

MOGUĆNOSTI PRILAGODBE POTROŠAČA U ENERGETSKOM SEKTORU

CILJ

Promjena ponašanja pojedinaca

OPIS

Odgovarajuća lagana odjeća, raspored dnevnih aktivnosti kojim se izbjegavaju intenzivni napori u vrijeme najviših temperatura, otvaranje vrata i prozora za odvod toplog zraka može značajno smanjiti potrebe za hlađenjem. Kampanje za informiranje o npr. pravilnom odijevanju, pravilnoj upotrebi klimatizacijskih uređaja, rasporedu dnevnih aktivnosti.

OČEKIVANI REZULTATI

Poticanje ljudi na promjenu ponašanja (bihevioralne mjere)

INDIKATORI REZULTATA

Broj kampanja

UKLJUČENI DIONICI

Stručnjaci za informiranje, sociolozi, radnici, stanovništvo

TRAJANJE

- Kratkoročno (1-4 godine)

NAJBOLJE IZ PRAKSE

- Kessel Region - Germany

KLJUČNA PITANJA

Bihevioralne mjere općenito, poput „moralnog licenciranja“, ponekad ne vode računa o zaštiti okoliša. Dakle, važno je da bihevioralne mjere uvijek prate i druge mjere, poput propisa i normi, jer iako su često korisne, same po sebi ne jamče ostvarenje cilja određene politike.

OPSEG MJERE

- Prilagodba
- Ublažavanje

PREDLOŽENE MJERE

- "Soft" mjere

SEKTOR MJERE

- Energetika
- Javno zdravstvo

UTJECAJI KLIMATSKIH PROMJENA

- Ekstremne temperature

RAZINA PROVEDBE

- Općina

IZVOR

<https://climate-adapt.eea.europa.eu/help/share-your-info/general/consumer-side-adaptation-options-in-the-energy-sector-2013-changes-in-individual-behaviour>