



# **ENERJİ VERİMLİLİĞİ**

## **STRATEJİK İLETİŞİM PLANI**

ETKB - EVÇED

Haziran.2020

## YASAL UYARI

Bu rapor; enerji verimliliği ile ilgili iletişim faaliyetlerinin planlanmasına yönelik olarak bir 'çerçeve' oluşturmak amacıyla Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığınca hazırlanmıştır.

Raporda yayımlanan bilgilerin güncelliği, doğruluğu, güvenilirliği ve tamlığı konusunda tüm titiz çalışmalara rağmen, olabilecek hatalardan Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığı (EVÇED) hiçbir taahhüt ve sorumluluk kabul etmez. Rapordaki bilgilerin yanlış kullanımı/yorumlanmasından doğrudan veya dolaylı bir zarar doğması halinde, EVÇED'e hiçbir borç, sorumluluk veya mükellefiyet yüklenemez. EVÇED raporda yer alan bütün bilgileri ve tasarımı önceden bildirimde bulunmaksızın değiştirebilir veya kullanım dışı bırakabilir.

Raporun telif hakkı ve diğer her türlü hakları EVÇED'e aittir. Rapor içerisindeki bilgiler kaynak verilmek kaydıyla kullanılabilir.

### Planın hazırlanma sürecine katkı verenler:

Paradigma Consultancy (Proje Yöneticisi: Haluk ÜNALDI)

Reta Reklamcılık ve Tanıtım Ltd. Şti. (Mehmet AYDOĞDU, Bengi Su AYDOĞDU)

Enerji Verimliliği Derneği (ENVER) (Ali İhsan SILKİM, Bilal ASLAN)

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. (Can HAKYEMEZ)

Mimar Mühendisler Grubu Derneği (Bülent ŞEN)

Isı Su Ses ve Yangın Yalıtımcıları Derneği (İZODER) (Ertuğrul ŞEN)

MARKAM Pazarlama Yönetimi ve Marka İletişimi Danışmanlığı (Güven BORÇA)

Kadir Has Üniversitesi-CESD (Prof.Dr. Volkan Ş. EDİGER, Doç.Dr. Eser SELEN, Asst. Salihe KAYA)

ETKB-EVÇED (Dr.Oğuz CAN, Murat Ersin ŞAHİN, Safure KALAYCI, EVÇED Personeli)

# ENERJİ VERİMLİLİĞİ STRATEJİK İLETİŞİM PLANI

## İÇİNDEKİLER:

YÖNETİCİ ÖZETİ .....	5
ENERJİ VERİMLİLİĞİ GENEL.....	7
‘Enerji Verimliliği’ Stratejiktir .....	7
Türkiye’de ‘Enerji Verimliliği’ Faaliyetleri .....	9
MEVCUT DURUM ANALİZİ.....	14
Sektör Araştırması ve SWOT Analizi .....	14
Enerji Verimliliği Alanında Kamu Farkındalığının Artırılması Projesi .....	18
‘Kamuoyu Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi (EVBE)’ Çalışması .....	20
İLETİŞİM PLANININ AMAÇ VE SÜRESİ .....	24
İLETİŞİM PLANININ ANA BİLEŞENLERİ .....	25
Genel Faaliyetler .....	26
Sanayi.....	27
Hane halkı .....	28
Kamu .....	30
Hizmet.....	31
Ulaştırma.....	32
Tarım.....	34
İLETİŞİM KANALLARI .....	35
İLETİŞİM FAALİYET VE STRATEJİLERİ .....	36
Önemli Gün Ve Haftalarda Yapılacak Faaliyetler .....	38
HEDEF KİTLEDEN BEKLENEN TUTUM VE DAVRANIŞ DEĞİŞİKLİĞİ .....	40
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME.....	41
RİSK ANALİZİ .....	42
Kritik Başarı Faktörü.....	44
Kritik Risk Faktörü .....	44
KISALTMALAR .....	45
REFERANSLAR .....	47

*Bu sayfa boş bırakılmıştır.*

## YÖNETİCİ ÖZETİ

Enerji verimliliği (EV), tanım olarak, binalarda konfor ve hizmet kalitesinin, işletmelerde ise üretim kalitesi ve miktarının düşüşüne yol açmadan, birim hizmet veya üretim için tüketilen enerjinin azaltılmasıdır. Bir diğer ifade şekli ile; aynı enerji girdisi ile kaliteden ve standartlardan ödün vermeden daha fazla üretmek, daha fazla çıktı elde etmek olarak ifade edilebilir.

Enerji verimliliği; enerji maliyetlerinin yükünün azaltılması, enerjide arz güvenliğinin sağlanması, dışa bağımlılıktan kaynaklanan risklerin asgariye indirilmesi, düşük karbonlu ekonomiye geçiş ve çevrenin korunması, yerli enerji potansiyelinin azami verimlilikte değerlendirilerek sürdürülebilirliğinin sağlanması gibi ulusal stratejik hedefleri tamamlayan ve bunları yatay kesen disiplinler arası stratejik bir faaliyetler bütünüdür.

Ülkemiz, ***'enerji ve doğal kaynaklarını verimli ve çevreye duyarlı şekilde değerlendirerek ülke refahına en yüksek katkıyı sağlama'*** misyonu ve ***'enerji ve doğal kaynaklarda güvenli bir gelecek'*** vizyonu doğrultusunda enerjinin üretiminden, nihai tüketimine kadar bütün süreçlerde verimliliğin artırılmasını hedeflemektedir.

Türkiye'de enerji verimliliği faaliyetleri 2007 yılında 5627 Sayılı Enerji Verimliliği Kanunu ile hız kazanmış olup, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın öncülüğünde birçok odaklı faaliyet gerçekleştirilmiş ve gerçekleştirilmektedir.

Enerji verimliliğinin artırılmasında önemli mücadele alanlarından birisi de farkındalık ve bilinç artışının sağlanarak gerekli davranış değişikliğinin oluşturulmasıdır. Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı, Y-8 sayılı eylemi 'Farkındalık, Eğitim ve Bilinçlendirme Faaliyetlerinin Yürütülmesi' kapsamında 'Enerji Verimliliği Stratejik İletişim Planı' hazırlanmasını öngörmüştür.

**'Enerji Verimliliği Stratejik İletişim Planı'nın amacı; ülkemizin enerji verimliliği amaç ve hedeflerine ulaşmak üzere gerçekleştirilmesi öngörülen iletişim faaliyetlerinin planlanmasına yönelik olarak bir 'çerçeve' oluşturmaktır.**

Enerji verimliliğinin stratejik iletişim faaliyetlerinin sınıflandırılmasına yönelik olarak oluşturulan ana bileşenler; genel faaliyetler, sanayi, hane halkı, kamu, hizmet, ulaştırma ve tarım şeklindedir. Genel faaliyetler, toplum genelinde enerji verimliliği vizyonunun oluşturulması ve tabana yayılması ile bilinç ve farkındalığın oluşmasına yönelik iletişim faaliyetlerinin ana hatlarını belirlemektedir. Genel faaliyetler dışındaki diğer alt bileşenler (sanayi, hane halkı, kamu, hizmet, ulaştırma ve tarım) toplumda belli bir kesime odaklanan faaliyetlerin iletişim planına yönelik olup, faaliyetlerin adı geçen grubun özelliklerine ve ihtiyaçlarına odaklanmasını sağlamak üzere belirlenmiştir.

İletişim planında yer alan genel faaliyetler ve her bir alt bileşen için; hedef kitle, amaçlar, iletişime yönelik örnek anahtar kelimeler ve paydaşlar ile tavsiye edilen iletişim kanalları ele alınmıştır.

Ulusal düzeyde enerji verimliliğinin hem bilgi, hem de davranış boyutunda gelişimini takip etmek üzere ilgili ulusal ve uluslararası standartlara göre Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile Enerji Verimliliği Derneği tarafından yürütülen 'Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi Kantitatif Araştırma Raporu' kapsamında 'Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi (EVBE)' çalışması yapılmıştır. 6-29 Kasım 2019 tarihleri arasında saha çalışmaları tamamlanan araştırmada;

**Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi; 157,7 (orta-üst)**

Bilgi Endeksi;	177,9 (yüksek-alt)
Davranış Endeksi;	137,5 (orta-alt)

olarak tespit edilmiştir.

Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi'ni oluşturan iki parametreden 'Bilgi Endeksi' oldukça yüksek, 'Davranış Endeksi' ise göreceli olarak düşük bir değerdedir. Bu değerler, enerji verimliliğine yönelik kampanyalarda **bilginin davranışa dönüştürmeye yönelik farkındalığa ağırlık verilmesi gerektiğine işaret etmektedir.**

İletişim planının hazırlanması sürecinde ilgili sivil toplum kuruluşları ile iletişim planına dair görüşmeler yürütülmüş ve SWOT analizi başlığı altında özetlenmiştir

Bu çalışmada, enerji verimliliği alışkanlıklarının toplumda benimsenmesi, kurumsallaşması ve içselleşmesinin sağlanabilmesi için konuya bir 'değişim yönetimi' anlayışı ile yaklaşılması gerektiği vurgulanmış ve kapsamlı risk analizi yapılmıştır.

Bu doküman; enerji verimliliği alanında faaliyet gösteren kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları ile STK'ların konu ile ilgili iletişim faaliyetlerinde tavsiye edici ve 'rehber niteliğinde' bir doküman olarak değerlendirilmelidir.

## ENERJİ VERİMLİLİĞİ GENEL

### 'Enerji Verimliliği' Stratejiktir

Enerji verimliliği (EV), tüketilen enerjinin, üretimdeki miktar ve kaliteyi düşürmeden, ekonomik kalkınmayı ve sosyal refahı engellemeden en aza indirilmesidir. Daha geniş bir biçimde enerji verimliliği; üretim, iletim, dağıtım ve nihai tüketimdeki enerji kayıplarının önlenmesi, ileri teknoloji, teknikler, verimli ekipman ve prosesler ile hizmet/üretimi düşürmeden enerji talebinin azaltılması, enerjinin geri kazanılması gibi önlemlerin bütünüdür.

Nüfus artışı, refah düzeyinin yükselmesi, artan şehirleşme oranı, hizmet sektörünün güçlenmesi ve sanayileşme gibi nedenlerden dolayı ülkemizin enerji kullanımı gelişmiş ülkelere göre daha hızlı artmaktadır. Birincil enerji tüketimi yıllık ortalama yüzde 2-3, elektrik talebi yüzde 5-6 oranında artış göstermektedir.

Enerji sektörünün içinde bulunduğu dönüşümü temsil eden başlıklar olan; elektrifikasyon (elektriğin kullanımının miktar ve alan olarak artışı), dijitalizasyon (data analitik, kayıt zinciri, 5G, yapay zeka, endüstri 4.0 vb. bilişim teknolojilerinin gelişimi), karbonsuzlaşma (insan kaynaklı sera gazı salımlarının azaltılması) dikkate alındığında sadece teknolojiler değil, müşteriye/pazara erişim kanalları ve stratejileri de çok hızlı değişmektedir. Yenilenebilir enerji, elektrik depolama, dağıtık üretim, elektrikli ve otonom araçlar, elektriğin günlük yaşamın her aşamasında daha çok yer almasına sebep olmaktadır. Isıtma ve soğutma kaynaklı emisyonların azaltılması, akıllı şehirler, smart grid, talep tarafı yönetimi, power-to-x uygulamaları içinde talep fazlası enerjinin hidrojen, sentez gazı vb kaynaklara dönüştürülmesi, karbon yakalama - geri dönüşüm – depolama (CCUS) teknolojileri ile enerji piyasasının yeniden tanımlandığı bir dönemden geçilmektedir. Enerji verimliliği bu dönüşümün tüm bileşenlerinde yer alan çarpan etkisi ile stratejik bir unsurdur.

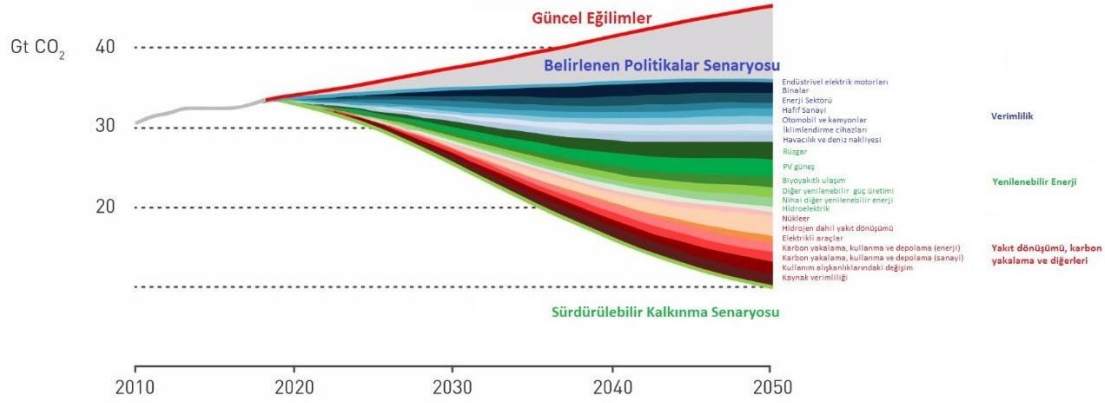
Stratejinin birçok tanımından birisi de *'toplumların kendi geleceğini güven altına almak üzere yaptıklarıdır.'* Enerji verimliliği faaliyetleri de ülkelerin geleceğini güven altına alan faaliyetler olduğundan, stratejik bir kavram olduğunu söylemek mümkündür.

Enerji verimliliği faaliyetlerinin çok önemli ve hatta stratejik olduğunu gösteren birçok doküman mevcuttur. Örneğin; 'Uluslararası Enerji Ajansı (International Energy Agency)' tarafından hazırlanan 'World Energy Outlook, 2019' raporunun özet bölümünde enerji verimliliği kavramına özellikle vurgu yapılmıştır.

Aynı dokümanda emisyon azaltımı ile ilgili olarak 2050 projeksiyonunda enerji verimliliğinin sürdürülebilir enerji hedeflerine ulaşmada önemli bir faktör olduğu vurgulanmıştır (Şekil.1)

### Sürdürülebilir enerji hedeflerine ulaşmak için tek bir çözüm veya basit çözümler yoktur

Sürdürülebilir kalkınma senaryosunda kaynaklara göre enerji kaynaklı CO<sub>2</sub> emisyonları ve azaltım miktarları



Şekil.1 - Enerjide sürdürülebilir gelişim senaryoları

Enerji dünyasının bir başka önemli referans kaynağı olan ve 'U.S. Energy Information Administration' tarafından hazırlanan 'International Energy Outlook, 2019, U.S.' dokümanının altı ayrı yerinde enerji verimliliği kavramına yer verilmekte ve bu kavrama 2050 projeksiyonunda özellikle vurgu yapılmaktadır.

Dünyanın lider danışmanlık şirketlerinden olan KPMG'nin 2019 yılında yayınlanan 'Enerji, Sektörel Bakış' dokümanının 'Dünyada ve Türkiye'de eğilimler' bölümünde dünyanın ve Türkiye'nin enerji geleceğinde enerji verimliliğinin özel bir yeri olacağı özellikle vurgulanmıştır.

... "Dünya ekonomisindeki eğilimler enerji dünyasında da bir takım değişimleri zorunlu kılıyor. Gelirlerdeki artışın ve çoğu gelişmekte olan ekonominin ağırlıklı kentsel alanlarında olması beklenen 1,7 milyarlık ek nüfusun, küresel enerji talebini 2040 yılına kadar yüzde 25'ten fazla artırması bekleniyor. Enerji güvenliği ve **sürdürülebilirlik hususları bakımından güçlü bir politika aracı olan enerji verimliliğinde** sürekli iyileşmelerin olmaması durumunda bu artışın yaklaşık iki kat fazla olabileceğinden endişe edilirken, talep artışının büyük ölçüde Asya'daki gelişmekte olan ekonomiler kaynaklı olacağı tahmin ediliyor."

Bu değerlendirmeler dikkate alındığında enerji verimliliği faaliyetlerinin stratejik olduğu ve yeni enerji ve ekonomik politikalarda daha da ağırlık kazandığı görülmektedir.



## Türkiye’de ‘Enerji Verimliliği’ Faaliyetleri

Enerji verimliliği faaliyetleri bağlamında, 2007 yılında kabul edilen Enerji Verimliliği Kanunu ile yeni bir gelişim süreci başlamıştır.

18/Nisan/2007 tarihinde 5627 sayı ile Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren **bu kanunun amacı; enerjinin etkin kullanılması, israfının önlenmesi, enerji maliyetlerinin ekonomi üzerindeki yükünün hafifletilmesi ve çevrenin korunması için enerji kaynaklarının ve enerjinin kullanımında verimliliğin artırılmasıdır.**

Enerji verimliliği ile ilgili temel tanımları yapan bu kanun; binalarda yaşam standardı ve hizmet kalitesinin, endüstriyel işletmelerde ise üretim kalitesi ve miktarının düşüşüne yol açmadan enerji tüketiminin azaltılmasını öngörmektedir.

‘Yüksek Planlama Kurulu’ tarafından hazırlanan ve 20/Şubat/2012 tarihinde 2012/1 numaralı karar olarak Resmi Gazete’de yayınlanan ‘Enerji Verimliliği Strateji Belgesi’, 2023 yılına kadar Türkiye’nin GSYİH’si başına harcanan enerji miktarını en az yüzde 20 azaltma hedefi koymuştur. Bu strateji belgesinde aynı zamanda ‘Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı’ hazırlanarak etkin bir biçimde uygulamaya geçirilmesi ve izlenmesini de öngörülmüştür.

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yayımlanan ve 2010-2023 yılları arasını kapsayan ‘Türkiye İklim Değişikliği Stratejisi’ belgesinin iki ayrı yerinde enerji verimliliğine yer verilmiştir. Buna göre;

... ‘Binalarda enerji verimliliği potansiyeli tespit edilecek ve bu potansiyel maksimum ölçüde gerçekleştirilecek; sanayi ile işbirliği içerisinde enerji verimliliğini sağlayacak yapı malzemeleri ve teknolojilerine yönelik öncelikli projeler belirlenecektir.’

... ‘2020 yılına kadar sanayi sektöründe enerji verimliliği uygulamaları ile belirlenmiş olan tasarruf potansiyeli azami ölçüde gerçekleştirilecektir.’

Türkiye’nin yürütülen faaliyetlere rağmen enerji verimliliğinin ekonomik bir ifadesi olan enerji yoğunluğu gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir. 2015 yılı Türkiye’nin birincil enerji yoğunluğu 2010 yılı dolar fiyatlarıyla 1000 ABD Doları başına 0,12 ton-eşdeğer-petrol (TEP)’dir. Bu yoğunluk dünya ortalaması olan 0,17 değerinden düşük olmakla beraber OECD ortalaması olan 0,10 değerine göre yüksektir. Almanya’nın 0,08 ortalama ile en iyi olduğu Avrupa Birliği’ndeki 28 üye ülke ortalaması 0,09’dur. Japonya’nın enerji yoğunluğu ise 0,07’dir. Ülkemizin daha az enerji tüketerek daha yüksek katma değer sağlaması noktasında enerji verimliliği faaliyetleri ile etkinliğinin artırması gerekmektedir. (Tablo.1)

Ülke	GSYH (milyar 2010\$) <sup>i</sup>	Birincil Enerji Arzı (Mtep) <sup>ii</sup>	Birincil Enerji Yoğunluğu (tep/bin 2010\$) <sup>ii</sup>	Kişi Başı Birincil Enerji Arzı (tep/kişi) <sup>ii</sup>	Kişi Başı Elektrik Tüketimi (MWh/kişi) <sup>ii</sup>
Dünya	80.259	13.972,2	0,17	1,9	3,2
OECD	50.960	5.309,0	0,10	4,1	8,0
AB-28	18.852	1.619,0	0,09	3,2	6,1
Türkiye	1.206	145,3 <sup>iii</sup>	0,12	1,8	3,3
Almanya	3.878	311,3	0,08	3,8	7,0
Japonya	6.141	432,0	0,07	3,4	8,1

<sup>i</sup> Kaynak: Dünya Bankası

<sup>ii</sup> Kaynak: Uluslararası Enerji Ajansı (aksi belirtilmedikçe)

<sup>iii</sup> Kaynak: Türkiye Ulusal Enerji Denge Tablosu

Tablo.1 - Temel Enerji Göstergeleri

Enerji Verimliliği Kanunu'nun amacı doğrultusunda hazırlanan ve 2017-2023 yılları arası uygulanacak eylemleri kapsayan Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı (Şekil.2); bina ve hizmetler, enerji, ulaştırma, sanayi ve teknoloji, tarım ve yatay konular olmak üzere toplam 6 kategoride 55 eylem ile 2023 yılı sonuna kadar Türkiye'nin birincil enerji tüketiminde yüzde 14 azaltım, 23,9 MTEP tasarruf sağlayacaktır. Uygulanacak eylemler çerçevesinde 10,9 milyar ABD Doları yatırım yapılması ve 2033 yılına kadar kümülatif toplamda 30,2 milyar ABD Doları doğrudan tasarrufun sağlanması öngörülmektedir.

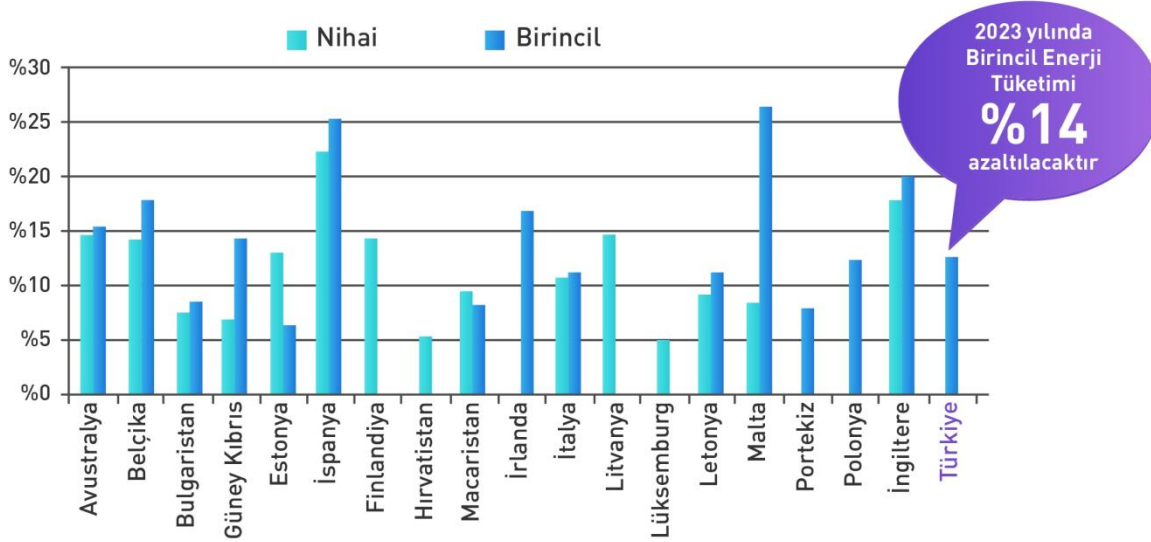
Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı kapsamında; enerji üretim, iletim, dağıtım ve talep tarafı yönetimi, yerinde üretim seçenekleri, sanayide enerji verimliliği, ısı pompası, kojenerasyon gibi enerji verimliliği teknolojileri, akıllı şehir ve akıllı şebekelerin enerji verimliliği açısından konumlandırılması, binalarda enerji verimliliği, sürdürülebilir yeşil binalar ve alanlar, yaklaşık sıfır enerjili binalar, enerji verimli araç, taşıt ve ekipmanların kullanımı, bütünleşik ulaşım, yük ve yolcu taşımada verimlilik, atık ısı ve alternatif yakıtların değerlendirilmesi, bölgesel ısıtma, atık yönetimi, aydınlatma, enerji yönetim sistemleri, enerji etütleri, kimlik belgeleri ve etiketleme, tarım araçlarında ve sulamada enerji verimliliği, kamu satın alımlarında sürdürülebilirlik, ömür boyu maliyet kavramının önceliklendirilmesi, bilinçlendirme, eğitim, farkındalık, enerji verimliliği ve çevre duyarlı tasarım gibi başlıklar çalışılmaktadır.

## Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı (2017-2023)

2023 yılına kadar;

- 10,9 milyar ABD Doları yatırım,
- Birincil enerji tüketiminde %14 azaltım,  
karşılığı 23,9 milyon tep enerji tasarrufu,
- 66,6 milyon ton CO<sub>2</sub> eş değeri sera gazı emisyon azaltımı,

2023 yılına kadar kümülatif toplamda 30,2 milyar ABD Doları doğrudan tasarrufun sağlanması öngörülmektedir.



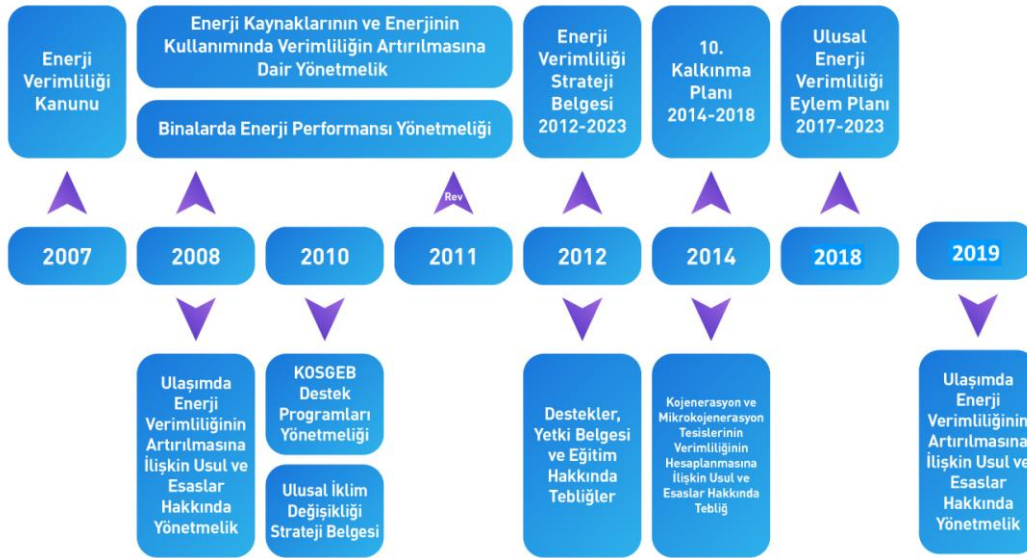
Şekil.2 - Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı

Bütün bunlara ilave olarak 2017 yılında yayınlanan Milli Enerji ve Maden Politikasında üretimden, iletme, dağıtım ve tüketime tüm aşamalarda enerji verimliliğinin artırılması hedeflenmektedir. Arz güvenliği, öngörülebilir piyasa ve yerleştirme saç ayağı üzerinde temellenen Milli Enerji ve Maden Politikası kapsamında arz güvenliğinin sağlanması noktasında önceliklendirilen beş başlıktan birisi enerji verimliliği olarak vurgulanmıştır (Şekil.3)



Şekil.3 - Milli Enerji ve Maden Politikası Açısından Enerji Verimliliği

Enerji piyasasının dönüşümünde enerji verimliliği; enerjide arz güvenliği ve dışa bağımlılığın azaltılması, sürdürülebilir ve düşük karbonlu gelişme, yenilikçi süreçler ile yerli ve yeni teknolojilere geçişin sağlanması, istihdamın artırılması, enerji yoğunluğunun azaltılması ve rekabetçilik, üretkenlik, kamu bütçe yönetimi, yoksulluk ile mücadele, varlık değer artışı, kaynak yönetimi açılarından önemli fırsatlar sunmaktadır.



Şekil.4 - Enerji Verimliliği Mevzuatı

2007 yılında Enerji Verimliliği Kanunu ile hız kazanan sürecin yıllara göre hangi mevzuatlar kapsamında devam ettiği, Şekil.4’de gösterilmiştir.

2019-2023 Yıllarını Kapsayan 11nci Kalkınma Planı ‘Rekabetçi Üretim ve Verimlilik’ temasına odaklanmış olup; enerji verimliliğine yönelik 33 alt eylem yer almaktadır.

Diğer yandan Avrupa Birliği Komisyonu'nun 11/Aralık/2019 tarihinde yayınlamış olduğu 'AB için Yeşil Mutabakat' metni süreç ve ürün bazlı verimlilik ve emisyonların azaltımı noktasında yeni hedeflerini ortaya koymakta, ülkemizin ihracattaki ana pazarını teşkil etmesi açısından içerisinde fırsat ve tehditleri içermektedir.

Cumhurbaşkanlığı tarafından çıkarılan ve 7/Aralık/2019 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanan genelge ile 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı İzleme ve Yönlendirme Kurulu' kurulmuştur.

2019/27 numaralı bu genelge ile kurulan bu kurulun amacı; kamu kesimi ile özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının katılımcı bir yaklaşımla ve işbirliği çerçevesinde hareket edilmesini gerekli kılan enerji verimliliği çalışmalarının ülke genelinde tüm sorumlu ve ilgili kurum ve kuruluşlar nezdinde etkin olarak yürütülmesi, ulusal düzeyde enerji verimliliği stratejilerinin belirlenmesi, eylem plan ve programlarının hazırlanması, 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı' da dahil olmak üzere gerçekleştirme düzeylerinin takip edilmesi, etkin bir biçimde uygulanabilmesi için koordinasyon sağlanması, sonuçlarının izlenmesi, gerektiğinde değiştirilmesi ve güncellenmesidir.



## MEVCUT DURUM ANALİZİ

Türkiye’de enerji verimliliğinin mevcut durumu ve gelişiminin gözlenmesine yönelik olarak kamuda, akademik çevrede ve özel sektörde birçok anket, analiz ve faaliyetler yapılmıştır.

Bunlardan öne çıkanlar aşağıda olduğu gibidir;

- Hane Halkına Yönelik Enerji Verimliliği Araştırması, ETKB, YEGM, 2010.
- Sektör Araştırması ve SWOT analizi, ETKB, YEGM, 2018.
- Yenilenebilir Enerji ve Enerji Verimliliği Alanında Kamu Farkındalığının Arttırılması Projesi, Dünya Bankası ve ETKB, 2019.
- Kamuoyunda Enerji Verimliliğine İlişkin Bilgi, İlgi ve Davranış Boyutunu Tespit Etme ve Bilinç Endeksi (EVBE) Çalışması, ETKB, ENVER Derneği, 2020.

### Sektör Araştırması ve SWOT Analizi

‘Enerji Verimliliği İletişim Planı’ hazırlık çalışmaları kapsamında 2018 yılında gerçekleştirilen, ‘Mevcut Durum Analizi’ kapsamında ilgili kurum ve kuruluşlar ile yapılan görüşmelerin sonuçları ile güncellenen SWOT analizi aşağıdadır:

#### İlgili Kurumların Ortak Görüşleri<sup>1</sup>

- Yapılacak iletişim çalışmaları ile buna yönelik uygulamaların, toplumsal dinamiklerin çok iyi analiz edilerek yapılması gerektiği vurgulanmıştır.
- İnsanların ekonomik şartlara göre hareket ettikleri bir zamanda, verimlilikten kazanç sağlayacaklarından ve çok basit bir mantıkla yapmaları gerekenlerden bahsedilmesinin önemi belirtilmiştir.
- Enerji tasarruflu aydınlatma ürünlerinin tercihindeki gibi, tüketicilerin bilinçli kullanım ve yatırımlarla enerji verimliliğini sağlarken istedikleri konforu (tercih edilen ısıtma, soğutma vb.) koruyabileceklerini bilmeleri gerekmektedir. Bu konuda çalışmalar yapılmasının önemi vurgulanmıştır.
- Ev içi ısınma ve soğutmada, evde uygulanabilecek basit yöntemlerle (mevsime uygun kıyafet giyilmesi gibi) vatandaşların verimlilik sağlayabilecekleri görüşü belirtilmiştir.
- Ev içi ısıtma ve soğutma konusunun doğru bir şekilde işlenerek iletişim ve tanıtım faaliyetlerinde kullanılmasının önemli olduğu, aynı şekilde yaz aylarında evini soğutan kişilerin de bunu abartılı yaparak fazla enerji tükettiğinin, doğru kullanım konusunda kılavuzluk edecek çalışmalarla bu durumun düzeltilebileceğinin altı çizilmiştir.

<sup>1</sup> ifade edilen görüşler değiştirilmeden kullanılmıştır.

- Toplumun yalnızca pasif verimlilik değil aynı zamanda aktif olarak da enerjiyi verimli kullanmasının gerekli olduğu görüşü dile getirilmiştir.
- Yatırım ve enerji verimli eşya tercihleri konusunda teşviklerin vergi üzerinden de yapılabileceği ve bu konudaki en iyi örneğin beyaz eşya sektöründe olduğu belirtilmiştir.
- Yapılan yatırımın geri dönüşünün zihinlerde canlandırılabilir şekilde anlatılmasının önemli olduğu belirtilmiştir.
- Tüketicilere yapmaları önerilen davranışların karşılığında alacakları olumlu sonuçların neler olduğunun anlatılmasının, yapmadıkları durumda karşılaştıkları olumsuz sonuçların anlatılmasına nazaran daha etkili bir bilinçlendirme yöntemi olacağı belirtilmiştir.
- 'Enerji Kimlik Belgesi' konusunda toplumun daha da bilinçlendirilmesi ve insanları teşvik edecek ve tetikleyecek bir çalışmanın gerekli olduğu belirtilmiştir.
- Toplumun, eski nesillerin çok düşük ve çok yüksek sıcaklıklardan korunmak için yaptıklarını yeniden hatırlatılması ve bu konularda eskiden yapılanlar ile ilgili bilinçlendirilme ve hatırlatmanın faydalı olabileceği belirtilmiştir.

#### Araştırma ve Görüşmeler ile Paydaş Toplantısı Sonrası Yapılan Gözlem ve Tespitler

- Enerji verimliliği ile doğrudan ve dolaylı olarak ilgili oldukça fazla çalışma ve bu çalışmayı yapan kurumlar vardır. Yapılan işlerde zaman zaman farklı kurumlar aynı konularla ilgili projeler gerçekleştirmekte ancak iletişim yetersizliği nedeniyle bir başkasının ne yaptığı tam olarak bilinmemektedir. Çalışmalarda tüm kurumların tutarlı bir planının olduğu görülmekte ancak bir bütün olarak bakıldığında koordinasyon eksikliği göze çarpmaktadır.
- Özellikle dernekler tarafında sektörel anlamda yapılabilecek birçok konu bulunmaktadır. Ancak bu kapsamda ilgili kamu kuruluşlarının konu ile ilgili STK ve dernekleri bir araya getirip aktif olarak çalışmalarını sağlayacak aksiyonları alması gerekmektedir.
- Enerji verimliliği konusu birçok hedef kitle ve bileşen içermekte olup, çok derin ve detaylıdır. Çözümlerin uygulanması güç olup ancak odaklanarak yapılacak iletişim çalışmaları ile yol alabilmek mümkün görünmektedir. **Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı** kapsamında da belirtildiği üzere, bina ve hizmetler, enerji, ulaştırma, sanayi ve teknoloji, tarım ve yatay konular olmak üzere toplam 6 kategoride tanımlanan 55 eylem bulunmaktadır. Buradan hareketle, çok dağılmadan odaklanılmış ve verimli iletişim yapılacak konulara yönelik çalışmaların hayata geçirilmesi öncelikli amaç haline gelmelidir.

- İletişim çalışmalarının anlaşılabilir ve uygulanabilir olması ve aynı zamanda bilinçlendirme konusunun kademeli bir şekilde ilerlemesi en sağlıklı yol olarak görülmektedir.
- Sektörel terminoloji günlük konuşma dilinden uzak ve anlaşılması güçtür. Terminolojiden uzak, gözle görülür örnek ve mesajların yoğun olarak kullanılması iletişim çalışmaları için en önemli kıstas olmalıdır. İletişim dili bir yandan yalın, anlaşılabilir ve doğru bilgiye dayalı olmalı, diğer yandan hedef kitlenin beklentisi dahilindeki uzmanlığı ve vizyonu da ifade edebilmelidir.
- Etkin iletişim açısından bireysel ve kamusal (toplam) faydanın somut olarak gösterilmelidir. Ekonomik, sosyal ve çevresel faydalarının veriye dayalı, sonuçları gözlemlenebilir şekilde hedef kitleye anlatılmalıdır.
- Hedef kitleyi kapsayıcı ve kuşatıcı bir iletişim; benimsenme, içselleştirme ve başarıda önem arz etmektedir.
- Toplumun Türkiye'nin en önemli üç sorunundan birisi olarak gördüğü ekonominin ve enerji konularının birbirini nasıl etkilediği gerçeği üzerinde durulmalıdır. Neticede enerji konusuna dikkat çekilmesi ve bu konudaki iletişimin bireysel ve toplumsal faydalar uygun şekilde entegre edilerek yapılması gerekmektedir.
- Yapılacak iletişim çalışmalarında verilecek mesajların toplumun ilgili tüm kesimlerini kapsamı, kolay uygulanabilen (yaparak öğrenme) ve sonuçların fiziki ve ekonomik olarak görülebileceği bir yapı üzerine kurgulanması kısa ve orta vadede fayda sağlayacaktır. Proje kapsamında incelenen yurtdışı iletişim çalışmalarında da görülebileceği gibi, bireylere yönelik iletişim çalışmaları hem konu hakkında bilinç oluşturmakta, hem de ev ve iş yeri gibi yerlerde uygulanabilmektedir.
- Kamu kurum ve kuruluşlarının örnek teşkil etmesi enerji verimliliği kavramının benimsenmesinde temel etmenlerden birisidir. Kamu kurum ve kuruluşlarının yapılan verimlilik faaliyetlerinin çıktılarını paylaşması iletişimlerin etkinliğini artıracaktır.
- Enerji Verimliliği tercihinde önemli unsurlardan biri de ekonomik olarak uygulanabilir olmasıdır. Verimlilik çözümlerinin kabul edilebilir ve karşılanabilir maliyetlerle sunulması bu amaçla destekler ile teşvik edilmesi daha yaygın uygulama olup; diğer yandan yükümlülük programları, vergisel ve yasal düzenlemeler, sertifikasyonlar, dijital teknolojiler ile faydaların fiziki görünüm kazandırılması, STK ve yerel yönetimler ile ilişki ve işbirlikleri bilinçlendirme ve iletişim planının tamamlayıcı unsurları olarak bütüncül olarak ele alınmalıdır.



## SWOT Analizi

### Güçlü Yönler

- Toplumun enerji verimliliği konusundaki artan farkındalığı
- Enerji verimliliği konusunda kamunun duyarlılığı ve öncülüğü
- Mevzuat/teknik/idari altyapı ve uygulamaların varlığı
- 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı' çerçevesinde eylemlerin ve hedeflerin belirlenmiş ve uygulamaların takip ediliyor oluşu

### Zayıf Yönler

- Sektörel kapasite gelişim ihtiyacının bulunması (EVD/ESCO firmalarının sayı ve yetkinlik açısından geliştirilmesi, iyi uygulamaların oluşturulması ve yaygınlaştırılması, teknik, finansman ve idari süreçlerin basitleştirilmesi ve hızlandırılması)
- Finansmana erişim zorluğu, sözleşmelerin finanse edilebilirliğinin geliştirilmesi ihtiyacı
- Mevcut desteklerin, mekanizmaların bilinirliğinin artırılması ve tecrübe paylaşımı ihtiyacı, bazı sektörlerde farkındalık ve ilgi eksikliği
- Enerji verimliliği yatırımlarının önceliklendirilmemiş olması
- Enerji verimliliği projelerinin yapılabilişinde sigorta/teminat ve risk yönetimi gelişimi ihtiyacı
- Ölçme, izleme ve doğrulama alt yapısının geliştirilme ihtiyacı

### Fırsatlar

- Rekabetçi Üretim ve Verimlilik teması ile hazırlanan 11. Kalkınma Planı
- Endüstri 4.0, dijitalleşme ve yeni teknolojiler
- Uluslararası finans imkânlarının bulunması
- Yüksek farkındalığın uygulamaya ve davranışa dönüştürülmesine yönelik performans açıklığı
- Enerji verimliliğinin arz güvenliğini artırmaya, cari açığın ve iklim değişikliği ile mücadelede sera gazı emisyonlarının azaltımına doğrudan etkisi
- Dünyada ve ülkemizde enerji verimliliği kavramının önceliğinin artması
- Artan ulusal ve uluslararası rekabet karşısında maliyet düşürücü faaliyetlerin daha da önem kazanması
- Hemen hemen her sektörde henüz yararlanılmamış yüksek enerji verimliliği potansiyelinin bulunması

## Tehditler

- Enerji Verimliliğinin çok disiplinli olması ve birden fazla kurum ve kuruluşların eşgüdümüne ihtiyaç duyması, gerekli mekanizmaların gelişimindeki gecikmeler
- Enerji verimliliği projelerinin geri ödeme sürelerinin genellikle uzun olması nedeniyle tüketiciler tarafından tercih edilmemesi
- Küresel ve ulusal ekonomik durgunluk
- Yeteri kadar etkin olmayan geçmiş tecrübelerden kaynaklanabilecek olan 'öğrenilmiş çaresizlik' veya enerji verimliliği projelerinin risk algısı
- Enerji verimliliği projelerinin geliştirme süreçlerindeki bilgi eksikliği, ilk atalet ve ilgi azlığı
- Maliyet düşüşü halinde tüketim artışı eğilimi
  - Sağlanan tasarrufların tüketim artışı olarak geri dönmesi: 'Geri sekme (rebound)' etkisi,
  - Enerji fiyatlarının ucuz olması halinde enerji tüketen ekipman sayısındaki vb. görece artış: 'Taşma (spillover)' etkisi

## Enerji Verimliliği Alanında Kamu Farkındalığının Artırılması Projesi

'Yenilenebilir Enerji ve Enerji Verimliliği konusunda Kamu Farkındalığının artırılması Projesi', IPA 2013 kapsamında Dünya Bankası ve ETKB'liği iş birliğinde gerçekleştirilmiş olup, her bir bireyin daha verimli bir yaşam için yapabilecekleri hakkında bilinçlendirmeyi hedeflemektedir.

Projenin odak noktası, hane halklarının enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji alanlarına ilişkin farkındalığının artırılması olarak belirlenmiştir. Süresi bir yıl olan ve halen devam eden farkındalık kampanyası kapsamında farkındalık artırıcı ve bilinçlendirici faaliyetler ile hane halklarının enerjiyi nasıl daha verimli kullanacağı ve enerjinin verimli kullanımı ile edineceği maddi kazanım hakkında daha bilinçli hale gelmesi hedeflenmektedir. Projenin hedef kitlesi, hane halkıdır.

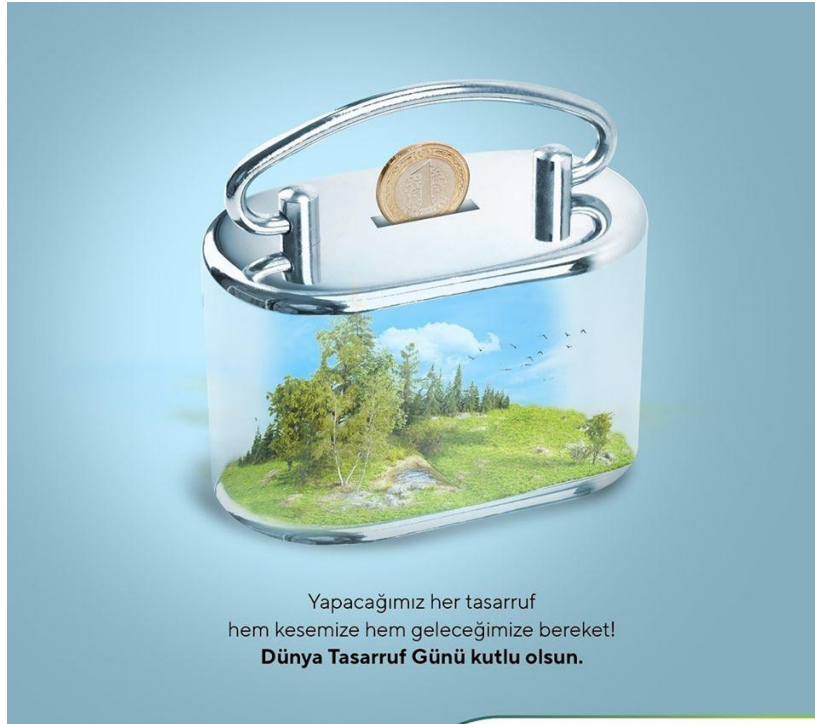
Proje kapsamında 'Fokus Grup çalışması' yapılmış ve kampanya faaliyetlerinde bu çalışma sonuçlarından yararlanılmıştır.

Bu çalışmada 'Enerjiyi neden verimli kullanmalıyız?' sorusuna; katılanların yüzde 31,4'lük bir oranı 'faturaları azaltmak için' cevabını verirken yüzde 28,8'i 'çevreyi korumak' cevabını vermiştir. Çalışmaya katılanların yüzde 23,1'inin konforunu düşündüğünü gösteren araştırma, yüzde 16,7'sinin ülkelerini düşündüğünü göstermektedir.

Bu çalışmanın sonuç bulgusu aşağıda olduğu gibidir:

... 'Geçen on yıllık süre göz önüne alındığında oranlar ciddi olarak değişmiş fakat ekonomik faktörlerin hâlâ birinci unsur olduğu gerçeği değişmemiştir. Fakat ekonomi ve çevre unsurunun başa baş bir tablo çizdiği çalışmada çevre unsuru göz önünde bulundurularak yapılacak bir iletişim çalışması, hedef kitlenin duyarlılıklarına hitap edeceği için önemlidir. 18-24 yaş arasındaki grubun cevapları çevre bilinci konusunda yüzde 41,7 seviyesine görülmektedir. Henüz bu kitlenin çoğunluğunda ekonomik bilincin olmadığı düşünülürse mesajlar, çevrenin yanında ekonomik bilincin de oluşturulması anlamında destekleyici olmalıdır.' ...

'Enerji Verimliliği Farkındalık Planı' doğrultusunda oluşturulan kampanyada '**Akılınla Verimli Yaşa**' çatı söylemi slogan olarak kabul görmüştür.



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir.



T.C. ENERJİ VE TABİİ KAYNAKLAR BAKANLIĞI



WORLD BANK GROUP

**#akılınlaVerimliyaşa**

## 'Kamuoyu Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi (EVBE)' Çalışması

Enerji Verimliliği Derneği ile ETKB tarafından 'Kamuoyunda Enerji Verimliliğine İlişkin Bilgi, İlgi ve Davranış Boyutunu Tespit Etme Araştırması' çalışması yaptırılmıştır. Bu çalışma, Kasım 2019'da saha çalışması ile başlamış olup, Mart 2020'de elde edilen bulgu ve sonuçların değerlendirmesi çalışması ile tamamlanmıştır.

Bu çalışmada, 'Kantitatif (niceliksel) araştırma önceden hazırlanmış soru formuna bağlı yüz yüze görüşmeler' yöntemi kullanılmıştır.

Örneklem olarak 26 ildeki kent merkezlerinde ikamet eden 16 yaş üzeri 3.000 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmış olup, çalışmanın güven aralığı yüzde 95 ve hata payı;  $\pm 1,8$ 'dir.

Bu çalışmanın amacı şunlardır;

- Kamuoyunun enerji verimliliğine yönelik bilgi, ilgi ve davranış düzeyini tespit etmek
- Enerji verimliliği konusunda bilgi, bilinç düzeyi ve uygulama boyutunu arttırmaya yönelik bulgulara ulaşmak
- Kamuoyu Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi için gerekli KPI'ları (Key Performance Index- Anahtar Performans Kriterleri) tespit etmek.

Özet bulgular bölümünde rakamlarla ifade edilen 'Endeks' şöyle tanımlanmıştır; Endekse tabi sorulara verilen cevaplardaki pozitif değerler toplamından, negatif değerlerin çıkartılmasına 100 eklenerek elde edilen değerlerin ortalaması alındığında çıkan değerdir.

### Özet Bulgular:

- Kamuoyunun 2019 yılında **Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi** 0-200 değer aralığında **157,7** olarak tespit edilmiştir. Bu değer kamuoyunun enerji verimliliği konusunda **orta üst** bilinç düzeyinde olduğunu göstermektedir.
- Kamuoyunda Enerji Verimliliği **Bilgi Endeksi** **177,9** olarak tespit edilmiştir. Bu değer, kamuoyunun enerji verimliliği konusunda **yüksek - alt** bilgi düzeyinde olduğunu göstermektedir.
- Kamuoyunda Enerji Verimliliği **Davranış Endeksi** ise **137,5** olarak tespit edilmiştir. Bu değer, enerji verimliliği konusunda davranış boyutunun **orta - alt** düzeyinde olduğunu ifade etmektedir.
- Kamuoyunun yüzde 87,4'ü enerjiyi verimli kullanmanın önemini bilmektedir.
- Sosyoekonomik statü yükseldikçe, enerji tasarrufu konusundaki bilgi düzeyi artmaktadır.
- 35-44 yaş grubunda enerji tasarrufu konusundaki bilgi düzeyi, diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir.
- Kadınların enerji tasarrufuna yönelik bilgisinin erkeklere göre biraz daha yüksek olduğu görülmektedir.

- Enerjinin verimli kullanımını önemli bulmayanların yüzde 3,4'ünü gerçek anlamda tasarruf sağladığına inanmayanlar oluştururken, yüzde 2,2'sini konforu azalttığını, yüzde 3,4'ünü ihtiyaç görmediğini düşünen kesim oluşturmakta, yüzde 1,7'si ise çevrenin enerji verimliliği ile korunabileceğini düşünmediğini ifade etmektedir. Enerji tasarrufu konusunda bilgi edinilen mecralar arasında 'yakın çevre' ilk sırada yer almaktadır. Yakın çevre bilgi alma sıklığı ve güvenilirlik olarak en etkili bilgi kaynağıdır.
- Televizyon programları ve internet ise bilgi edinilen diğer mecralar olarak ön plana çıkmaktadır.
- Elektrikli ev aletleri üretici firmalarının kampanya ve bilgilendirmelerinin önemli olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Kamuoyunun yüzde 54,2'si elektrikli alet veya beyaz eşyalarda enerji verimliliği etiketlemesinde geçen harflerin anlamını bilmediğini belirtmektedir.
- Enerjinin verimli kullanılmasına önem verme nedenleri arasında faturaları düşürmek, yaşam standardını yükseltmek gibi 'bireysel motivasyonlar' öne çıkmaktadır.
- Bireysel motivasyonlardan sonra, hedef kitlenin 'çevre ve doğal kaynakları koruma' ve 'ülkenin kalkınması' gibi konularda duyarlılığının yüksek olduğu görülmektedir.
- Elektrikli ev aleti ve beyaz eşya satın alırken enerji verimliliği etiketine dikkat etme durumu, klima (yüzde 28,4) ve kombi (yüzde 27,6) için en yüksek düzeydedir. Bununla birlikte genel olarak fiyat unsuru belirleyici olmaktadır. Televizyon satın alırken teknolojik özelliklerine, elektrikli süpürge alırken işlevsel ve kullanışlı olmasına daha çok dikkat edilmektedir.
- Evindeki elektrikli aletlerinin hiçbirinin enerji sınıfını bilmeyenlerin oranı yüzde 33,2 iken, en az birinin enerji sınıfını bilenler yüzde 66,8'dir.
- 'Aynı özelliklerde daha verimli ürün için yüzde 5 fiyat farkı verebilirim' diyenler yüzde 29,3, 'yüzde 10'a kadar fiyat farkı verebilirim' diyenler yüzde 28,3 olup; fiyat farkı vermek istemeyenler ise yüzde 8,6'dır.
- Hanede enerji verimliliğini arttırmak için yapılması düşünülen eylemler arasında yalıtım ile ilgili unsurlar önde gelmektedir.

#### **Bilginin Davranışa dönüşümü Boyutunda:**

- Aydınlatma ile ilgili uygulamalarda bilginin davranışa dönüş oranı yüzde 54,3 olarak tespit edilmektedir.
- Yalıtım ile ilgili uygulamalarda bilginin davranışa dönüş oranı ortalama yüzde 54,0 olarak tespit edilmektedir.
- Isıtma-soğutma konusunda bilginin davranışa dönüş oranı ortalama yüzde 57,2 olarak tespit edilmektedir.
- Ulaşım ile ilgili uygulamalarda bilginin davranışa dönüş oranı ortalama yüzde 70,9 olarak tespit edilmektedir.
- Bilginin davranışa dönüş oranı en yüksek uygulama ulaşım konusundadır.

- Beyaz eşya ve elektrikli ev aletleri kullanımı konusunda bilginin davranışa dönüş oranı ortalama yüzde 64,3 olarak tespit edilmektedir.
- Beyaz eşya üreticilerinin yapmış oldukları iletişim çalışmalarından hareketle, 'bulaşık ve/veya çamaşır makinesi satın alırken aynı kapasitede en verimli olanı tercih etme' konusunda bilginin davranışa dönüş oranı (yüzde 68,9) en yüksek orandadır.
- Beyaz eşya ve elektrikli ev aletleri kullanımı konusunda bilginin davranışa dönüş oranı en düşük uygulama 'buzdolabında yaz veya kış mevsimlerinde uygun soğutma ayarının yapılması' olarak tespit edilmektedir. Bilginin davranışa dönüş oranı en düşük ikinci uygulama ise; 'elektrik süpürgesinin torbasını ve/veya filtresini düzenli olarak değiştirmek' olarak belirlenmektedir.
- Araç sahiplerinin yüzde 33'ü verimli sürüş tekniklerinden haberdardır. Verimli sürüş tekniklerini bilenler nezdinde, verimli sürüş tekniklerinin enerji verimliliği sağladığına yönelik farkındalık yüksektir.

#### **Tutum Boyutunda:**

- Yüzde 78 'hanede tasarruf sağlayarak bütçeye katkı sağlar', yüzde 74,8 'Türkiye için enerji verimliliği önemlidir' derken; yüzde 61,8 enerji verimliliğinde çok şey yapabileceğine inanmakta, ancak yüzde 59,5'u ise enerji verimliliğine yönelik yeterli çalışmalar yapılmadığını düşünmektedir. 'Enerji Verimliliğine Yönelik Tutum Boyutu' ortalaması yüzde 57.6 olarak tespit edilmiş olup, bundan hareketle kamuoyunun enerji verimliliği ile ilgili üzerine düşeni yapma konusunda hazır olduğu görülmektedir.
- Bütçenin elvermesi halinde hanede ilk yapılması düşünülen enerji verimliliği faaliyetleri arasında sırasıyla bina cephe yalıtımı ve pencerelerin daha yalıtımlısı (yalıtım özelliği gösteren pencereler) ile değiştirilmesi konuları yer almaktadır.
- Kamuoyunun yüzde 42,6'sı binalarda enerji kimlik belgesi uygulamasından haberdar değildir. Binalardaki enerji kimlik belgesine sahip olmayan ve aynı zamanda almayı da düşünmeyenlerin yüzde 62,2'si bu konuda yeterince bilgi sahibi olmadıklarını belirtmektedir. Dolayısıyla; binalarda enerji kimlik belgesi konusunda kamuoyu bilgilendirme ihtiyacı bulunmaktadır.
- Hanelerin yüzde 28,3'ünde LED aydınlatma kullanırken, yüzde 29,9'unun flüoresan aydınlatma kullandığı belirtilmektedir.
- Yerleşim merkezlerinde doğalgaz kullanımı her 10 haneden 8'ine ulaşmış durumdadır. Hanelerde kullanılan ısınma sisteminin yüzde 82,6'sı bireysel (kombi), yüzde 17,4'ünün ise merkezi ısıtma sistemleri olduğu görülmektedir. Isıtma sistemlerinde yakıt türü olarak yüzde 80,1 doğalgaz kullanılırken, kömür kullanımı yüzde 7,4 civarındadır. Sıcak su elde etmek için ağırlıklı kombi kullanılırken, güneş kolektörü kullanımı yüzde 11,7 olup; 4 yıl içinde güneş kolektörü kullanımı pazarının yüzde 25 daha büyüyeceği öngörülmektedir.
- Hanede bulunan elektrikli aletlerin sınıfları incelendiğinde; A ve üzeri enerji sınıfı kullanımının en fazla olduğu ev elektrikli aletleri sırasıyla buzdolabı (yüzde 60,4),

derin dondurucu (yüzde 57,5), çamaşır makinası (yüzde 56,7) ve bulaşık makinası (yüzde 54,8) olarak sıralanmaktadır.

- Buzdolabı, televizyon ve çamaşır makinesi hanede en çok elektrik tüketen elektrikli aletler olarak değerlendirilmektedir. Dört kişilik, 100 m<sup>2</sup> bir hane için bu sıralama buzdolabı, çamaşır makinası, aydınlatma ve televizyondur.
- Enerji verimliliği ile ilgili ilk akla gelen kurum ve kuruluşlar ile ilgili olarak şık verilmeden sorulan soruya verilen cevaplar arasında yüzde 63,5 ile ETKB, yüzde 21,3 ile ÇŞB, yüzde 13,5 ile STB, yüzde 10,4 ile TB yer almaktadır. 3000 kişiden yüzde 21,8 akla gelen kurum ve kuruluş yok demiştir.
- Enerji verimliliği ile ilgili yüzde 34,3 ile en çok bilinen aydınlatma için lüzumsuzsa söndür' sloganı iken ikinci bilinen ise yüzde 25,2 ile Enerji Verimliliği Haftası olmuştur. Enerji Hanım ve Enerji Çocuk sırasıyla yüzde 9,5 ve yüzde 8,2 oranında bilinmektedir.
- Yüzde 46,6'lık bir kesim fatura üzerinden enerji tüketimlerini geçmiş dönem enerji tüketimleriyle veya komşularının enerji tüketimiyle kıyaslamaktadır. Yüzde 84,4'lük bir kesim faturalarda kıyaslama bilgisi sunulmasının bilinçli tüketime katkı sağlayacağına düşünmektedir.
- Şahsa veya aileye ait bisiklet sahipliliği oranı yüzde 8,5 olup; bisiklet sahiplerinin yüzde 42,6'sı spor amaçlı, yüzde 14,7'si her zaman ulaşım amaçlı, yüzde 31,8'i bazen ulaşım amaçlı kullanmaktadır. Bisiklet için özel yollar ve park yerleri olması halinde bisikleti ulaşım amaçlı kullanma isteği sorulduğunda bisiklet sahibi olmayanların yüzde 32'si kullanırım derken, yüzde 68'i kullanmam cevabı vermiştir.
- 'Enerji verimliliği konusunda toplumun bilgi, ilgi ve bilinç düzeyini arttırmak üzere sizce neler yapılmalıdır?' sorusuna yüzde 22 kamu spotları, yüzde 14,8 konferans ve seminerler, yüzde 6,6 TV ve radyo programları olarak cevap vermiştir.



## İLETİŞİM PLANININ AMAÇ VE SÜRESİ

Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı, Y-8 sayılı eylemi 'Farkındalık, Eğitim ve Bilinçlendirme Faaliyetlerinin Yürütülmesi' kapsamında öngörülen 'Enerji Verimliliği Stratejik İletişim Planı'; Türkiye'deki enerji verimliliği ile ilgili mevzuat, gerçekleştirilmiş olan sektör analizleri, 'Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi (EVBE)' çalışması ve SWOT analizi doğrultusunda hazırlanmıştır. Bu planda; yapılacak iletişimlerin yedi ana bileşeni, alt bileşenleri ve sektörleri, bu sektörlerde enerji verimliliği faaliyetlerinin geliştirilmesi için ilk planda yer alan karar verici ve uygulayıcıları (hedef kitle, motivasyon noktaları ve hedeflenen kazanım), amaç, iletişim faaliyetlerinin sonucunun değerlendirilmesine dair başarı kriterleri, performans göstergeleri, hedef kitleye erişimde öne çıkan temel kavramlar (anahtar sözcükler), hedef kitleye erişimde öne çıkan iletişim kanalları, ilgili bileşende iş birliği yapılması gereken öncelikli paydaşlar, ilgili iletişimlerin etkinliği açısından gerçekleştirilmesi önceliklendirilen dönemler ve tekrar sıklıkları (dönem ve frekans) yer almaktadır.

Enerji verimliliğinin farkındalıktan, bilince ve sonrasında davranışa dönüşmesi, özellikle de toplum genelinde kültüre dönüşebilmesi uzun vadeli ve ortak çaba gerektiren çok disiplinli bir mücadele alanıdır. Bu iletişim planının amacı; planda yer alan hususlarla sınırlı kalmamak kaydıyla, Türkiye'deki enerji verimliliği ile ilgili faaliyetlerin tabana yayılması ve içselleştirilmesi sureti ile ülkenin enerji verimliliği amaç ve hedeflerinin gerçekleştirilmesini sağlamak üzere planlanacak ve icra edilecek iletişim faaliyetleri için bir 'çerçeve' oluşturmaktır. Bu sayede sektör içi ve sektörler arası koordinasyon ve geliştirilmiş ortak anlayış ile daha koordineli ve etkin iletişim faaliyetleri yürütülebilecektir. Ayrıca bazı tavsiye edilen, önceliklendirilen faaliyetlere de bu planda yer verilmiştir.

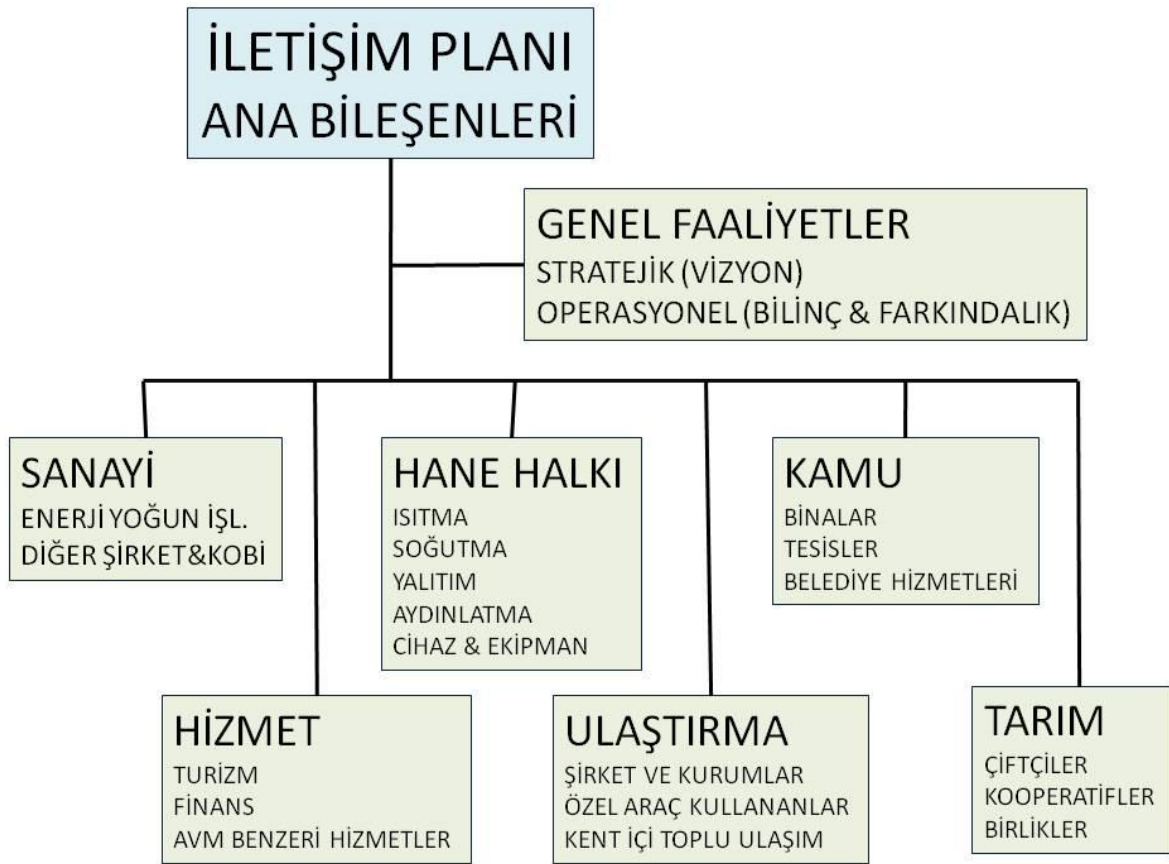




## İLETİŞİM PLANININ ANA BİLEŞENLERİ

Enerji verimliliğinin stratejik iletişim faaliyetlerinin sınıflandırılmasına yönelik olarak oluşturulan ana bileşenler; genel faaliyetler, sanayi, hane halkı, kamu, hizmet, ulaştırma ve tarım şeklindedir.

Bu ana bileşenlerin alt kırılımları ise aşağıda olduğu gibidir (Şekil.5):



Şekil.5 - İletişim faaliyetlerinin ana bileşenleri

'Enerji Verimliliği Farkındalık Planı' doğrultusunda oluşturulan kampanyada '**Aklınla Verimli Yaşa**' çatı söylemi slogan olarak kabul görmüş, etkin olarak kullanılmış ve kullanılmaya devam edilmektedir. Bu plan doğrultusunda genel faaliyetler veya alt bileşenlere yönelik oluşturulacak faaliyetlerde kampanyaya özgü motto ve mesajlar belirlenmesi tavsiye edilmektedir.

## Genel Faaliyetler

İletişim planında ‘genel faaliyetler’ kapsamında değerlendirilen faaliyetler, vizyonun tabana yayılması, toplumda bilinç ve farkındalık yaratan faaliyetlerden oluşmakta olup, bütün toplumu kapsamaktadır.

Vizyonun tabana yayılmasında öncelikli hedef olarak çocuk ve gençlerin seçilmesi ve onlar tarafından konunun benimsenmesinin sağlanması, enerji verimliliğinin geleceğe yönelik garantisi olarak da değerlendirilmiştir.

### STRATEJİK (VİZYONUN TABANA YAYILMASI)

Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri enerji verimliliği ile ilgili vizyonun tabana yayılması için gerçekleştirilecektir.

### OPERASYONEL (BİLİNÇ VE FARKINDALIK FAALİYETLERİ)

Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri enerji verimliliği ile ilgili bilinç ve farkındalığın tabana yayılması için gerçekleştirilecektir.

<b>GENEL FAALİYETLER</b>	<b>STRATEJİK (VİZYONUN TABANA YAYILMASI)</b>	<b>OPERASYONEL (BİLİNÇ VE FARKINDALIK FAALİYETLERİ)</b>
<b>HEDEF KİTLE</b>	BÜTÜN TOPLUM (Öncelikli Hedef Kitle: ÇOCUKLAR/GENÇLER)	BÜTÜN TOPLUM (Öncelikli Hedef Kitle: HANE HALKI)
<b>AMAÇ</b>	VİZYONUN TABANA YAYILMASI	BİLİNÇ, FARKINDALIK, ACİLİYETİN TABANA YAYILMASI
<b>PERFORMANS GÖSTERGELERİ</b>	GÖSTERGELERDE İYİLEŞME EVBE, (gözlem: IEES), ODEX	GÖSTERGELERDE İYİLEŞME EVBE
<b>ANAHTAR SÖZCÜKLER</b>	VİZYON, GELECEK, KÜLTÜR, ARZ GÜVENLİĞİ, KALKINMA/BİREYSEL ve TOPLUMSAL EKONOMİ	BÜTÇE, SAĞLIK, KONFOR, REFAH DÜZEYİ, YERLİ VE MİLLİ, DIŞA BAĞIMLILIK
<b>İLETİŞİM KANALI</b>	İK1, İK2, İK3, İK4, İK5, İK6, İK7	İK1, İK2, İK3, İK4, İK5, İK6, İK7
<b>PAYDAŞLAR</b>	İLGİLİ TOPLUM LİDER(LER)İ, STK BAŞKANLARI	MEDYA, GSM OPERATÖRLERİ, KADINLAR, ÇOCUKLAR
<b>DÖNEM &amp; FREKANS</b>	SÜREKLİ	PERİYODİK

Tablo.2 - İletişim Planı (Genel Faaliyetler)

## Sanayi

Sanayi kuruluşları, kar amaçlı kuruluşlar olup, bütün stratejik kararlar üst yönetim ve/veya yönetim kurulundan çıkmaktadır. Yönetim kurulu tarafından belirlenen stratejik kararlar da şirket icra kurulu başkanları (CEO) veya genel müdürler tarafından hayata geçirilir.

Şirketlere önemli ölçüde karlılık ve rekabet avantajı kazandırabilecek olan enerji verimliliği faaliyetlerinin stratejik bir karar olduğu gerçeğinden hareketle, hedef kitle olarak kurumsal şirketlerde yönetim kurulları, aile şirketlerinde ise şirket patronları belirlenmiştir.

### ENERJİYİ YOĞUN KULLANAN İMALAT SANAYİ

Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri 500 TEP ve üzeri enerji tüketen işletmelere yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

### DİĞER İŞLETME/KOBİ'LER

Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri 500 TEP'e kadar enerji tüketen işletmelere yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

SANAYİ	ENERJİYİ YOĞUN KULLANAN İMALAT SANAYİ (500 TEP VE ÜZERİ)	DİĞER İŞLETME/KOBİ'LER (500 TEP'DEN DÜŞÜK)
HEDEF KİTLE	ÜST YÖNETİM, CEO, ENERJİ YÖNETİM BİRİMLERİ YÖNETİCİLERİ	ŞİRKET SAHİBİ, YKB, GENEL MÜDÜR,
AMAÇ	'EV' UYGULAMA PROJE SAYILARI VE ÇEŞİTLİLİĞİNDE ARTIŞ, KARLILIK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	KARLILIK, REKABET ARTIŞI, İŞ SÜREKLİLİĞİ, 'EV' UYGULAMA PROJE SAYILARI VE ÇEŞİTLİLİĞİNDE ARTIŞ,
PERFORMANS GÖSTERGELERİ	ENERJİ YOĞUNLUĞU, ISO50001 ESCO PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ	ENERJİ YOĞUNLUĞU, ESCO PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ
ANAHTAR SÖZCÜKLER	REKABETÇİLİK, AB UYUM VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ, KARLILIK, BÜYÜME	MALİYET DÜŞÜŞÜ, KARLILIK ARTIŞI, REKABETÇİLİK, BÜYÜME
İLETİŞİM KANALI	İK6, İK7, İK8	İK3, İK6, İK7, İK8
PAYDAŞLAR	STB, ETKB, OSBÜK SEKTÖREL BİRLİKLER, DERNEKLER	SEKTÖREL BİRLİKLER, DERNEKLER, KOSGEB, EVD'LER, OSBÜK
DÖNEM & FREKANS	YILLIK	6 AYLIK

Tablo.3 - İletişim Planı (Sanayi)

## Hane halkı

Hane halkına yönelik enerji verimliliğinin hedef kitlesi, aile reisi (ailenin geçimini sağlayan ebeveyn) başta olmak üzere tüm hane halkı olarak belirlenmiştir. Tüm daire sakinlerini ilgilendirebilecek olan yalıtım faaliyetlerinin hedef kitlesi ise, genelde, daire sahipleri ile apartman yöneticileridir.

**ISITMA:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri hane halkının ısıtmada enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**SOĞUTMA:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri hane halkının soğutmada enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**YALITIM:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri hane halkının binalarda ısı yalıtımı ile sağlanan enerji verimliliğine dikkat çekmek ve sağlanan verimliliğin somut göstergelerine yönelik olarak gerçekleştirilecektir. Yalıtımın sadece kış aylarında ısıtma amaçlı enerji kullanımının azaltımına yönelik değil aynı zamanda yaz aylarında soğutma yükünün azaltılması amacıyla da gerekliliği vurgulanmalıdır.

**AYDINLATMA:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri hane halkının aydınlatmada enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**ELEKTRİKLİ EV ALETLERİ:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri hane halkının elektrikli ev aletlerinin tedarik ve kullanımında enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.



HANE HALKI	ISITMA	SOĞUTMA	YALITIM	AYDINLATMA	ELEKTRİKLİ EV ALETLERİ
<b>HEDEF KİTLE</b>	HANE HALKI	AİLE REİSİ	AİLE REİSİ, EV SAHİBİ, APT. YÖN.	AİLE REİSİ	AİLE REİSİ / HANE HALKI
<b>AMAÇ</b>	ODA SICAKLIĞI, TERMOSTAT,	VERİMLİ ISITMA VE SOĞUTMA SİSTEMLERİ TERCİHİ, MERKEZİ SİSTEMİN YAYGINLAŞTIRILMASI	CEPHE, ÇATI, CAM, ZEMİN, NEM VE SES YALITIMI ARTIŞI	VERİMSİZ LAMBALARIN VERİMLİLERİ İLE DEĞİŞİMİ	VERİMLİ ÜRÜNLERİN TERCİHİ
<b>PERFORMANS GÖSTERGELERİ</b>	EVBE	EV ETİKETLERİ, TEKNİK KRİTERLER	YALITIM YAPAN BİNA SAYISI, C VE ÜZERİ ENERJİ KİMLİK BELGELİ BİNA SAYISINDA ARTIŞ	EVBE, AYDINLATMA VERİMLİLİK ARTIŞI	EV ETİKETLERİ, KAPASİTE SEÇİMİ
<b>ANAHTAR SÖZCÜKLER</b>	SAĞLIK, BÜTÇE, KONFOR, KALİTE	SAĞLIK, BÜTÇE, KONFOR, KALİTE	SAĞLIK, BÜTÇE, KONFOR, KALİTE	BÜTÇE, TEMİZ ÇEVRE	BÜTÇE, TEMİZ ÇEVRE
<b>İLETİŞİM KANALI</b>	İK1, İK2, İK3, İK5, İK6, İK8	İK1, İK2, İK3, İK5, İK6, İK8	İK1, İK2, İK3, İK5, İK6, İK8	İK1, İK2, İK3, İK5, İK6, İK8	İK1, İK2, İK3, İK5, İK6, İK8
<b>PAYDAŞLAR</b>	ÇŞB, EDAŞ'lar, Dağıtım Şirketleri, Belediyeler	TOBB, TÜRKESD	ÇŞB, İZODER, IMSAD, DAĞITIM ŞİRKETLERİ, Belediyeler, YDKB	EDAŞ'lar, AGID, ATMK, Market zincirleri	TÜRKESD, STB
<b>DÖNEM &amp; FREKANS</b>	Eylül - Ekim	Mayıs – Haziran Eylül - Ekim	Mart - Nisan	Yıllık	Periyodik kampanyalar

Tablo.4 - İletişim Planı (Hane Halkı)

## Kamu

Kamuda enerji faaliyetlerinin hedef kitlesi, kamu kurum ve kuruluşlarının yöneticileri, tesis yöneticileri ve belediye hizmetlerinde belediye başkanları koordinesindeki hizmet birim yöneticileri olarak belirlenmiştir.

**BİNALAR:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri kamuda bina inşaatlarında enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**TESİSLER:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri kamu tesislerinde enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**BELEDİYE HİZMETLERİ:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri belediye hizmetlerinde enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

KAMU	BİNALAR	TESİSLER	BELEDİYE HİZMETLERİ
<b>HEDEF KİTLE</b>	YÖNETİCİLER, MİMARLAR, MÜTEAHHİTLER	TESİS YÖNETİCİLERİ	HİZMET BİRİM YÖNETİCİLERİ
<b>AMAÇ</b>	TASARIM, UYGULAMA VE MALZEMEDE EV'NİN ÖNCELİKLENDİRİLMESİ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ENERJİ TÜKETİMİ AZALTIMI, MALİYET DÜŞÜŞÜ	STANDARTLAR SAĞLANMAK SURETİ İLE ENERJİ TÜKETİMİNDE AZALMA, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
<b>PERFORMANS GÖSTERGELERİ</b>	C VE ÜZERİ ENERJİ KİMLİK BELGELİ BİNA SAYISI ARTIŞI, CB'LİĞİ GENELGESİNE UYUM	BİRİM ÜRETİM/HİZMET İÇİN TÜKETİLEN ENERJİDE TASARRUF	BİRİM ÜRETİM/HİZMET İÇİN TÜKETİLEN ENERJİDE TASARRUF
<b>ANAHTAR SÖZCÜKLER</b>	BÜTÇE, VERİMLİLİK, TEMİZ ÇEVRE	BÜTÇE, VERİMLİLİK, TEMİZ ÇEVRE	BÜTÇE, VERİMLİLİK, TEMİZ ÇEVRE
<b>İLETİŞİM KANALI</b>	İK6, İK7, İK8	İK6, İK7, İK8	İK6, İK7, İK8
<b>PAYDAŞLAR</b>	ÇŞB, Yapı işleri GM, TOKİ, İMSAD, TTMD, HMB, SSB, İZODER	HMB, ETKB, SBB, İZODER	TÜRKİYE BELEDİYELER BİRLİĞİ, İLLER BANKASI, ÇŞB, İZODER
<b>DÖNEM &amp; FREKANS</b>	YILLIK	YILLIK	YILLIK

Tablo.5 - İletişim Planı (Kamu)

## Hizmet

**TURİZM:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumlarda enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**FİNANS:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri finans sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumlarda enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**AVM BENZERİ HİZMETLER:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri AVM ve benzer işletmelerde faaliyet gösteren şirket ve kurumlarda enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**DİĞERLERİ:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri turizm, turizm veya AVM benzeri iş yerleri dışında hizmet sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumlarda enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

HİZMET	TURİZM	FİNANS	AVM BENZERİ HİZMETLER	DİĞERLERİ
HEDEF KİTLE	TURİZM FİRMALARI, OTEL YÖNETİMİ	FİNANS KURUM YÖNETİCİLERİ	AVM YÖNETİMLERİ	KURUM YÖNETİCİLERİ
AMAÇ	VERİMLİ, SAĞLIKLI, ÇEVRECİ VE KONFORLU HİZMET ANLAYIŞI	EV'YE ETKİN DESTEK, SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE	DAHA VERİMLİ, ÇEVRECİ TESİSLER VE HİZMET ANLAYIŞI	EV'YE ETKİN DESTEK,
PERFORMANS GÖSTERGELERİ	BİRİM M2 BAŞINA TÜKETİM AZALIŞI	EV İÇİN DÜŞÜK MALİYETLİ KREDİLERİN ARTIŞI	BİRİM M2/HİZMET BAŞINA TÜKETİM AZALIŞI	
ANAHTAR SÖZCÜKLER	KÂR, İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ	SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, ÇEŞİTLİLİK	KÂR, SOSYAL SORUMLULUK	KÂR, MALİYET DÜŞÜŞÜ
İLETİŞİM KANALI	İK1, İK3, İK6, İK7, İK8	İK1, İK3, İK6, İK7, İK8	İK1, İK3, İK6, İK7, İK8	İK1, İK3, İK6, İK7, İK8
PAYDAŞLAR	TB, SEKTÖR DERNEKLERİ	HMB, BANKALAR BİRLİĞİ, IFI, TKB,	SEKTÖR DERNEKLERİ	SEKTÖR DERNEKLERİ
DÖNEM & FREKANS	SEZONLUK	YILLIK	YILLIK	YILLIK

Tablo.6 - İletişim Planı (Hizmet)

## Ulaştırma

Ulaştırma sektöründe, sanayi ve hizmet sektörlerine benzer şekilde, enerji verimliliği faaliyetlerinin hedef kitlesi şirket ve kurum yöneticileridir.

Özel araba kullananlarda hedef kitle, özel araç sahipleri ve toplu ulaşım aracı sürücülerdir.

Kent içi toplu taşımada enerji verimliliği için tercih edilen hedef kitle; gençler başta olmak üzere hane halkı ile belediyeler ve onların ilgili iştirak şirketleridir.

**ŞİRKET VE KURUMLAR:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri ulaştırma sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumlarda enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**ÖZEL ARAÇ KULLANANLAR:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri özel araç kullananların enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

**KENT İÇİ TOPLU TAŞIMA:** Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri kent içi toplu taşıma artışı ile enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.





ULAŞTIRMA	ŞİRKET VE KURUMLAR	ÖZEL ARAÇ KULLANANLAR	KENT İÇİ TOPLU TAŞIMA
HEDEF KİTLE	ULAŞTIRMA ŞİRKET VE KURUMLARIN YÖNETİCİLERİ	SÜRÜCÜLER	HANE HALKI, GENÇLER, BELEDİYELER, İŞTİRAK ŞİRKETLERİ
AMAÇ	YAKIT TÜKETİMİNDE AZALMA, ULAŞTIRMA ALT YAPISINDA İYİLEŞME	VERİMLİ SÜRÜŞ TEKNİĞİ, VERİMLİ ARAÇ TERCİHİ	TOPLU ULAŞIM TERCİHİNİN VE ERİŞİMİNİN ARTIŞI, YAYA & BİSİKLET ULAŞIMININ YAYGINLAŞTIRILMASI
PERFORMANS GÖSTERGELERİ	BİRİM YAKIT TÜKETİMİ, NAKLİYE MALİYETİ	EVBE, ARAÇ KULLANAN SAYISININ AZALTILMASI	TOPLU TAŞIMA ORANI, TOPLU TAŞIMA ARTIŞ HIZI, KULLANICI SAYISINDA ARTIŞ
ANAHTAR SÖZCÜKLER	GÜVENLİ VE VERİMLİ ULAŞIM, HİZMET KALİTESİ	BAKIMLI ARAÇ, KONFOR, FENNİ MUAYENE	ÇEVRE, BÜTÇE, SAĞLIKLI HAREKETLİLİK, KONFOR
İLETİŞİM KANALI	İK3, İK6, İK7, İK8	İK1, İK2, İK3, İK4, İK5, İK8	İK1, İK2, İK3, İK4, İK5
PAYDAŞLAR	UAB, TŞOF, TOFED, YEREL YÖNETİMLER, LOJİSTİK ŞİRKETLERİ	STB, UAB, İB, SÜRÜCÜ EĞİTİMLERİ, FENNİ MUAYENE İSTASYONLARI	YEREL YÖNETİMLER, UAB,
DÖNEM & FREKANS	Yıllık	Periyodik	Sürekli

Tablo.7 - İletişim Planı (Ulaştırma)

## Tarım

Bu başlık altındaki iletişim faaliyetleri tarım sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumlar ile bireysel faaliyetlerde çiftçiler ve tarım ile uğraşanların enerji verimliliği sağlamalarına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

<b>TARIM</b>	
<b>HEDEF KİTLE</b>	ÇİFTÇİLER VE TARIM İLE UĞRAŞANLAR, KOOPERATİFLER, ŞİRKETLER
<b>AMAÇ</b>	ENERJİ TÜKETİMİNİN AZALTILMASI
<b>PERFORMANS GÖSTERGELERİ</b>	ÜRÜN BAŞINA ENERJİ, ENERJİ VERİMLİLİĞİ SAĞLAYAN PROJE SAYILARINDA ARTIŞ, VERİMLİ SULAMA, ARAZİ TOPLULAŞTIRMA FAALİYETLERİ
<b>ANAHTAR SÖZCÜKLER</b>	İMECE, BEREKET, TOPRAK İYİLEŞTİRME, VERİMLİ MAHSUL, ARAZİ TOPLULAŞTIRMA
<b>İLETİŞİM KANALI</b>	İK1, İK3, İK4,
<b>PAYDAŞLAR</b>	TOB, Tarım İl Müdürlükleri, KOOPERATİFLER / BİRLİKLER, Ziraat Odaları, Ziraat bankası
<b>DÖNEM &amp; FREKANS</b>	Sezonluk (Mart, Ekim)

Tablo.8 - İletişim Planı (Tarım)

## İLETİŞİM KANALLARI

İletişim planı alt bileşenlerinin her biri için önerilen iletişim kanallarının mecraları ile iletişim yöntemleri aşağıda olduğu gibidir (Tablo.9):

İLETİŞİM KANALI	KOD	MECRALAR	İLETİŞİM YÖNTEMLERİ
TV	İK1	Ulusal kanallar, tematik kanallar, dijital kanallar	Sponsorluk, içerik oluşturma, reklam filmi, haber, ürün yerleştirme, meraklandırma reklamları
AÇIK HAVA	İK2	Bilboard, CLP, durak, bina duvarları, otobüs giydirme, dijital ekran, megaboard, köprü ve alınlık, totem	Reklam, video, özel uygulamalar, gerilla pazarlama
DİJİTAL	İK3	Facebook, Instagram, Twitter, GDN, haber siteleri, influencer, Youtube, mailing, oyun, yarışma, web sitesi, SEO, LinkedIn, Google Adwords, uygulama (Application), e-gazete, e-dergi	Video, animasyon, reklam, banner, arama motoru reklamları, remarketing, influencer pazarlama, içerik sponsorluğu, 'pop-up' reklamlar
RADYO	İK4	Yerel, ulusal, dijital radyolar	Cingıl, reklam, sponsorluk
SİNEMA	İK5		Reklam, sponsorluk, ürün yerleştirme, içerik oluşturma
YAZILI BASIN	İK6	Gazete, dergi, bülten	Insert, haber, reklam
PR (Halkla İlişkiler)	İK7	Gazete, TV, dijital, radyo, fuar	Lansman, araştırma sonuçları, itibar yönetimi, basın toplantısı, etkinlik, seminer, panel, konferans, çalıştay
SATIŞ NOKTASI ÜRÜNLERİ (POP)	İK8	Afiş, broşür, el ilanı, dönkart, promosyon	Reklam, bilgilendirme

Tablo.9 - İletişim kanallarının mecraları ve yöntemleri

## İLETİŞİM FAALİYET VE STRATEJİLERİ

‘Enerji Verimliliği Stratejik İletişim Planı’ hazırlık çalışmaları kapsamında yapılan araştırma ve analizler doğrultusunda oluşturulan stratejik amaçlara ulaşabilmek üzere tavsiye edilen faaliyetler, genel ve herbir bileşen için ayrı ayrı olmak üzere Tablo.10’da olduğu gibidir.

Stratejinin ‘toplum/kurum amaçlarına (hedeflerine) ulaşmak üzere hızlı, farklı, yaratıcı çözümler üretme becerisidir’ tanımından hareketle, plan kapsamında oluşturulan kampanyalar sürecinde tavsiye edilen faaliyetlere ilave olarak üretilmesi öngörülen stratejiler ile plan amaçlarına etkin bir şekilde ulaşılması öngörülmekte/tavsiye edilmektedir.

TAVSİYE FAALİYETLER	SEGMENTLER	TEKRAR
Kamu spotları, çocuklara yönelik animasyon (soyuttan somuta çevirme)	GENEL	Periyodik
‘Aklınla Verimli Yaşa’ etkinliklerinin yaygınlaştırılması (metro, otobüs bilgilendirme panoları, kiosklar, bankamatikler)	GENEL	Sıklıkla
Oyunlaştırma (gamification) ile EV yarışma ve oyunları ile gençlere erişim	GENEL	Yılda bir
Okullarda resim, hikaye, proje yarışmaları	GENEL	Yılda bir
Hergün bir EV ipucu çalışması	GENEL	Günlük
Eğitim materyallerinin güncellenmesi	GENEL	Sürekli
‘ MEB Eğitimcilerin Eğitimi’ programı	GENEL	İhtiyaç halinde
Sevilen dizilerde mesaj içeriği paylaşımı	GENEL	Fırsat takibi
Basın bültenleri	G,S,HA,K,Hİ,U,T	Periyodik
Kıyaslama (Benchmark) rapor ve analizleri	S,K,Hİ,U,T	İhtiyaç halinde
Mobil verimlilik uygulamaları (Kobi'ler için basit geri ödeme hesabı, fatura kıyaslama gibi)	S,K,Hİ,U,T	Yılda 3-4
Enerji verimliliği örnek uygulamalarının kamuya tanıtımı	G,HA	Periyodik

G: GENEL, S: SANAYİ, HA: HANE, K: KAMU, Hİ: HİZMET, U: ULAŞTIRMA, T:TARIM

TAVSİYE FAALİYETLER (DEVAM)	SEGMENTLER	TEKRAR
Youtube, google, instagram ve facebook paylaşımı	G,S,HA,K,Hİ,U,T	Sıklıkla
Sektörel etkinlikler, kongre, fuar, sempozyum ve çalıştaylar	S,K,Hİ,U,T	Meriyodik
Enerji verimli ürün tanıtım ve kampanyaları	S,Hİ,U,T	İhtiyaç halinde
EV destekleri ve teşvikleri	S,Hİ,U,T	İhtiyaç halinde
Tasarımdan teknik şartnameye, uygulamadan işletmeye EV'nin ilgili uzman kişi ve kurumlarca önceliklendirilmesi	S	
İş dünyasında verimlilik ve başarı hikayelerinin anlatıldığı TV programları	S	Periyodik
Başarılı sanayicilerin, yerel yönetimlerin, üniversitelerin, kurum ve kuruluşların ödüllendirilmesi ile farkındalık artışı	S,K,Hİ,U,T	Periyodik
Sektörel kuruluşların ve uzmanların yapacakları EV faaliyetleri	S,K,Hİ,U,T	Periyodik
Enerji dağıtım şirketlerinin hane halkına yönelik EV faaliyetleri düzenlemesi	HA	Sıklıkla
Tarımda EV pilot uygulamalar ve sonuçlarının paylaşımı, çiftçilere yönelik bilgilendirici programlar veya uygulamalar	T	Periyodik

G: GENEL, S: SANAYİ, HA: HANE, K: KAMU, Hİ: HİZMET, U: ULAŞTIRMA, T:TARIM

Tablo.10 – Tavsiye edilen faaliyetler

## Önemli Gün Ve Haftalarda Yapılacak Faaliyetler

Önemli gün ve haftalarda önceden yapılacak hazırlıklar ile daha yoğun iletişim faaliyetlerinin yürütülmesi, enerji verimliliğinin farkındalığının artırılmasına daha fazla katkı sağlayacaktır.

Bazı önemli gün ve haftalara dair önerilen faaliyetler Tablo.11’de olduğu gibidir.

ÖNEMLİ GÜN / HAFTA	PAYDAŞLAR	FAALİYETLER
Enerji Tasarrufu Haftası (Ocak ayının ikinci haftası)	ETKB, MEB, UAB, ÇŞB, ENVER, SÜT-D, SKD, TOBB, EYODER, KGM, Belediyeler, Akademi, DİB, Ulusal basın ve yayın kuruluşları, STK’lar	Enerji verimliliği haberleri, ek bültenler, sosyal medya hesaplarından paylaşımlar, sempozyumlar, paneller, konferanslar, Okullarda proje ödevleri, resim, öykü, kompozisyon faaliyetleri ile enerji verimliliğinin ülke ve dünya için önemini işlenmesi, Reklamlar ve kamu spotlarında enerji verimliliğinin hafta süresince vurgulanması, Konu ile ilgili haber ve programların televizyon ve radyolarda yer alması, Belediyelerin (üst geçitler, duraklar, toplu taşıma bilgilendirme ekranlarında), Karayolları Genel Müdürlüğü’nün (gişeler, yol üstü panolar) Spor kulüplerinin sorumluluk alanlarında, sosyal medya hesaplarında, televizyon programlarında enerji verimliliğine dikkat çeken ve bilinçlendirmeye yönelik paylaşımlarda bulunulması,
Bilim ve Teknoloji Haftası (8-14 Mart)	STB, ETKB, TUBITAK, MEB	Enerji verimliliği konusundaki gelişmelere ve yeni teknolojilere yer verilmesinin sağlanması,
Tüketiciyi Koruma Haftası (15-21 Mart) ve Tüketiciler Günü (15 Mart)	ELDER, ETKB, AGID, STK’lar, Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği, TÜRKESD, Türkiye Süt Et Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği Derneği, TETSİAD	Enerji verimli ürünlerin tercihi, tüketici tarafı enerji verimliliği faaliyetlerinin tanıtımı, akıllı fatura, bilinçlendirme broşürleri ve bilgilendirme faaliyetlerinin yapılması,

Dünya Su Günü (22 Mart)	ÇŞB, ETKB, TOBB, TÜRKBEŞD, Türkiye Ziraatçılar Derneği, Ulusal basın ve yayın kuruluşları, Belediyeler	Su tasarrufu ile verimlilik kavramının birlikte vurgulanması, evde, sanayide, tarımda su tüketimi, verimlilik, çevrenin ve enerjinin korunması temasının işlenmesi, su tasarrufu sağlayan uygulama ve ekipmanların tanıtımı,
Turizm Haftası (15-22 Nisan)	KTB, ETKB, ÇŞB, TÜRSAB, Turizm Otel Yöneticileri Derneği (TUROYD), ENVER	Eko turizm başlığında verimlilik ve çevrenin korunmasına katkı sağlayan hususların paylaşılması, otellerin, turizm firmalarının bu alanda yürütülen ulusal ve uluslararası proje ve programlar hakkında bilgilendirilmesi, Binalar ile Yerleşmeler İçin ulusal Yeşil Sertifika, B.E.S.T (Binalarda Ekolojik ve Sürdürülebilir Tasarım) Konut Sertifikası ile uluslararası BREEAM, CASBEE, GREENSTAR, LEED ve SBtool gibi sürdürülebilir, ekolojik, çevre dostu sertifikaların tanıtımı, Otellerde ısı yalıtımı, verimli aydınlatma ve iklimlendirme, ısı pompası kullanımının avantajları hakkında bilgilendirme toplantıları
Dünya Çiftçiler Günü (14 Mayıs)	TOB, Ziraat Odaları, Ziraat Bankası, Tarım İl Müdürlükleri, Türkiye Ziraatçılar Derneği, Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği, ENVER, Ulusal basın ve yayın kuruluşları	Verimli tarım projelerinin ve uygulamalarının tanıtılması ve bölgesel paneller düzenlenmesi,
Dünya Çevre günü ve Çevre Koruma Haftası (5 Haziran) – Haziranın ikinci haftası	ÇŞB, ETKB, MEB, TOBB, Türkiye Belediyeler Birliği, TÜÇEV, TEMEV (Temiz Enerji Vakfı), ÇEVKO, TAYÇED, ENVER, SKD, Ulusal basın ve yayın kuruluşları	Enerji verimliliğinin çevreye olan katkısı ile ilgili projelerin tanıtımı, Televizyonda ve radyoda konu ile ilgili uzmanların konuşmaları
Dünya Tasarruf Günü (31 Ekim)	MEB, ETKB, ENVER, SÜT-D, SKD, Ulusal basın ve yayın kuruluşları	Televizyonda ve radyoda konu ile ilgili uzmanların konuşmaları

Tablo.11 – Önemli gün ve haftalarda yapılacak faaliyetler

## HEDEF KİTLEDEN BEKLENEN TUTUM VE DAVRANIŞ DEĞİŞİKLİĞİ

Enerji Verimliliği Derneği tarafından yaptırılan ‘Kamuoyunda Enerji Verimliliğine İlişkin Bilgi, İlgi ve Davranış Boyutunu Tespit Etme Araştırması’ çalışması kapsamında 2019 yılı Hane Halkı ‘Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi’ değerleri;

Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi:	157,7 (orta-üst)
Bilgi Endeksi:	177,9 (yüksek-alt)
Davranış Endeksi:	137,5 (orta-alt)

olarak tespit edilmiştir.

Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi’ni oluşturan iki parametreden ‘Bilgi Endeksi’ yüksek iken, bu bilginin davranışa dönüşünü ifade eden ‘Davranış Endeksi’ ise göreceli olarak düşük bir değerde oluşmuştur. Bu bulgular, **enerji verimliliğine yönelik kampanyalarda bilginin davranışa dönüştürmeye yönelik farkındalığa ağırlık verilmesi gerektiğini** söylemektedir.

Davranış değişikliği hedeflenen bazı uygulamalar;

- Aydınlatma
- Yalıtım
- Isıtma-soğutma
- Ekipman tercihi ve kullanımı
- Beyaz eşya satın alma ve kullanım alışkanlıkları
- Araç sürüş alışkanlıkları
- Bina ‘Enerji Kimlik Belgesi’ alımı
- Toplu ulaşım, bisiklet kullanımı ve yaya ulaşım tercihleri

‘Enerji Verimliliği Stratejik İletişim Planı’ kapsamında oluşturulacak faaliyetlerde özellikle bilgiyi davranışa dönüştürmeye yönelik iletişim kampanyaları oluşturmanın, ‘Davranış Endeksini’ de olumlu yönde etkileyeceği kabul edilmektedir.



## ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

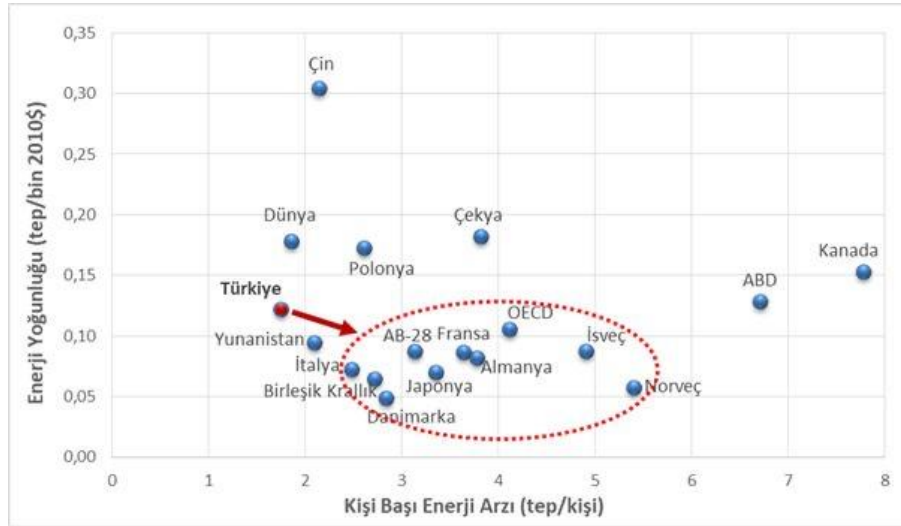
ETKB Stratejik Planı, Öncelikli Dönüşüm Programı (ÖDÖP), Kalkınma Planları ve Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı (UEVEP) gibi birçok plan ve programda da yer verildiği gibi dünyada enerji verimliliği, 'Enerji Yoğunluğu (Energy Intensity)' ile ölçülmektedir. Ülke ve sanayi bazında enerji yoğunluğu tanımları ile Türkiye'nin yeri ve hedeflediği konum, aşağıda olduğu gibidir.

Enerji yoğunluğu;

Ülke perspektifinden: Belli bir baz yılına göre 1.000 ABD Doları Gayri Safi Yurtiçi Milli Hasıla (GSYİH) elde edilebilmesi için tüketilen enerji miktarı (TEP: ton eşdeğer petrol) olup, diğer bir ifade ile yıllık harcanan enerjinin üretilen ürünün ekonomik değerine oranıdır.

Sanayi perspektifinden: Bir birim ürün elde edilebilmesi için harcanan enerji miktarı (spesifik enerji) (TEP)'dir.

Enerji yoğunluğu değerinin düşük olması, enerjinin verimli kullanıldığını göstermekte olup, Türkiye'nin enerji yoğunluğu hedefi, aşağıda olduğu gibidir:



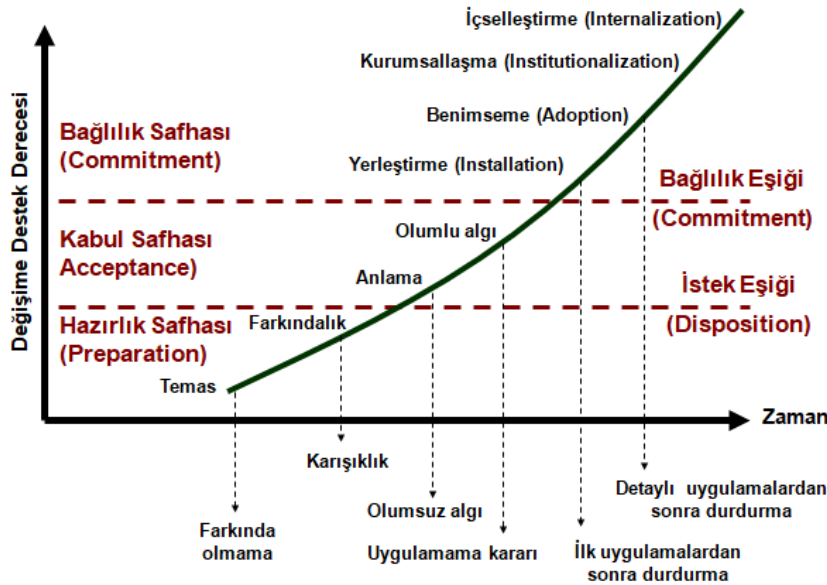
Şekil.6 - Ülkelerin Enerji Yoğunlukları ve Türkiye Hedefi

'Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi', her bir bileşen için önerilen performans kriterlerine ilave olarak temel ölçme ve değerlendirme aracı olarak belirlenmiş olup, IPA 2018 Faz-3 projesinin enerji verimliliği bileşeni altında geliştirilmesi ve sürdürülmesi planlanmaktadır.

## RİSK ANALİZİ

Topluma 'enerji verimliliği' davranışlarını benimsetmek bir 'değişim yönetimi' sürecidir. Birçok değişimde olduğu gibi toplumda enerji verimliliğine yönelik davranışların sürekli hale gelebilmesi için bu davranışların önce topluma yerleşmesi ve daha sonra da toplum tarafından benimsenmesi, kurumsallaşması ve içselleştirilmesi ile mümkün olabilecektir (Şekil.7). Bu durum ancak toplumda enerji verimliliği alışkanlıklarının içselleştirme sürecinin de bir 'değişim yönetimi' anlayışı ile ele almakla mümkün olabilecektir.

Enerji verimliliği faaliyetlerinin tabana yayılması konuları bir 'değişim yönetimi' anlayışı ile ele alınmadığı durumda toplumda enerji verimliliğine yönelik olarak 'istek eşiği' geçilse bile 'bağlılık eşiği' geçilemeyecek, bu faaliyetler alışkanlıklara dönüşmeyecek ve içselleşemeyecektir.



Şekil.7 - Bir değişimin benimsenme aşamaları

Enerji verimliliğine yönelik faaliyetler ve davranışlar konusunda önce toplumda farkındalık yaratmak gerekmektedir. Toplumda oluşturulacak farkındalık ile 'istek eşiği' ve olumlu algı ile 'bağlılık eşiği' geçilmiş olabilecektir.

Toplumun enerji verimliliğini benimsemesi ile beraber kurumsallaşma ve içselleştirme safhaları neticesinde değişim tamamlanmış olacaktır.

'Enerji verimliliği' faaliyetleri, değişim yönetiminin 'ben', 'biz' ve 'hepimiz' olmak üzere her üç boyutunu da kapsamaktadır. Kullanılmayan ışıkları söndürme alışkanlığı 'ben değişimi', konutlara yalıtım yaptırma 'biz değişimi', toplu taşımaları daha yoğun olarak kullanmaya başlamak ise 'hepimiz' değişimidir.

Değişim yönetimi temel kuralları:

1. Güçlü bir vizyon oluşturmak
2. Üst yönetimin benimsemesi
3. Aciliyet duygusu yaratmak
4. İnsan davranışlarını dikkate almak
5. Değişime karşı direnci yönetmek

### **Güçlü bir vizyon oluşturmak**

Toplumda güçlü bir değişim gerçekleştirilmek isteniyorsa, öncelikli olarak konu ile ilgili güçlü bir vizyonun belirlenmesi ve toplum lider(ler)i tarafından topluma güçlü ve sürekli bir şekilde enjekte edilmesi gerekmektedir. Aksi durumda değişimin gerçekleştirilmesi gereken konuda kurumsallaşmanın mümkün olamayacağı söylenebilir.

Toplum için stratejik bir öneme sahip olan enerji verimliliği konusunda da konu ile ilgili alışkanlıkların tabana yayılması, kurumsallaşması ve toplumda içselleşmesi için bu konuda güçlü bir vizyon oluşturulması ve tabana yayılması değişimin başarılı olması için en kritik faktördür.

### **Üst yönetimin benimsemesi**

Değişimin 'olmaz-ise-olmaz' bir başka unsuru ise, toplum lider(ler)inin değişimi benimsemesi ve daha da önemlisi benimsediğini göstermesidir.

Enerji verimliliği faaliyetlerinin toplum tarafından benimsenmesi, kurumsallaşması ve içselleşmesi için toplum lider(ler)inin enerji verimliliğinin önemini sürekli vurgulaması, önemini açıklaması ve benimsediğini gösteren davranışlar içinde olması son derece önemlidir.

### **Aciliyet duygusu oluşturmak**

Değişimin gerçekleşebilmesi için harekete geçirecek 'aciliyet duygusu oluşturmak (sense of urgency)' da değişimi yönetenler tarafından kullanılacak olan önemli faktörden birisidir.

Enerji verimliliği ile ilgili verilecek mesajlarda 'aciliyet duygusu oluşturma'da iletişimde kullanılacak araçlardan birisi olarak değerlendirilebilir.

### **İnsan davranışlarını dikkate almak**

Diğer taraftan değişimin gerçekleşebilmesi için insan davranışlarını dikkate almak da önemli bir faktördür. Bu kapsamda dikkate alınması gereken faktörler aşağıda olduğu gibidir:

- Sosyal teşvikler
- Anında ödüllendirme
- İlerlemeyi izleme

### **Değişime karşı direnci yönetmek**

Değişime direnç göstermek, var olanı koruma içgüdüsüdür ve bu nedenle, doğal bir insan davranışıdır.

Enerji verimliliğine yönelik faaliyetler alışkanlıkların değişimine yönelik köklü bir kültürel değişimdir ve bu nedenle değişime karşı oluşabilecek direnç de iletişim sürecinde dikkate alınmalıdır.

### **Kritik Başarı Faktörü**

Enerji verimliliği faaliyetlerinin başarı ile sürdürüldüğünün en temel göstergesi, 'Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi'nin her üç kategorisinde de olumlu yönde ortaya çıkacak sonuçlar olacaktır.

'Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi' verilerinde olumlu bir sonucun hızla ortaya çıkması için enerji verimliliği ile ilgili vizyon ve heyecanın tabana yayılması ile, bilinç ve farkındalığın etkin bir şekilde artırılmasının kritik başarı faktörü olduğu değerlendirilmiştir.

### **Kritik Risk Faktörü**

Belirlenen kritik risk faktörü, enerji verimliliğinin getirisinin topluma iyi açıklanamamasından kaynaklı olarak ortaya çıkan toplumsal göz ardı etmeler ve ihmaller olarak belirlenmiştir.

'Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi' ve ülkenin 'Enerji Yoğunluğu' değerlerinde anlamlı bir sonuca ulaşamamanın önemli nedenlerinden birisinin de enerji verimliliği faaliyetlerinde 'İhtiyaç duyulan efor ile bu faaliyetlerden elde edilen ödülün dengesizliği' olarak belirlenmiştir. Bu nedenle iletişim faaliyetlerinde enerji verimliliği faaliyetleri kazanımlarının topluma çok iyi bir şekilde anlatılması gerekmektedir.

## KISALTMALAR

ABB	Avrupa Birliği Bakanlığı
AGID	Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği
ATMK	Aydınlatma Türk Milli Komitesi
ÇEVKO	Çevre Koruma ve Ambalaj Atıklarının Değerlendirme Vakfı
ÇŞB	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
DİB	Diyanet İşleri Başkanlığı
EDAŞ	Elektrik Dağıtım Şirketi
ELDER	Elektrik Dağıtım Hizmetleri Derneği
ENVER	Enerji Verimliliği Derneği
ETKB	Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı
EV	Enerji Verimliliği
EVBE	Enerji Verimliliği Bilinç Endeksi
EVÇED	Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığı
EVD	Enerji Verimliliği Danışmanlık Şirketleri
EYODER	Enerji Verimliliği ve Yönetimi Derneği
GSYİH	Gayrisafi yurt içi hasıla
HMB	Hazine ve Maliye Bakanlığı
İB	İçişleri Bakanlığı
IFI	International Financial Institutions
İMSAD	İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği
IPA	AB Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı (Instrument for Pre-accession Assistance)
İZODER	Isı, su ses ve yangın yalıtımcıları derneği
KGM	Karayolları Genel Müdürlüğü
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KPMG	Hollanda merkezli çok uluslu finansal danışmanlık şirketinin kısa adı
OSBÜK	Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kurulu
SBB	Strateji ve Bütçe Başkanlığı
SSB	Savunma Sanayi Başkanlığı
SKD	İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği
STB	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
SÜT-D	Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Derneği
TAYÇED	Tüm Atık ve Çevre Yönetimi Derneği
TB	Ticaret Bakanlığı
TEEDB	Tanıtım, Eğitim, Etüt Dairesi Başkanlığı
TETSİAD	Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
TKB	Türkiye Kalkınma Bankası

TTMD	Türk Tesisat Mühendisleri Derneği
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOFED	Türkiye Otobüsçüler Federasyonu
TŞOF	Türkiye Şoförler ve Otomobilciler Federasyonu
TÜÇEV	Türkiye Çevre Koruma Vakfı
TÜRKESD	Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği
UAB	Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı
TOKİ	Toplu Konut İdaresi Başkanlığı
YDKB	Yapı Denetim Kuruluşları birliği

## REFERANSLAR

- a. 18/4/2007 gün ve 5627 Sayılı Enerji Verimliliği Kanunu.
- b. Cumhurbaşkanlığı'nın 7/Aralık/2019 tarih ve 2019/27 sayılı 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı İzleme Kurulu' Genelgesi.
- c. 'Enerji Verimliliği Strateji Belgesi, 2012-2023, Yüksek Planlama Kurulu, 2012.
- d. 'Türkiye İklim Değişikliği Stratejisi, 2010-2023', Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2009.
- e. Enerji Bakanlığı Stratejik Planı, 2015-2019, ETKB.
- f. 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı, 2017-2023', Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı.
- g. 'Avrupa Birliği Sürecinde Enerji Faslı', Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014.
- h. Milli Enerji ve Maden Politikası, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2017.
- i. 'Enerji Verimliliği Gelişim Raporu, 2000-2016', Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2017.
- j. 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı, 2017-2023', Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı.
- k. 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı, 2017-2018, Gelişim Özet Raporu, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı.
- l. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023), Strateji ve Bütçe Başkanlığı.
- m. 'Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı Değerlendirmesi', ITÜ, 2019.
- n. World Energy Outlook, 2019, International Energy Agency.
- o. International Energy Outlook, 2019, U.S. Energy Information Administration (e.i.a.)
- p. Hane Halkına Yönelik Enerji Verimliliği Araştırması, YEGM, 2010.
- q. Mevcut Durum ve SWOT Analizi, Markam, 2018.
- r. Enerji Verimliliği Farkındalık Planı, retaco, 2019.
- s. Kamuoyunda Enerji Verimliliğine İlişkin Bilgi, İlgi ve Davranış Boyutunu Tespit Etme Araştırması, Enerji Verimliliği Derneği & ETKB, 2020.