



CENTRAL & EASTERN EUROPEAN
SUSTAINABLE ENERGY NETWORK

CEESEN-BENDER

Sesiune de formare

Aspecte sociale ale activităților cu cetățenii care se confruntă cu sărăcia energetică



Co-funded by
the European Union

Eva Šuba
Karine Jegiazarjana
Climate Alliance

Alegeți o literă de la ABC!

Nu vă faceți griji dacă alții folosesc aceeași literă.

Luați o foaie de hârtie, scrieți-vă prenumele pe ea și descrieți-vă folosind cuvinte care încep cu litera aleasă.

Folosiți cât mai multe cuvinte posibile.

Aveți 2 minute să vă prezentați.



Mentalitatea

**Mentalitate progresivă include și convingerea că
abilitățile cuiva se pot schimba și îmbunătăți în
timp**

- **Activități de încălzire și Reguli ale sesiunii de formare**

1. Aspecte sociale ale energiei

- [Factorii sărăciei energetice](#)
- [Aspecte sociale ale energiei](#)
 - [Înțelegerea Sentimentelor și Emoțiilor](#)
 - [Diferite stadii de decizie ale oamenilor](#)
 - [Comportamente energetice](#)

2. Implicarea părților interesate

- [Co-crearea](#)
 - [Stimularea participării](#)
 - [Sfaturi de comunicare cu gospodăriile vulnerabile](#)
 - [Casă vs acasă: înțelegerea gospodăriilor vulnerabile în procesele de renovare](#)
 - [Exemple de co-creare](#)

3. Bariere în calea implicării părților interesate

- [Bune practici legate de instrumente financiare pentru gospodăriile sărace energetice](#)
- [Prejudecăți și scepticism](#)
- Informații asimetrice

4. Lucrul cu rezidenții

- [Lucrul cu persoane vulnerabile](#)
- [Pachet de instrumente: One Stop Shops \(input peers UE\), campanii districtuale \(input Energy Caravan\), 10 pași](#)
- Cum lucrăm cu experții dvs.: programarea consultărilor post-formare cu fiecare țară

Implicarea
actorilor

2

Aspecte
sociale ale
energiei

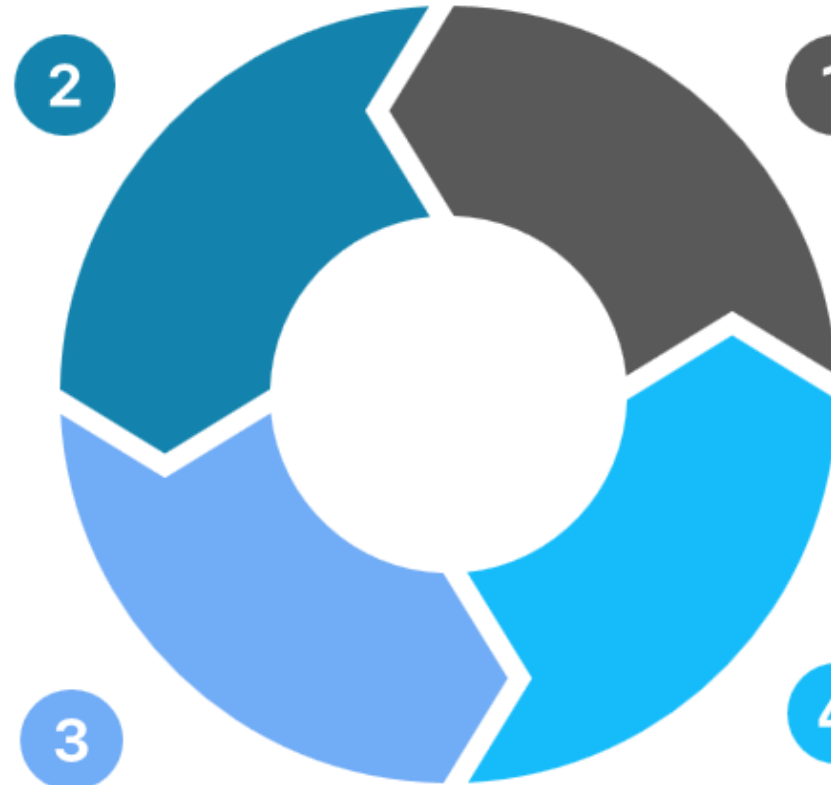
1

Bariere în
implicarea
actorilor

3

Lucrul cu
locatarii

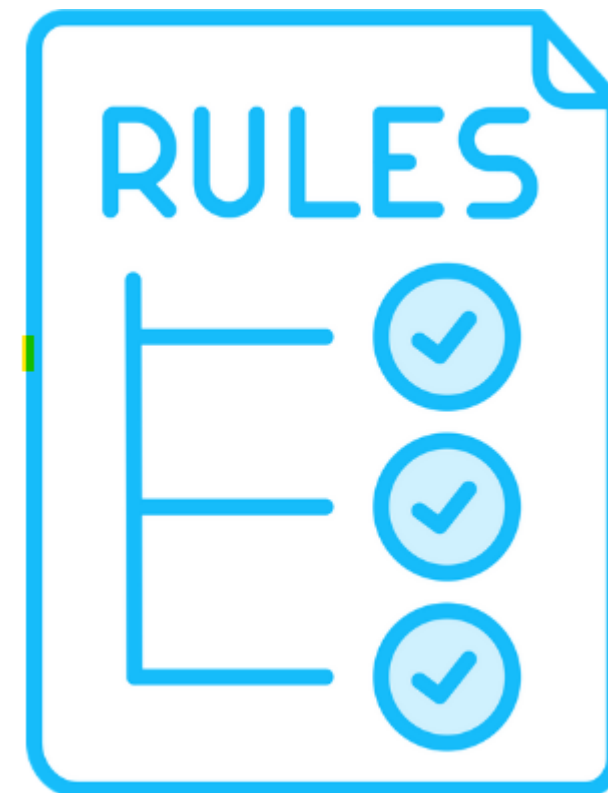
4



Reguli ale sesiunii de formare: Recapitulare



1. **Fiți punctuali și pregătiți:** ajungeți la timp la toate sesiunile.
2. **Respectați formatorul și colegii participanți:** Arătați respect față de formator, vorbitori, invitați și alți participanți, ascultând cu atenție, obținându-vă de la comportamentul perturbator și menținând o atitudine pozitivă pe tot parcursul cursului sau al atelierului.
3. **Respectați diversitatea:** tratați toți participanții cu respect și considerație, indiferent de antecedentele, experiența sau perspectivele lor.
4. **De acord să nu fii de acord:** acceptați feedback de la participanții colegilor cu privire la opiniile dvs. și respectați varietatea de realități ale participanților.
5. **Urmați instrucțiunile și ghidurile:** ascultați instrucțiunile oferite de formator și urmați orice instrucțiuni sau reguli stabilite pentru instruire. Acest lucru este necesar pentru ca sesiunile să decurgă fără probleme.
6. **Utilizați cu grijă și diligență materialele și echipamentele puse la dispoziție pentru Formare**
7. **Abțineți-vă de la a face înregistrări video și/sau audio** și de a face fotografii în spațiile de formare fără consimțământ.
8. **Solicitați clarificări atunci când este necesar:** dacă aveți întrebări sau aveți nevoie de clarificări cu privire la orice subiect abordat în timpul instruirii, nu ezitați să întrebați.
9. **Rămâneți implicat** pe tot parcursul antrenamentului.
10. **Însușiți-vă cunoștințe și abilități**



Exercițiu: Factorii sărăciei energetice

Formați perechi. Fiecare pereche primește 8 carduri cu 8 cuvinte:

- Sănătate
- Educație
- Invaliditate
- Gen
- Relații sociale
- Încredere
- A fi membru al unei minorități etnice sau imigranți
- Proprietatea locuinței (chiriași sau proprietari)

Aveți 5 minute. Alegeți cardul care credeți că NU este un factor care contribuie la vulnerabilitate la sărăcia energetică.

După ce ați ales, explicați altor perechi de ce ați ales acel card.



[Carduri pentru print](#)

Exercițiu: Factorii sărăciei energetice

Partea a 2-a

- Împărtășiți-vă experiența cu privire la factorii care provoacă sărăcia energetică și vulnerabilitatea
- Gândiți-vă la situația pe care ați descris-o în jocul situației.



Co-funded by the Erasmus+ Project
Erasmus+ Project

Vă interesează un exemplu practic de abordare a gospodăriilor? Citiți [Bună practică: 10 pași pentru renovarea într-un condominiu \(flyer\)](#)



Cum poate avea energia aspectul social?



- **Încrederea este unul dintre obstacolele cheie**
- O modalitate de a aborda problema împărțirii stimulentei
- **Reduceți informațiile asimetrice**
- **Înțelegeți mai bine emoțiile și sentimentele**
- **Îmbunătățiți comunicarea cu părțile interesate implicate**
- Politicile de abordare a sarcinilor energetice mari nu reușesc adesea să ajungă la comunitățile cu venituri foarte mici



We quickly realized that it was a house which looked healthy when we bought it, but in fact it was not at all.

Oamenii sunt complicati

- S-a presupus că oamenii aleg întotdeauna cea mai profitabilă posibilitate pentru ei înșiși
- Indivizii au fost considerați izolați de contextele sociale, cum ar fi activitățile din viața de zi cu zi și alte structuri sociale.



Aflați mai multe despre factorii comportamentali în renovări:

<https://brandcentral.ramboll.com/share/BwfsmRNEBUU4G5oyNURb>

„Când gătesc acasă, sunt preocupat cu faptul că vreau să mănânc, nu că sunt consumator de energie”



Aspecte multiple influențează modul în care ne comportăm când vine vorba despre energie

- Psihologic
- Cultural
- Tehnic
- Economic
- Social

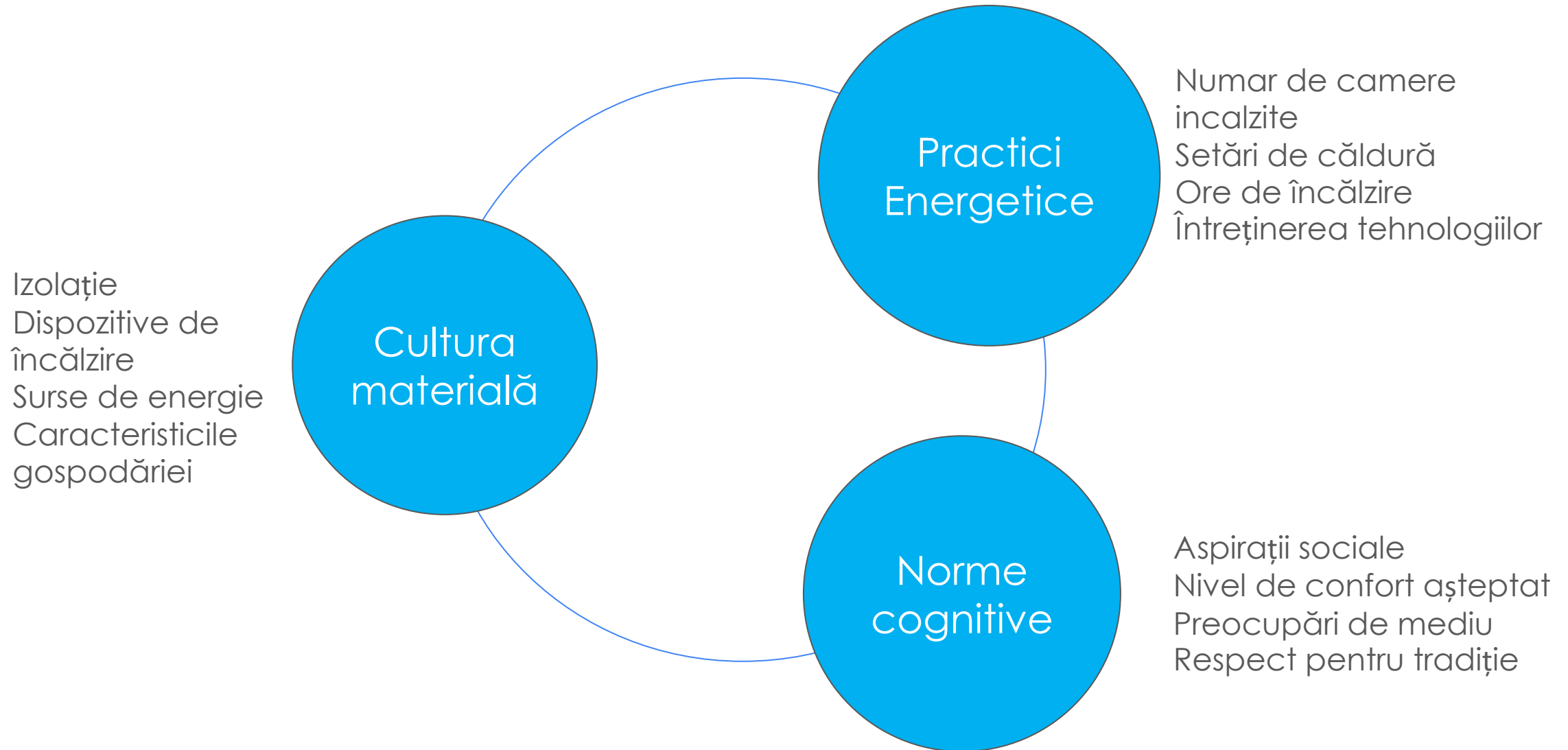


Aflați mai multe despre factorii comportamentali în renovări:

Training **RENOVERTY**

Comportamentul energetic și influențele culturale





PAUZĂ - 10min



Bariere și motivații în procesul de renovare a clădirilor

Structural

Comportamental

Fără nevoi

Politici și regulamente
fiscale
Accesul la capital

Caracteristici ale
locuinței
Suprafața, anul construirii,
compartimentare, locație,
performanță energetică

Caracteristici
socio-demografice
Vârstă, venit,
existența copiilor

Îngrijorări privind
mediul înconjurător
Separarea deșeurilor,
transportul public, ...

Percepția asupra
contextului energetic
Evitarea riscurilor

Facilitatori

Condițiile vieții
private

Declanșatori

Proces de luare a
deciziilor

Influențe

Rețele sociale

Surse de informații,
campanii de
conștientizare, media și
internet

Rețele
profesionale

Factori
socio-economici

Decizia de
a renova



Citește mai multe despre acestea [AICI](#)

2

Implicarea actorilor

**Au priorități diferite -
uneori chiar și
satisfacerea nevoilor
de bază este o luptă**





Normalizarea condițiilor proaste: cei săraci energetic nu sunt întotdeauna conștienți că modul în care trăiesc ar putea fi mai bun: mai sănătos, mai sigur, mai confortabil



CENTRAL & EASTERN EUROPEAN
SUSTAINABLE ENERGY NETWORK
·
CEESEN-BENDER

IMPLICAREA PĂRȚILOR INTERESATE

CHEIE:

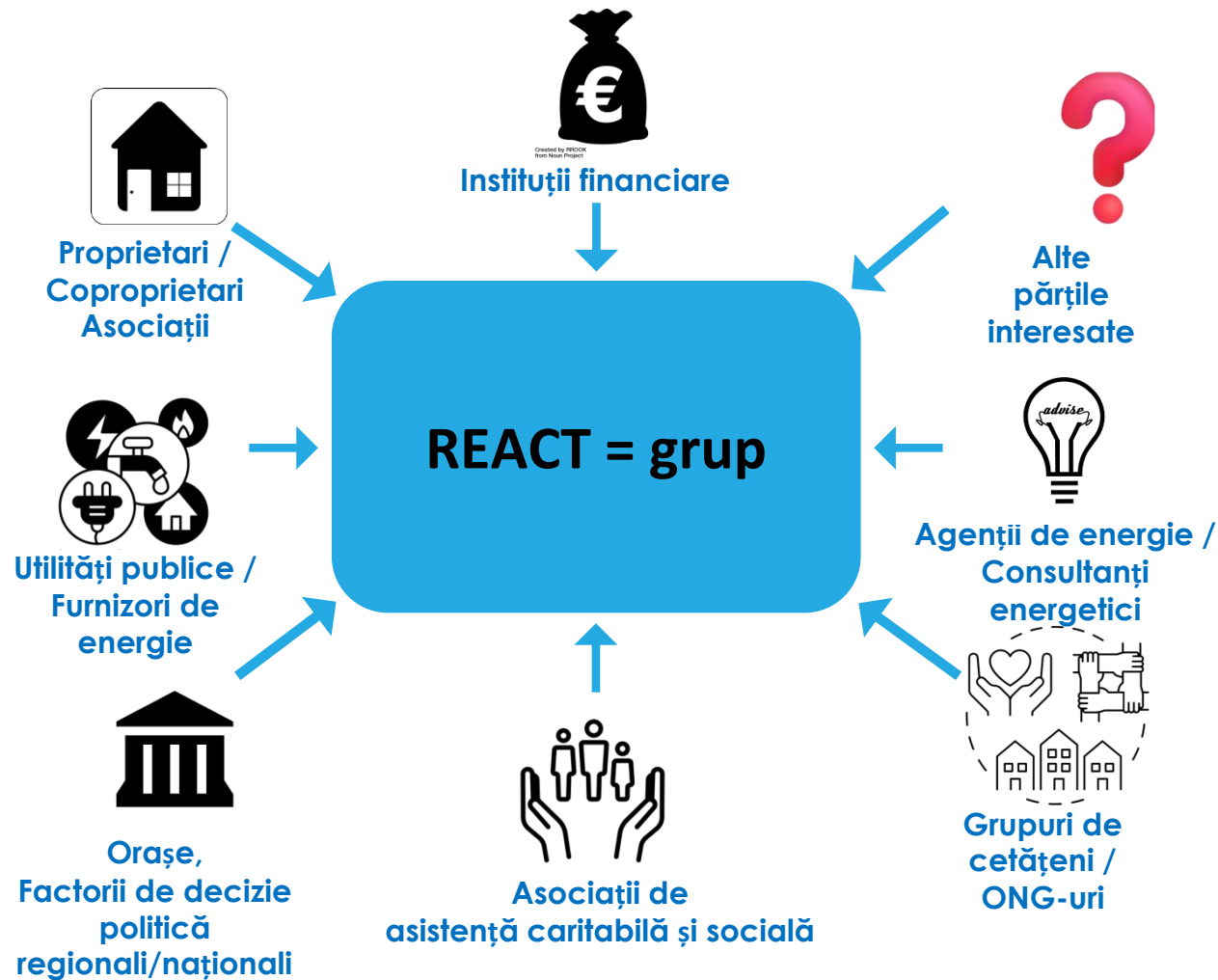
Metoda de co-creare



Co-funded by
the European Union



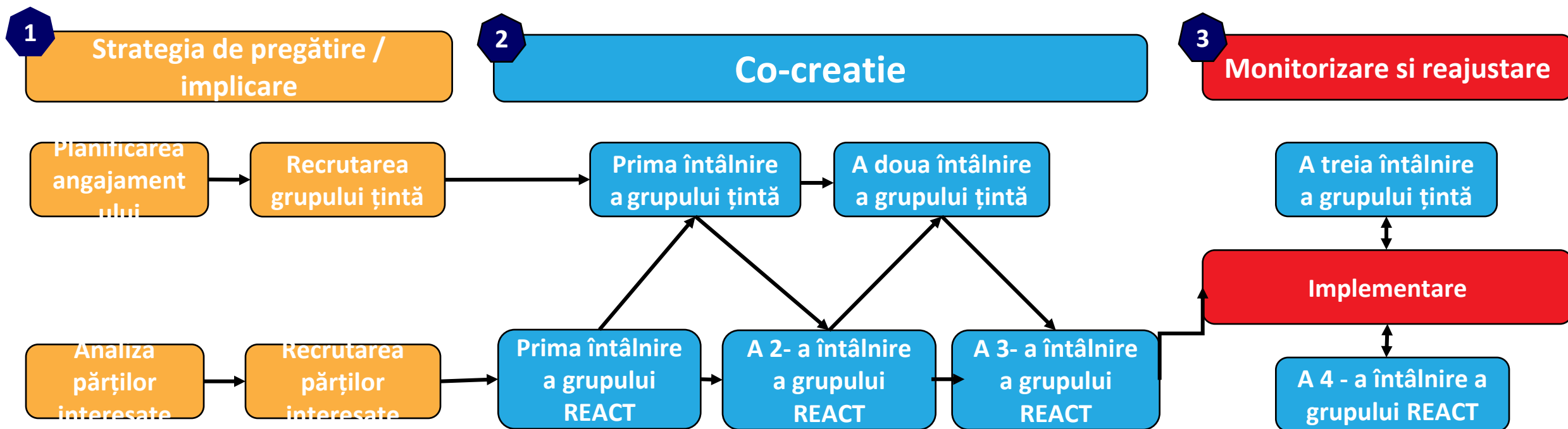
Co-crearea este un proces în care toate părțile interesate și grupurile țintă participă împreună la activități care au ca rezultat o soluție (fie o măsură de politică sau un plan de renovare) care este benefică pentru toate părțile participante.



Beneficiile co-creării

1. Utilizează diferite perspective și resurse ale părților interesate pentru a declanșa creativitatea și a permite soluții inovatoare;
2. Îndepărtează barierele organizaționale: invitați diverse departamente să reprezinte diverse perspective;
3. Include grupuri țintă pentru a se asigura că designul este adaptat nevoilor lor;
4. Crește legitimitatea în rândul grupurilor țintă și al altor părți interesate;
5. Facilitează colectarea datelor pentru monitorizarea impactului.

Șanse crescute pentru o implementare de succes



Cunoașteți-vă părțile interesate / Oamenii

Identificarea părților interesate relevante pentru procesul de co-creare este primul pas important. Această sarcină poate fi ghidată punând următoarele întrebări:

- Cine sunt potențialii beneficiari ai unei politici?
- Cine ar putea fi afectat negativ?
- Cine s-ar opune schimbării și ar mobiliza rezistență împotriva ei?
- Cine are ce drepturi și responsabilități?
- Cine are acces la resurse, abilități sau informații cheie relevante?
- Cine ar putea fi grupurile fără voce?
- Al cui comportament trebuie schimbat pentru succes?



Exercițiu de grup: Identificarea nevoilor grupurilor de părți interesate cu Personaje

- Înțelegeți grupul țintă: creați Personaje-utilizatori
- Rezidenți = grup divers, este posibil să aveți nevoie de mai multe personaje

Ce să includeți?

- Vârstă, sex, stare familială
- Nivelul veniturilor
- Atitudine și comportament
- Riscuri și factori motivatori

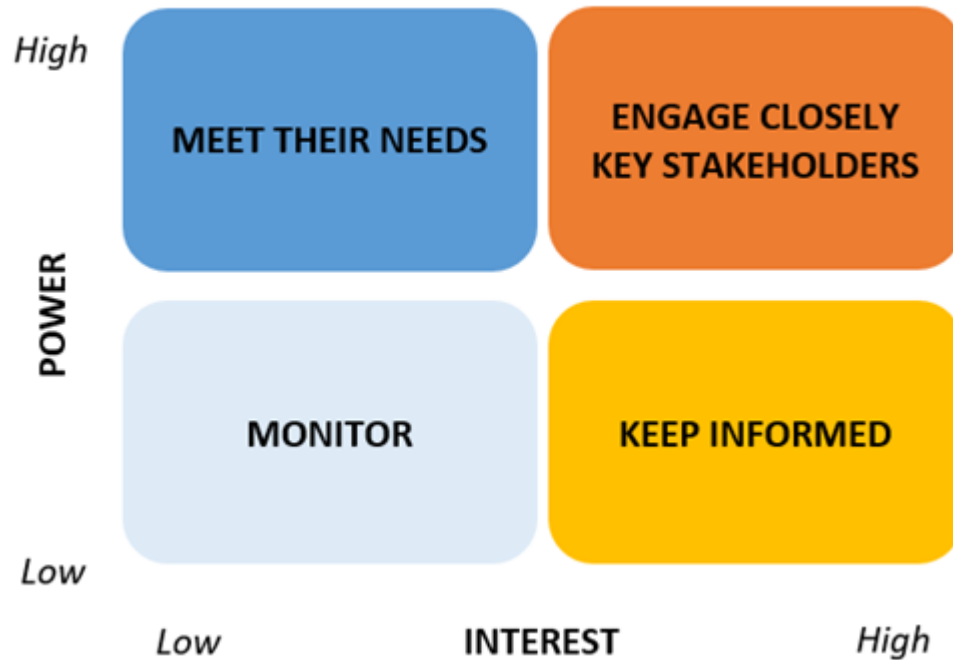
Întrebări cheie:

- Ce vor locuitorii?
- De ce au nevoie rezidenții?
- În ce condiții locuiesc locuitorii?
- Care sunt temerile și obstacolele lor?



[Persona editabilă: instrument Persona în format PPTX](#)

2 Implicarea actorilor



Analiza contextului privește proiectele, dar și actorii care au o legătură tematică directă sau indirectă cu proiectul de renovare.

Analiza contextului face posibil:

- Recunoașterea și utilizarea sinergiilor
- Învățarea din experiențele/greșelile altora
- Evitarea neînțelegerilor și dezacordurilor

Sfat de implementare: Atunci când analizați contextul, organizați un mic atelier cu colegii din administrație sau cu actori din afara administrației, precum reprezentanți ai organizațiilor de mediu.



Puteti găsi o listă de verificare pentru analiza contextului în Fisă!

CONTEXT ANALYSIS CHECKLIST



Renovation activities/ programmes/ targets



Regular events in building to be used for promotion



Renovation activities completed in the past in the neighbourhood



City/Authority departments to be informed



Examples of good practice for acquisition of funds (for vulnerable households)

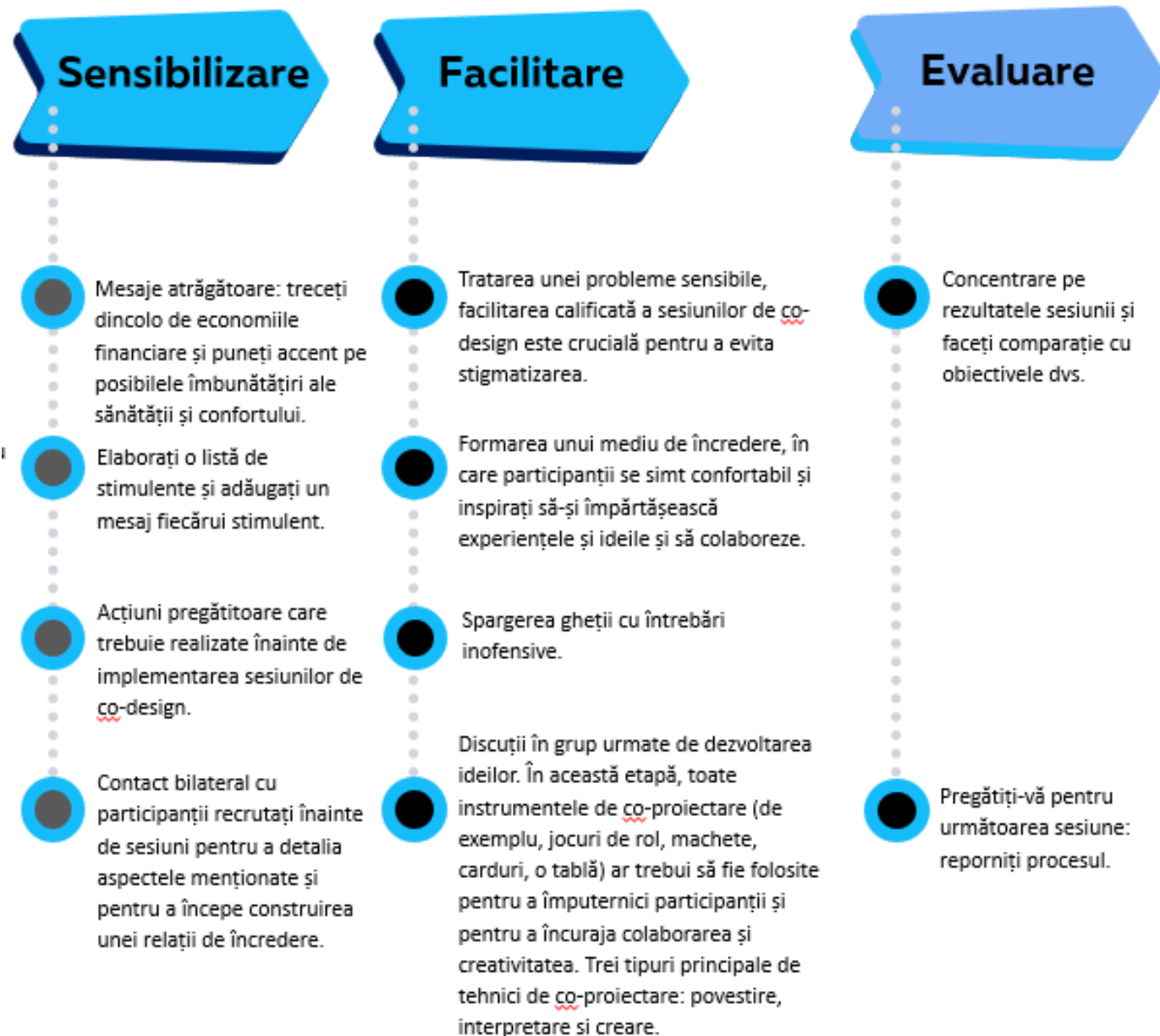


Is this my best effort?

Analiza contextului privește proiectele, dar și actorii care au o legătură tematică directă sau indirectă.

Barriers for engagement	Target group(s)	Possible strategies
Lack of trust	All; Ethnic minority tenants	Engagement via intermediary organisations, e.g., NGOs, etc. Privacy-sensitive design of engagement
Lack of time	All; Single parent tenants (mostly female)	Enable individually scheduled participation Ensure efficient implementation of engagement formats Use of digital formats
Lack of interest	All; Female tenants	Communication of benefits Focus on function/benefit rather than characteristics of technical solutions Provision of incentives
Low sense of self-efficacy	All; Tenants with unemployed family members	Transparent communication of co-creation approach (role of tenants as experts in their own realm)
Lack of resources	All; Single parent tenants	Implementation of engagement activities in spatial proximity Use of digital formats
Lack of ICT hardware or skills	All; Tenants with older family members	Reliance on offline formats Bilateral training on how to use tools
Language issues / low literacy	All; Ethnic minority tenants	Engagement via intermediary organisations Non-technical language Translation of material
Low visibility / low representation in citizen groups	All; Ethnic minority tenants	Active recruiting in specific areas based on e.g., building data, unemployment rates, proportion of migrants etc.





Strategia de implicare



- Ce este informația asimetrică? Cum o înțelegeți?
- Clădirile și energia sunt expertiza dvs. nu a proprietarului casei (de obicei)
 - Imaginați-vă când mergeți la medic pentru a vorbi despre sănătatea dvs. Doctorul pune diagnosticul și explică în latină problema. Cum v-ați simți?
- Influențează disponibilitatea de a plăti pentru renovare

O casă este văzută ca ceva plăcut

unde pot locui



Perspectiva locatarilor

Arhitecții, inginerii și experții
energetici interpretează și încearcă
să proiecteze casa ca un produs



Perspectiva autorităților



Prezentare: casă vs casă

2

Implicarea actorilor

Munca de comunicare poate „ajuta sau strica” procesul de co-creare.

"Cum pot ajuta?"

- Un proces bun de comunicare reduce problemele.
- Urmărirea acțiunilor de comunicare în formatul de co-creare oferă o mentalitate colaborativă.
- Activitățile de comunicare pot crește legitimitatea deciziilor, oferind transparență și proceduri bine explicate.
- Comunicarea bună economisește timp pentru echipă și pentru proprietari.

2 Implicarea actorilor

Rețele existente

Utilizați rețelele existente pentru a ajunge la toate părțile interesate relevante.



Comunicarea ca instrument de acceptare

Măsurile de comunicare pregătite pentru reacții de opoziție și acoperirea avantajelor ajută la reducerea barierelor în acceptare. Subliniați dezavantajele existente dacă este necesar.



Multe întâlniri

Întâlniri regulate și feedback bine pregătit pentru preocupările locuitorilor. Modificările legate de regulament ar trebui comunicate în timp util.



Alegeți canalul potrivit pentru nevoile grupului țintă

Alegeți-vă canalul ținând cont de nevoile grupului țintă. Concentrați-vă pe rezultatele pozitive, dar nu uitați de efectele secundare negative. Pregătiți instrumente și ghiduri de utilizare cu un limbaj și elemente vizuale simple. Conectați punctele în cazul proceselor mai complexe.



Stimulente potențiale și mesaje corespunzătoare:

- Șansa de a contribui cu punctul lor de vedere pentru a dezvolta soluții care adaugă valoare pentru ambele părți
- Eficiență energetică mai mare corespunde cu o valoare mai mare a proprietăților; șansa de a acorda credite mai mari
- Partajarea celor mai bune practici, servicii și produse
- Acces gratuit la informații și cunoștințe despre posibile soluții pentru a crea valoare suplimentară
- Acces la noi finanțări, sprijin financiar, granturi pentru modernizare
- Creșterea pregătirii pentru impactul schimbărilor climatice: căldură, frig, ploaie, tranziție la energie verde
- Sprijin pentru atingerea propriilor obiective de dezvoltare durabilă
- Îmbunătățirea profitabilității, acreditărilor de mediu și responsabilității sociale
- Acces la informații despre problemele legate de sărăcia energetică și discutare subiectelor și țăntelor specifice nevoilor
- Planul de renovare nu consideră proprietarii ca o problemă, ci ca parte a soluției

CARAVANA ENERGIEI



O campanie de consultanță energetică la nivel de cartiere, cu acceptare ridicată și rată mare de implementare cu creșterea numărului de programări pentru meseriași la nivel regional



ÎN LINII MARI

Caravana Energetică este o campanie municipală de consultanță energetică menită să crească rata de modernizare a sectorului de clădiri private. Rețeta succesului său constă în faptul că inversează abordarea standard a sfaturilor energetice.

Municipalitățile oferă cetățenilor dintr-un cartier selectat consiliere gratuită în domeniul energiei din partea unor consultanți neutri și calificați. Consultația are loc direct la proprietate și pe toate subiectele relevante pentru clădire.

Datorită abordării de cartier, Caravana Energetică este la fel de potrivită atât pentru localitățile cu mai puțin de 4.500 de locuitori cât și pentru municipiile mari.



FAPTE

Localizare: municipalități (Germania) în prezent în curs de extindere în alte țări europene

Zona de influență: municipalități mici sau mari, cu abordare raională/cartier

Cronologie: între 6 și 10 săptămâni + 4-5 săptămâni pentru organizație de către managerii de protecție a climei

Grup țintă: proprietari de locuințe, la nivel de cartier și municipiu



ÎN CIFRE

- Peste 100 de municipalități germane au folosit cu succes conceptul
- 25% cotă de consultanță
- Rată de implementare a măsurilor recomandate de 60%



REFERINȚE

<https://www.climatealliance.org/en/activities/campaigns-and-more/energy-caravan.html>



FRANCE RÉNOV



Un serviciu însoțit de o campanie de comunicare folosind diverse canale precum prezentări generaliste, site-uri web, videoclipuri scurte pe rețelele sociale și site-uri mobile. Videoclipurile au o structură povestită, locatarii împărtășindu-și experiențele despre gradul de confort al locuirii, oferind informații concrete despre costurile avute și subvențiile pe care le-au primit.

ÎN LINII MARI

France Rénov' este un serviciu public înființat în 2022 pentru a consilia și sprijini gospodăriile în proiectele lor de renovare energetică. Este condus de stat în colaborare cu autoritățile locale și gestionat de Agence Nationale de l'habitat (Anah).

Lansarea France Rénov a fost însoțită de o campanie de comunicare pe scară largă în 2022 și 2023, folosind o mare varietate de mijloace media pentru a ajunge la toate tipurile de public pentru a încuraja proprietarii de case să efectueze lucrări de renovare energetică de înaltă calitate.

Din 2024, France Rénov' merge cu o expoziție mobilă de două căsuțe minuscule din lemn pe roți, pentru a întâlni gospodăriile. Cu un tur grandios prin Franța la fiecare stație timp de două zile, vizitatorii vor putea descoperi o expoziție distractivă intitulată „La Maison de la rénovation” (Casa de renovare), prezentând beneficiile renovării, pașii principali care trebuie făcuți și granturile MaPrimeRénov' și MaPrimeAdapt'.

Vizitatorii se vor întâlni apoi cu consilierii France Rénov din zona lor la „Espace conseil” pentru a discuta ideile lor, pentru a afla despre principalele materiale folosite pentru a-și izola casele și pentru a-și lansa proiectul de renovare.

FAPTE

Format: Spoturi în presă ale campaniilor de comunicare, spoturi radio, videoclipuri pe rețelele sociale, materiale precum pungi de pâine și pungi de farmacie și site-uri demonstrative mobile sub forma unor case mici

Locație: Franța

Zona de influență: Sprijinită de o rețea de peste 570 de Espaces Conseil France Rénov' și peste 2.400 de consilieri

Cronologie: 11/09 - 17/12/2023

Grup țintă: proprietari-ocupanți, proprietari-chiriași, profesioniști și autorități locale

REFERINȚE

<https://france-renov.gouv.fr/>
<https://france-renov.gouv.fr/actualites/france-renov-part-en-tournee-pres-de-chez-vous>



RENOLUTION.BRUSSELS



O campanie pentru profesioniști și proprietari de clădiri publice



ÎN LINII MARI

În februarie 2023, a fost lansată prima campanie de comunicare RENOLUTION pentru profesioniștii în renovare precum arhitecți, antreprenori, dezvoltatori imobiliari și proprietari de clădiri publice.

Scopul campaniei este de a crește gradul de conștientizare privind renovările termice, printr-o abordare circulară și mai precis, prin a-i informa pe beneficiari cu privire la formarea, sprijinul și instrumentele disponibile în Regiunea capitalei Bruxelles.

Campania este mediatizată prin panouri publicitare la intrările în oraș, videoclipuri pe YouTube, LinkedIn, Instagram și Facebook și în reviste de specialitate din domeniul renovărilor în construcții.



FAPTE

Format: Strategia de renovare

Locație: Regiunea capitalei Bruxelles

Zona de influență: Regiunea capitalei Bruxelles

Cronologie: în curs de desfășurare

Grup țintă: proprietari-ocupanți, proprietari-chiriași, profesioniști și autorități locale



REFERINȚE

<https://renolution.brussels/fr/arc>

[hitectes](#)

<https://www.youtube.com/@renolution.brussels>



Renolution Brussels

@renolution.brussels - 36 Abonnenten - 71 Videos

RENOLUTION, c'est la stratégie régionale pour la rénovation des bâtiments de la Région

Abonnieren

Exercițiu: Prejudecățile proprietarilor cu privire la procesul de renovare

Sarcină: Gândiți-vă la părtinire și scepticism care împiedică părțile interesate să se implice în procesul de co-creare al renovării. Scrieți-le pe un post-it și lipiți-le pe flipchart.



- **Granturi guvernamentale:** În unele regiuni, agențiile guvernamentale oferă granturi pentru a sprijini anumite tipuri de renovări, în special cele axate pe eficiența energetică, conservarea istorică sau dezvoltarea comunității. Verificați cu autoritățile/instituțiile locale dacă există potențiale granturi;
- **Împrumuturi guvernamentale:** Diverse programe de împrumut susținute de guvern sunt concepute special pentru renovarea caselor. Aceste împrumuturi oferă adesea condiții favorabile și pot include atât costul achiziției casei, cât și cheltuielile de renovare.
- **Programe locale sau de stat:** Unele municipalități sau state oferă programe pentru a încuraja îmbunătățirea proprietății. Acestea pot include împrumuturi cu dobândă scăzută, granturi sau stimulente fiscale.
Programe de cercetare disponibile în locația dvs. specifică.

- **Vouchere pentru eficiență energetică** - (Vale Eficiência, Portugalia) destinate gospodăriilor sărace energetic. Un voucher individual este o sumă de bani care trebuie cheltuită de o gospodărie pentru măsuri de îmbunătățire a performanței energetice a unei locuințe.
- **Consultări și pachet financiar de pornire** - (Caritas-Stromsparcheck, Germania) consultarea gospodăriilor cu venituri mici pentru a identifica posibile măsuri de economisire a energiei. După consultare și vizită, gospodăriile primesc un „pachet de pornire” pentru măsuri de economisire a energiei
- **Fond rotativ** - (Municipiul Gent, Belgia). Sistemul de subvenții suplimentare transformat într-un fond rotativ. Oamenii pot accesa un împrumut substanțial pe termen lung cu rată scăzută de la oraș. Până la 30.000 de euro. Acest împrumut va avea ca scop calitatea locuințelor de bază, izolarea și investițiile în energie regenerabilă.



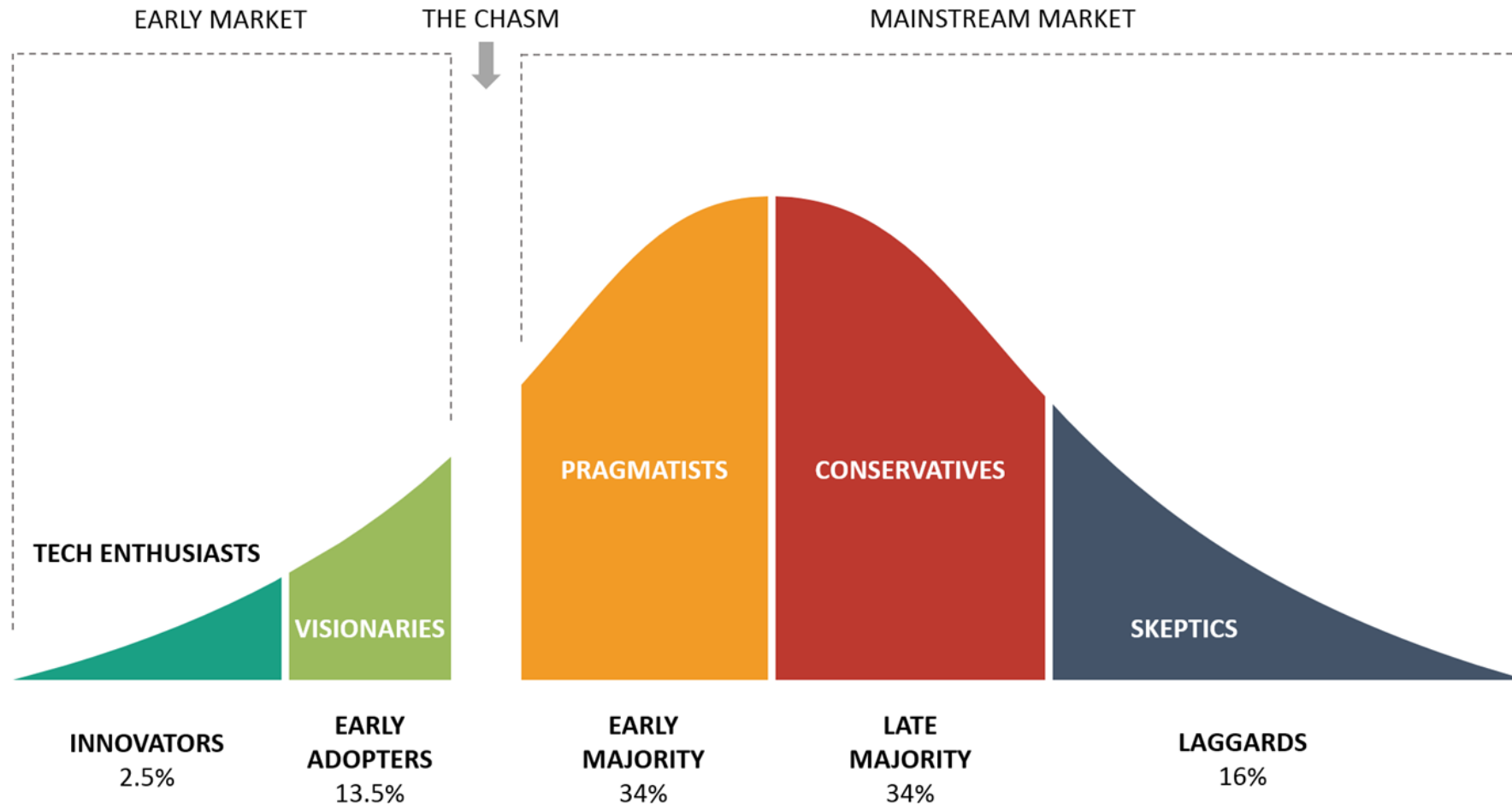
Created by Adrien Coquet
from Noun Project

Aflați mai multe [AICI](#) despre schemele financiare care sprijină grupurile vulnerabile ale populației

Construiți-vă propria bază de date pe opțiunile de sprijin financiar disponibile, găsiți prima inspirație [aici](#)

Consultați Slideshow-ul **RENOVERTY** despre tipuri de instrumente financiare din diferite țări pentru inspirație

Care este de fapt problema? Prejudecăți și scepticism



Aflați mai multe în prezentarea de diapozitive:
[părtiniri și scepticism](#)

Ce îi influențează pe oameni să se implice în schimbarea pe care o aduce procesul de renovare?



- **Avantaj relativ față de status quo** - de ex. ce voi primi dacă sunt de acord cu renovarea?
- **Compatibilitate cu situația existentă** - de ex. efectul unui standard mai ridicat de eficiență energetică
- **Complexitate** - de ex. dacă angajez un tâmplar care să îmi schimbe ferestrele într-o zi sau dacă sunt de acord să izolez întreaga casă în decurs de câteva luni și apoi să schimb și ferestrele...
- **Posibilitate de încercare** - de exemplu, nu pot testa înainte de a cumpăra (de ex cum pot face cu o mașină)
- **Observabilitate** - de exemplu, îl pot vedea undeva, astfel încât să fiu convins că este bun?

Exercițiu: Cum să abordați pragmatistii?

3 grupuri:

1. Segmentați
2. Construiți-vă o reputație puternică de persoană practică
3. Găsiți-vă gardienii

Segmentarea grupului: concentrați-vă pe atingerea grupului de nișă

Grup de persoane recunoscuți a fi practici: construiți o reputație puternică discutând modalități și factori

Grupul de gardieni : găsiți-vă gardienii și luați în considerare ce îi va determina să se implice

Exercițiu: Discuții cu grupurile sociale vulnerabile

Descrierea situatiei:

Experții în energie participă la una dintre întâlnirile proprietarilor de apartamente pentru a prezenta posibilitatea renovării clădirii multifamiliale. După ce expertul termină prezentarea, publicul sceptic începe să pună întrebări despre beneficiile renovării și despre procesul general. Grupul este îngrijorat de necesitatea renovării, de prețuri și oportunități de finanțare, de viitorul neclar și de procesul general complex de a nu ști când să înceapă, punând sub semnul întrebării beneficiile de mediu, economice și sociale.

Roluri:

- Expert în energie
- Observator
- Rezidenți



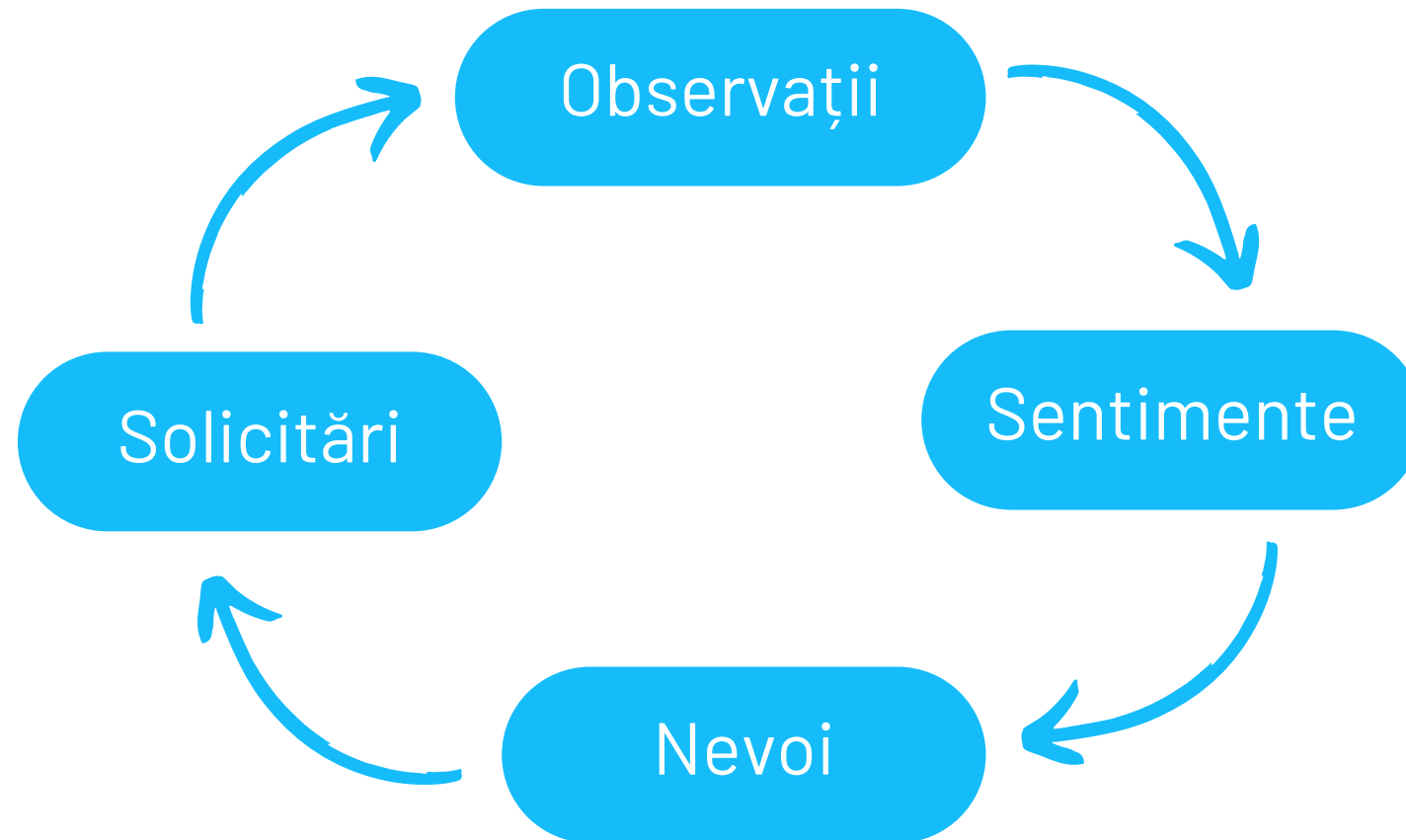
Folosiți cărțile pentru jocul de rol

- Participanții se pot simți presăți să participe.
- Fiți conștienți de ce impact poate avea asupra participanților participarea.
- Fiți precauți când întrebați despre experiențele potențial traumatice: frig, mucegai, condițiile periculoase ale clădirii.



Asigurați-vă că fiecare persoană știe că a fost ascultată și înțeleasă. Cum?

- Poziționați-vă în fața vorbitorului și aveți contact vizual,
- Monitorizați-vă expresiile faciale - vă dezvăluie emoțiile,
- Dați din cap, zâmbiți și faceți mici zgomote precum „da” și „uh huh”, pentru a arăta că ascultați și încurajați vorbitorul să continue,
- Nu întrerupeți vorbitorii
- Repetați oamenilor ceea ce tocmai v-au comunicat,
- Aveți grijă să nu aprobați sau dezaprobați din greșeală informațiile oferite,
- Puneți întrebări deschise: acest lucru demonstrează un interes pentru individ și circumstanțele sale.



Aflați mai multe în Slideshow : [Non-violent Communication](#)

Conflictul

Ciocnirea sau angajarea într-o confruntare între indivizi sau grupuri. Se caracterizează în general printr-o încălcare a păcii sau a înțelegerii între părțile implicate.

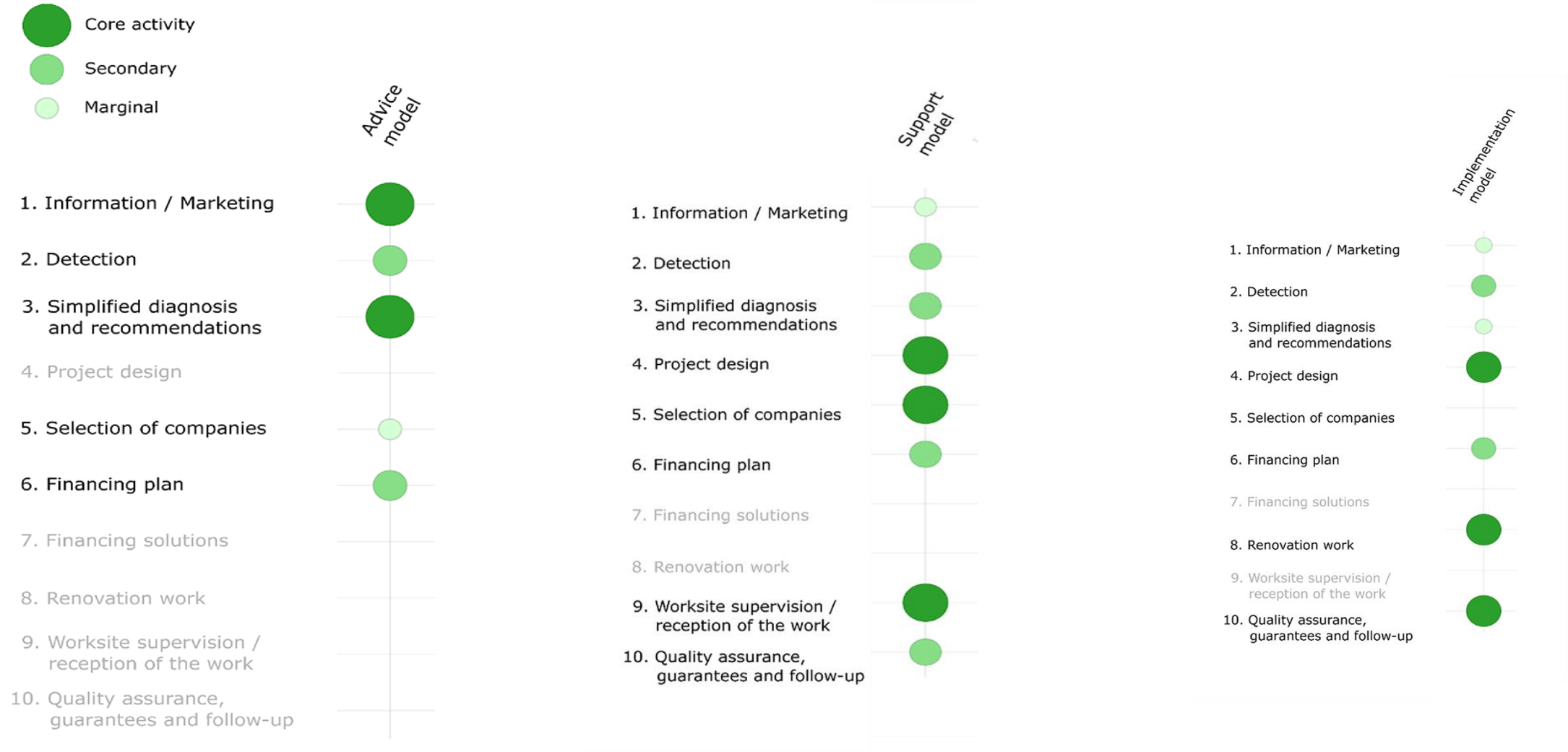
1. Identificați sursa conflictului;
2. Priveți dincolo de incident;
3. Solicitați soluții de la cei implicați;
4. Identificați soluții pe care cei implicați le pot susține;
5. Aduceți părțile în litigiu să cadă de acord cu soluția (soluțiile) prescrisă

Dinamica perturbată a grupului

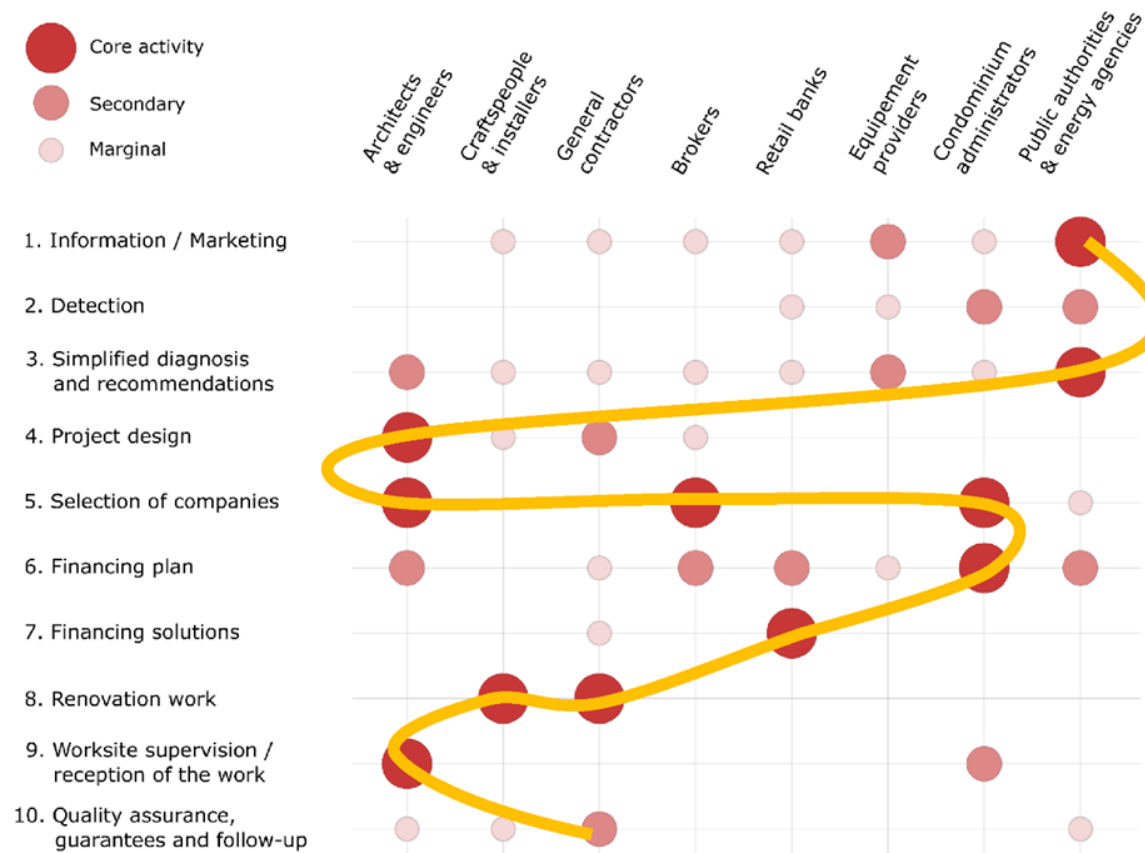
Unul sau mai mulți membri ai grupului întâmpină dificultăți în a urmări procesul cu grupul.

1. Identificați membrul
2. Solicitați membrului să descrie problema
3. Solicitați membrului să listeze informații de fundal
4. Solicitați membrului un scenariu în caz de nemanipulare
5. Cereți membrului să estimeze rezultatele preconizate
6. Cereți o viziune concretă de schimbare
7. Întrebați ce ar trebui să facă părțile implicate pentru a ajunge la viziune
8. Formulați rezultatele acțiunii cu părțile implicate
9. Formulați acțiuni alternative în cazul în care prima soluție nu funcționează
10. Verificați din nou cu membrul dacă acesta este din nou pe drumul cel bun.

One-Stop-Shops = Servicii integrate de renovare a casei



The windy journey of home energy renovation



Practici propuse: Ghișeuri unice (OSS) în practică - Amiestas și UE Peers



Vrei să afli mai multe despre OSS? Alătură-te comunității! Aflați mai multe: <https://www.eu-peers.eu/>

[Bune Practici: Campanii Municipale de Comunicare](#)

