



**LEGAMBIENTE**

**LabelPack** 

**L'impatto dell'etichettatura energetica sui  
consumatori finali**

# Comunicazione ai consumatori finali

1. 20 articoli su riviste e giornali ad oggi, principalmente di presentazione del progetto
2. Campagna Social, in corso
3. Due edizioni degli Opuscoli informativi per consumatori (oltre a quello per i tecnici)

# Campagne nazionali

The project brochure was hosted during two important awareness campaigns:

Green Train from 26 February to 9 April 2016 - a real train travelling in all the Italian Country. A specific carriage on energy efficiency was organised and project brochure was at disposition of all persons visiting the train. In total has been organised 10 stops all over the Italian Country and estimate 30.000 persons (citizens, students, local administrator, journalist) visiting the train.

Goletta Verde 2016 from 18 June 2016 to 15 August 2016. A real ship sailing the Italian coast informing citizens and tourist about marine pollution, soil erosion and separate waste collection. Project brochure was ad disposition of citizens' tourist and local administrator. In total were organised 30 stops all over the Italian coast and we estimate 6.000 persons visiting the train.

During these campaign we distributed 2.500 project leaflet.

ECOMONDO - punto informativo

# Campagna Social

## FACEBOOK

	Clic post	Clic link website	person reached	Like	Interaction	Negative Interaction
FB1	162	9	4451	28	48	1
FB2	1234	276	37625	371	523	3

## TWITTER

	Views	Clic link website	Interaction
TW1	1854	11	59
TW2	2460	9	33

# twitter



Try another hashtag, account or keyword

RUN

Looks like we didn't find any more tweets.

Are there tweets that were posted more than a week ago? Try one of our [other options](#).

Tweet



TWEETREACH SNAPSHOT FOR

## #LabelpackAplus

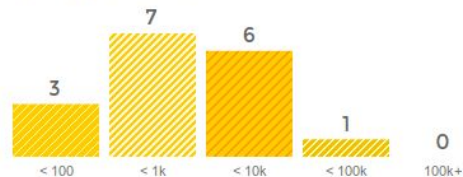
ESTIMATED REACH

# 73,309

ACCOUNTS REACHED

EXPOSURE

# 94,338

 IMPRESSIONS

Bars show number of tweets sent by users with that many followers

# twitter



## TOP CONTRIBUTORS

**62.3k**  
IMPRESSIONS



**@Legambiente**  
Follow 62.7K followers

**9**  
RETWEETS



**@Legambiente**  
Follow 62.7K followers

**9**  
MENTIONS



**@Legambiente**  
Follow 62.7K followers

## MOST RETWEETED TWEETS

**9**  Legambiente Onlus @Legambiente 14 days ago  
#labelpackAplus Scopri come rendere più efficiente il riscaldamento a casa (e risparmiare) >>...  
twitter.com/i/web/status/8...

**1**  STA @thesolartrade 15 days ago  
Upgrading your heating system? Make sure it's A+  
#LabelPackAPlus label-pack-a-plus.eu/uk/ https://t.co/  
/lhSrzcjzL

**1**  AustriaSolar @AustriaSolar about 1 month ago  
Hier finden Sie die besten Tricks für effizientes  
Heizen! goo.gl/jh1xxX #LabelpackAplus  
@MarosSefcovic... twitter.com/i/web/status/8...

**ACTIVITIES FOR END CONSUMERS**

	<b>PARTNERS</b>	<b>BROCHURE &amp; FLYERS</b>	<b>FAIRs</b>	<b>CAMPAIGNS</b>	<b>OTHER</b>	<b>SOCIAL CAMPAIGN</b>	<b>WEBSITE</b>
<b>EUROPE</b>	Estif	X				X	X
<b>ITALY</b>	Legambiente, Assolterm	X	X	X		X	X
<b>FRANCE</b>	Enerplan	X	X		X	X	
<b>GERMANY</b>	BSW, Eclareon	X					
<b>ENGLAND</b>	Solar Trade						
<b>PORTUGAL</b>	Deco, Adene, Apisolar						
<b>AUSTRIA</b>	AustriaSolar		X			X	X

# Il video

## L'IDEA ORIGINALE DEL VIDEOCON I LEGO

l'idea pensata a Berlino di realizzare un video divertente che possa convogliare traffico sul sito è stata abbandonata per venuta meno disponibilità dell'artista che l'avrebbe realizzata

è in discussione l'idea di un breve video -educazionale o divertente - che porti traffico o che possa contare come informazione all'utente finale.



# cosa funziona e cosa no (fronte consumatori)?

## I NUMERI

è evidente che la brochure attira l'interesse relativo dei consumatori.

è necessario individuare il cittadino interessato in primo luogo nel momento in cui l'interesse sorge, ovvero in fiera di settore, negozi, momenti informativi. In questi spazi è immaginabile che si possano trovare consumatori attenti ed informati o sensibilizzati, che possano trarre giovamento dalla nostra informazione.

Ipotesi: fare pubblicità su google e facebook localizzate (spazio/tempo/parole chiave) sugli eventi chiave? fiere/convegni ecc.

Puntare ad articoli su riviste popolari di settore (casa facile donna moderna ecc)

Il sito è un elemento informativo pensato più per i tecnici, per cui bisogna puntare su altre fonti di informazione che diano una prima informata di comunicazione semplice, che genera interesse per il sito.