una minoranza gli italiani che tentano di ridurre il costo della bolletta investendo in efficienza energetica. Eppure il 13 per cento delle famiglie (quasi 3,3 milioni) è intenzionato a mettere mano al portafogli entro la prossima primavera, nonostante la difficile situazione economica. Per adesso però, nelle case e nelle piccole aziende del Paese la fanno ancora da padrone i sistemi di riscaldamento tradizionali: le vecchie caldaie nelle abitazioni di privati, abbinata a termosifoni senza valvole termostatiche. Negli uffici pullulano i condizionatori. Appena il 4 per cento delle famiglie e delle micro imprese usa l'energia solare. Tra le prime solo un 18 per cento ha installato una caldaia ad alta efficienza energetica e nel 6 per

cento dei casi impianti radianti da pavimento per il riscaldamento. Tra le seconde la situazione è anche peggiore: uno scarso 11 per cento ha una caldaia con tecnologia moderna.

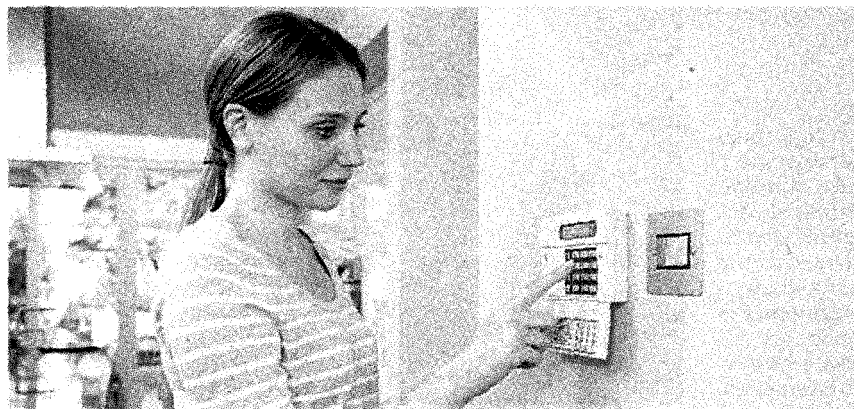
E' questo il quadro tracciato dall'Osservatorio sull'efficienza energetica, sondaggio d'opinione presentato la settimana scorsa a Torino dall'istituto di ricerche Ispo guidato da Renato Mannheimer, e commissionato dalla rete in franchising per aziende di installazione Domotecnica, in partnership con Enel Energia. La ricerca, che ha coinvolto 800 famiglie e piccole aziende, mostra un'Italia ancora prudente ma non del tutto indifferente al cambiamento. Nel prossimo futuro non si prospetta certo una rivoluzione: quasi quattro intervistati su cinque (il 77 per cento) non sembrano intenzionati ad apportare migliorie alla propria abitazione da qui al prossimo anno. E non ha mobilitato le masse nemmeno il bonus fiscale del decreto sviluppo che concede sgravi del 50 per cento per chi riqualifica casa da qui al prossimo giugno puntando sull'isolamento termico piuttosto che sul solare per riscaldare l'acqua o su un impianto radiante per il riscaldamento. Eppure l'interesse per

i vantaggi legati al risparmio energetico è in crescita.

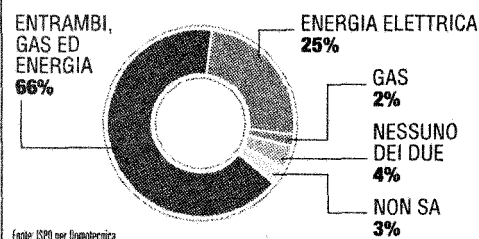
La crisi disincentiva gli investimenti. E non c'è da sorprendersi che la maggior parte dei connazionali preferisca aspettare tempi migliori. Ma un altro fattore sembra frenare gli italiani. Ed è la scarsa dimistichezza di una parte della popolazione con il tema del risparmio energetico. Due intervistati su cinque hanno confessato di non sentirsi abbastanza informati. Persino tra le piccole aziende, con picchi più elevati nel nord est, c'è un 30 per cento di imprenditori che non cela la scarsa conoscenza di vantaggi e contributi in palio. Inoltre oltre la metà degli intervistati teme la complessità dell'argomento. E' poi diffusa la percezione (tre imprenditori su cinque) di una difficile applicabilità dei sistemi per l'efficienza energetica in ambienti di lavoro. Ma anche tra gli scettici c'è curiosità, voglia di saperne di più sull'argomento: lo rivelano tre quarti degli intervistati. Non solo per un sentimento ambientalista, quanto in primo luogo per il desiderio di spendere meno. Altissima è la percezione dell'utilità e importanza di ridurre i consumi.

«L'efficienza energetica rappresenta una grande op-

portunità per il Paese sia in termini di sostenibilità sia di creazione di una nuova filiera industriale» commenta Simone Lo Nostro, responsabile marketing, supply e vendite corporate di Enel Energia. Il mercato potenziale a cui gli operatori del settore si rivolgono è composto da circa 10,8 milioni famiglie (43 per cento) che si sono dichiarate disponibili all'idea di un cambiamento, di riqualificare casa. Le più interessate sembrano essere quelle del nord-est (48 per cento). Mentre se si guarda a Sud e alle Isole la media si abbassa (39). Risale nel centro Italia: qui si trovano le imprese dello small business più pronte ad eventuali investimenti (51 per cento). «Sapere che ci sono milioni di famiglie disponibili ad ascoltare consigli sull'efficienza energetica e a effettuare interventi, — commenta Luca Dal Fabbro, presidente Domotecnica — rappresenta un segnale delle potenzialità del comparto, che gli installatori devono sfruttare». Proprio questi ultimi, insieme alle grandi aziende, sono tra gli interlocutori preferiti per avere informazioni e preventivi. Mentre i rivenditori specializzati superano le grandi società quando gli italiani decidono di passare all'acquisto e all'installazione di una caldaia o di un impianto solare.



## IL RISPARMIO ENERGETICO NELLE PMI



Quasi quattro intervistati su cinque (il 77%) non sembrano intenzionati ad apportare migliorie alla casa nell'arco di un anno