

# “La societat encara no ha canviat de xip en matèria d'estalvi energètic”

Josep Codorniu (Tortosa, Baix Ebre, 1962) és director de solucions i serveis energètics de Gas Natural. Parla sobre els reptes de les empreses i la societat per a assolir un model energètic sostenible, en el context d'un seminari de gestió ambiental organitzat per Gas Natural.



**A** banda l'evident estalvi econòmic, quin profit en treu, la societat, de les polítiques d'eficiència energètica que comencen a aplicar les empreses de serveis energètics?

—Es tracta d'aconseguir aquella necessitat energètica que tens per a casa teva, el teu negoci o la indústria amb el consum mínim possible d'energies primàries. Això té un efecte econòmic evident, perquè amb menys consum, menys cost. Però, sobretot, té un efecte ambiental positiu per tal com reduïm les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle. D'una altra banda, s'ha de destacar que la reducció del consum d'energia dona més seguretat en el subministrament per al nostre país, perquè es redueixen les importacions, i per tant, la dependència exterior.

—Catalunya i l'estat espanyol no es troben pas entre els primers pel que fa a la implantació de mesures d'eficiència energètica. Però som gaire lluny de la tendència dels països capdavanters?

—Potser tenim un retard en l'aplicació de mesures d'eficiència energètica respecte a alguns altres països, sobretot Alemanya i França, i en alguns aspectes Anglaterra, on hi ha hagut un desenvolupament normatiu i unes polítiques energètiques més avançats en aquest àmbit, i han promogut l'eficiència des de fa molts anys. Aquí hem començat una mica més tard, però crec que és una diferència que podem escurçar, no em sembla pas un retard insuperable. Tant a Catalunya com a Espanya, el darrer any i mig hi ha hagut força iniciatives impulsades per les administracions públiques, i a hores d'ara ja hi ha un marc òptim per a aplicar mesures d'eficiència energètica.

—A la pràctica, són les empreses subministradores d'energia, que han de fer un pas més significatiu en

**aquest sentit, i això implica despesa en R+D i esforços comunicatius. En quin punt es troba Gas Natural?**

—L'eficiència energètica ja és un dels vectors de posicionament que tenim al nostre grup. L'àrea de solucions i serveis energètics es dedica a aquest àmbit des de fa més de deu anys. No és pas cap aposta nova, si bé és veritat que ha estat els darrers anys quan s'ha desenvolupat més aquest vessant. Pel que fa a la investigació, més que qüestions de recerca i desenvolupament, que per descomptat s'han de dur a terme, la màxima incidència és en l'aspecte tecnològic, perquè hi ha moltes tecnologies que actualment ja són disponibles, és a dir, que es tracta sobretot d'implantar tecnologies que ja existeixen, com les calderes o els motors per a determinats serveis a la indústria que consumeixen electricitat. La tecnologia disponible, cal integrar-la per donar un servei al client que potencii l'eficiència energètica en una indústria, un hotel o qualsevol altre equipament.

**—Quines sinergies es produeixen, en l'àmbit de l'eficiència, amb la integració de Gas Natural i Unió Fenosa?**

—La integració entre les dues companyies ens ha aportat unes sinergies valuoses, perquè Unió Fenosa també treballava des de feina anys el concepte d'eficiència energètica. Com a gasista, nosaltres treballem més la part tèrmica que té a veure amb el gas. De cara al client, amb un consum en un hotel, un hospital o qualsevol empresa, ara podem oferir un catàleg de productes molt més ric i integrat, en aquest sentit. Si tenim un client hotelier no li parlem només de la calefacció, sinó que també li podem parlar de la il·luminació i donar-li una solució conjunta.

**—Parlar d'eficiència energètica significa, també, parlar d'inversió de diners per part del client a l'hora instal·lar aparells que redueixin el consum energètic. El client ha d'acceptar de bon grat una inversió que no repercutirà en un estalvi de**

**manera immediata, sinó a termini mitjà o llarg. Penseu que la societat està prou conscienciada, sobre la necessitat d'estalviar energia?**

—Encara s'ha de fer molta pedagogia en aquest camp. És veritat que s'ha avançat força respecte a no fa gaires anys, ara ja trobem una certa consciència de la sostenibilitat, de com estalviar energia, però en part és més per la conjuntura econòmica que no pas pel concepte de futur. És a dir, que molts apliquen mesures d'estalvi perquè això vol dir no pagar tant, però no pas per una conscienciació estructural. Cal treballar molt sobre aquest canvi cultural i social, perquè la societat encara no ha canviat de xip en matèria d'estalvi energètic.

**—Què fa una companyia com Gas Natural per convèncer els seus clients que facin aquest canvi de xip?**

—Partim de la base que és més fàcil de fer projectes d'eficiència energètica en un edifici com un hotel, un hospital o un centre d'oficines —perquè són clients intensius— que

Museu d'Història de Catalunya

Col·legi de Periodistes de Catalunya

EXPOSICIÓ

COLÒNIES INDUSTRIALS

Museu d'Història de Catalunya  
1 desembre 2009 - 7 març 2010

93 225 47 00  
www.mhcat.cat

Generalitat de Catalunya

Diputació de Barcelona  
xarxa de municipis

AVUI+

CATALUNYA RÀDIO

el Periòdic

IR3C

3

no pas amb un client particular. Gas Natural treballa a fons dos vessants: d'una banda, promoure i explicar al consumidor els avantatges dels equips de més alt rendiment a la llar, és a dir, els electrodomèstics de més rendiment o calderes de condensació que aprofiten els gasos d'emissions; i, d'una altra, una estratègia de comunicació per a transmetre consells i hàbits de consum amb l'objectiu d'assolir l'eficiència energètica. I, a partir del febrer, a través de la nostra web ([www.gasnatural.com](http://www.gasnatural.com)), els clients disposaran d'una eina nova, un assessor energètic que els informarà sobre com consumeixen respecte als nivells òptims per les característiques del seu habitatge. A partir d'aquesta anàlisi, li apareixeran un seguit de consells de millora per a poder optimitzar aquest consum.

**—Quins consells bàsics donaríeu a un client perquè comencés a estalviar?**

—Qualsevol de nosaltres pot adoptar mesures que, per petites que ens semblin, són capaces d'incidir positivament en l'eficiència energètica. A tall d'exemple, un bon aïllament de les finestres exteriors, amb el consegüent estalvi en calefacció i aire condicionat, la utilització de bombetes de baix consum, o no deixar els electrodomèstics en la posició de *stand by*, sinó apagar-los.

**—Gas Natural anima els seus clients a reduir el consum del seu producte, és a dir, a reduir l'import de les vendes pròpies...**

—Com a grup, creiem de debò en aquesta aposta per l'eficiència i la cura del nostre entorn. Encara que en una primera anàlisi sembli que promoure l'estalvi energètic va contra l'empresa —perquè si tu fomentes els aparells eficients i el consum responsable el client no paga tant—, és una aposta de futur que qualsevol empresa que se senti integrada en la societat ha de fer, perquè a termini mitjà i llarg també li reportarà més beneficis, no solament econòmics. A Gas Natural creiem amb sinceritat en aquest camí i el nostre itinerari passa per donar valor afegit a la distribució i la venda d'energia. Es tracta, doncs, d'oferir un servei integral al client que l'ajudi a ser més eficient en l'ús de l'energia a la seva instal·lació.

**—La cultura de l'estalvi energètic és més implantada en el petit client o en les grans empreses?**

—Per la nostra experiència, ho comencen a veure més clar les empreses i les indústries, que tenen una estructura de compte de resultats i han de fer quadrar les xifres. Amb tot, la pedagogia s'ha de continuar fent tant en el petit client com en l'empresari, perquè el camí de l'eficiència energètica és un recorregut que l'hem de

fer entre tots. No serveix de res que disposem de la millor tecnologia per a reduir el consum energètic si després l'usuari es desenten de la seva responsabilitat.

**—El consumidor encara mostra recel a fer una despesa extraordinària per instal·lar aparells més eficients a casa, però en canvi no s'hi mira tant a l'hora de fer un consum responsable, allò que en diem els petits gestos, que li reportarien un estalvi en la factura. Considereu que s'hauria de penalitzar el consum excessiu d'energia tal com fan algunes companyies d'aigua, i premiar l'estalvi amb bonificacions?**

—És veritat que el senyal de preu que dona el cost de l'energia incentiva més o menys que es prenguin mesures d'eficiència, és a dir, que una factura més elevada que penalitza els consums excessius pot generar un incentiu en l'usuari per a mirar de reduir aquest cost i assolir l'eficiència. Si bé l'abastament d'aigua i la seva estructura tarifària per trams no és traslladable als serveis energètics, ja es veuen senyals en aquesta direcció. Moltes polítiques de l'administració, tant a l'àmbit central com autonòmic i local, han creat eines fiscals i de subvenció a aquelles entitats que impulsin mesures d'eficiència en el client final.

*Gemma Aguilera*

## Breus

### **“Miopia estratègica” de les manufactureres valencianes**

“Miopia estratègica” o “model obsolet”. Són alguns dels qualificatius que un informe elaborat per professors de la Universitat de València, per encàrrec de la Cambra de Comerç d'aquesta ciutat, han utilitzat per qualificar el posicionament de les empreses manufactureres front a la globalització. L'estudi, realitzat a través de 130 enquestes, detecta com a principals problemes d'aquestes firmes una baixa inversió tecnològica, una menor dimensió respecte d'altres països europeus, menys venda per treballador així com una especialització en sector d'escàs valor



**La indústria manufacturera valenciana no troba el seu encaix en els nous models.**

afegit. Els autors de l'informe també adverteixen que el “model tradicional d'exportació està obsolet i no ens serveix per al futur”, alhora que denuncien l'escassa eficàcia que de les ajudes públiques tenen per a les empreses.

### **La moda torna a Barcelona amb dos salons urbans**

Després que el saló Bread and Butter decidís deixar Barcelona com a seu el 2009, la passarel·la 080 Barcelona Fashion, que impulsa la Generalitat, va tornar la moda a la ciutat. Fira de Barcelona va aplegar les propostes de dissenyadors independents amb l'aspiració d'esdevenir un referent internacional, al costat del Bread and Butter, que se celebra a Berlín al juliol. En els mateixos dies, la capital catalana també va acollir The Brandery, un altre saló de moda urbana per a marques. En total, van passar-hi més de 12.000 visitants i es van muntar 200 expositors.