



A través del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE)

El Ministerio de Energía lanza una nueva campaña de ahorro energético

- La campaña, denominada *Pequeños Gestos*, muestra los efectos positivos que los gestos cotidianos de ahorro de energía tienen para el hábitat y la fauna de la naturaleza
- Cuenta con un presupuesto de seis millones de euros financiado por el Fondo Nacional de Eficiencia Energética

15.06.17. El Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, a través del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), ha puesto en marcha una nueva campaña publicitaria para sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de consumir la energía de forma inteligente en nuestra vida cotidiana tanto con los equipos domésticos como en nuestros desplazamientos.

La campaña, denominada [Pequeños Gestos](#) y con un presupuesto para 2017 de seis millones de euros, tendrá visibilidad en televisión, radio, prensa gráfica, exteriores y medios digitales, a través de tres oleadas que se sucederán hasta el próximo mes de noviembre. Contará, además, con una amplia batería de acciones de acompañamiento en internet, redes sociales y de carácter sectorial.

La campaña tiene como protagonistas a varios animales que logran construir un vínculo con el espectador al poner de manifiesto la repercusión favorable que tienen, en su hábitat natural, nuestros pequeños gestos de ahorro de energía. Por ejemplo, al fijar una temperatura moderada del aire acondicionado o de la calefacción, al conducir de forma eficiente nuestros vehículos, al optar por el transporte público, o al usar moderadamente el agua caliente, proporcionando además sencillos consejos para lograrlo.

Este tipo de campañas de publicidad se llevan a cabo en el marco de la Directiva 2012/27/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2012 y de su transposición a nuestro país a través de Plan de Acción de Eficiencia Energética 2014-2020. Según esta normativa, España asume el compromiso de reducir en un 20% el consumo de energía en ese horizonte temporal mediante una serie de acciones concretas en los distintos sectores consumidores.

Los recursos para la financiación de la campaña provienen del Fondo Nacional de Eficiencia Energética constituido en 2014. La finalidad del fondo es financiar mecanismos de apoyo a esas acciones, entre las que se encuentran definidas las de formación y sensibilización. Dicho fondo se nutre con las aportaciones de comercializadoras y distribuidoras de electricidad en su calidad de sujetos obligados por ley a contribuir a los objetivos de ahorro.