

Persbericht

Encon start unieke sensibiliseringscampagne rond energiebesparing bij industrieel bedrijf EOC Actie start met kunstwerken van de kinderen van medewerkers

Oudenaarde/Evergem — **Afgelopen week startte bij het Oost-Vlaamse EOC, bekend als internationaal producent van onder meer latexen en compounds, een wel heel unieke sensibiliseringscampagne. De campagne motiveert alle medewerkers van het bedrijf om zoveel mogelijk energie te besparen. Ze doen dat met een heel bijzondere campagne waarin de kinderen van de medewerkers centraal staan.**

EOC doet al geruime tijd inspanningen om haar energieverbruik en de impact op de leefomgeving te verlagen. Ze doen dat onder andere door oude lichtinstallaties te vervangen door energiezuinige varianten en het productieproces, daar waar mogelijk, te optimaliseren. Toch zijn er nog extra besparingen mogelijk. Die kunnen niet worden gerealiseerd door machines te vervangen, maar door het gedrag van de medewerkers te veranderen. Speciaal daarvoor heeft energiestudiebureau Encon een nieuwe methodologie ontwikkeld. EOC is één van de eerste bedrijven om deze nieuwe methodologie ook in de praktijk toe te passen.

Guy Van Hecke, projectmanager van de campagne bij EOC, "De campagne die we voeren is geen algemene campagne die zich alleen maar toelegt op algemene boodschappen zoals "De laatste doet het licht uit". Encon heeft voor ons bekeken waar we, door ons gedrag aan te passen, energie kunnen besparen. Er zijn vele verrassende besparingen aan het licht gekomen. Zowel in de productie als in de kantoren.

En daar gaan we nu met zijn allen aan werken. We worden daarbij gemotiveerd en geïnformeerd door een ENO-sensibiliseringscampagne."

De campagne is genoemd naar een getekend kinderfiguurtje dat ENO heet. ENO staat voor "Energy-No", en zal de campagne leiden en herkenning geven. Kinderen, de volgende generatie, staat centraal in deze milieucampagne. Eind maart zorgden tientallen kinderen van EOC-werknemers tijdens een knutsel- en schildernamiddag in Oudenaarde al voor het campagnebeeld: een unieke wereldbol bestaande uit 16 verschillende delen. Daarnaast hebben de kinderen hun kijk op energie en een gezonde wereld gegeven via kunstwerkjes die nu behoren tot de unieke EOC-collectie.

Niet voor het bedrijf, niet voor jezelf maar voor de kinderen

Robin Bruninx, algemeen manager van Encon: "Met de campagne willen we duidelijk maken waarom het belangrijk is om die –vaak kleine– gedragsveranderingen te doen. Ze sparen energie, en daardoor ons klimaat. En onze kinderen zijn de beste reden waarom we deze inspanningen zouden doen."

Guy Van Hecke: "Dit is voor ons een belangrijk signaal naar medewerkers en klanten. Wij deden reeds meerdere investeringen voor een beter leefmilieu. Maar door met alle medewerkers nu ook ons gedrag aan te passen gaan we nog een stap verder. Nieuw is ook dat Encon de campagne

inhoudelijk onderbouwt. We organiseren niet zomaar lukraak acties uit het boekje, maar werken gericht op die punten waar we vaak met kleine gedragswijzigingen aantoonbare en meetbare resultaten kunnen boeken.”

Kijk hier naar de film:

<http://vimeo.com/channels/encon>

<http://vimeo.com/97708011>

Over Encon

Encon is een Belgisch energiestudiebureau, gespecialiseerd in energiebesparingsprojecten en hernieuwbare energieproductie voor bedrijven. Encon is actief in heel Europa en werkt voor bedrijven zoals Bombardier, Bayer, Ikea, Vaessen Industries, Heinz, Het bedrijf heeft vestigingen in België en een zusterbedrijf in Nederland.