



Nota de Prensa

CNI, aplaude la campaña de comunicación masiva anunciada por el Gobierno y demandada en reiteradas ocasiones por CNI

- El Ministerio activa la propuesta de **CNI** de liderar una campaña de comunicación masiva al ciudadano para impulsar la rehabilitación.
- **CNI** pide al Ministerio una campaña MUY VISUAL y CLARA, con mensajes cortos y directos.
- **CNI** participará en la coordinación de la campaña desde el Observatorio 2030.



Madrid, 25 de noviembre de 2022

El Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (MITMA) ha comenzado los trabajos de preparación de una campaña de comunicación masiva con la intención de acelerar el proceso de rehabilitación en España. El objetivo de la campaña es como le propuso **CNI**, crear mensajes claros y directos para incentivar al ciudadano en la rehabilitación. **CNI** se muestra enormemente satisfecha con este anuncio que recoge esta petición reiterada por nuestra Confederación en repetidas ocasiones a varios Ministerios. *“En una reunión sobre eficiencia energética con la Secretaría de Estado de Energía del MITECO el pasado 19 de julio, insistimos en la importancia de llegar al usuario final con una campaña de comunicación masiva muy visual, con lenguaje accesible, mensajes cortos y directos y liderada por la Administración. El 2 de septiembre en una nueva reunión con esta Secretaría sobre el Plan de Contingencia, volvimos a insistir en ello y lo reflejamos por escrito en un informe de propuestas”*, afirma Luis Nevares, Presidente de **CNI**.

El MITMA, ha planteado el reto de coordinar esta campaña de comunicación masiva al “Observatorio 2030” coordinado por el Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España (CSCAE) e integrado por numerosas organizaciones como **CNI** que colabora activamente en varios grupos de trabajo del mismo.

Desconocimiento y desconfianza del ciudadano

CNI ha explicado al Ministerio que existe una dispersión importante de información y no es fácil para el profesional y menos aún para un usuario, conocer a fondo las subvenciones disponibles, cómo le podrían afectar y su tramitación (documentos, dónde presentar, cómo, tiempo en recibir la subvención, plazo de amortización de la inversión, etc.). *“Los usuarios finales, ciudadanos, viven en otro nivel, sus familias, su trabajo, su economía, sus amigos, su casa, su coche. Se interesan por los problemas económicos que les afectan, como el precio de la electricidad, la gasolina, la cesta de la compra. La información sobre todos estos asuntos le llegan mayoritariamente por los medios de comunicación habituales (televisión, radio, redes sociales)”*, afirma Blanca Gómez, Directora de **CNI**.

Los asociados de **CNI**, empresas instaladoras, han podido verificar gracias a su estrecha relación con el usuario final, que el ciudadano no tiene especial interés en conocer las subvenciones para rehabilitar su casa porque no lo considera prioritario, representa para él un gasto importante de dinero en tiempos de incertidumbre y desconoce las mejores opciones y forma de llegar a ellas. Tampoco ha oído en los medios de comunicación ninguna información a nivel oficial, sólo anuncios de empresas que ofertan su producto. A eso habría que añadir la desconfianza en las subvenciones por temor a que la gestión sea larga, complicada y el pago se dilate obligándole a adelantar los fondos. No hay confianza.

AHORA O NUNCA

CNI ya está colaborando en esta campaña a través del Observatorio 2030 aportando sus consejos y comentarios al primer análisis para definir la estrategia de la campaña, basado en los datos del informe **Claves de sostenibilidad para acelerar el proceso de rehabilitación de viviendas en España**, y las estrategias de la **Guía Ciudadana de impulso a la rehabilitación**, elaborados por el Observatorio.

que tiene como ejes de articulación la relación entre la rehabilitación, la salud y el retorno de la inversión a través del ahorro energético y la revalorización patrimonial.

“Es muy importante que todos colaboremos para que la tasa de rehabilitación constante anual se mantenga en el 3,5% y alcanzar así los objetivos de Descarbonización marcados para España en 2050. Para ello tenemos que explicar y convencer al ciudadano de que el momento es ahora, aprovechando los Fondos Next Generation, porque ellos van a ser los grandes beneficiados”, recuerda Luis.

CNI asegura que esta es una ocasión clave para cambiar el lugar que España ocupa en Europa en cuanto a la cultura ciudadana de la rehabilitación y mantenimiento de edificios. *“Tenemos que ser capaces todo el sector de forma coordinada, de impulsar unidos la rehabilitación de nuestros edificios liderados por la Administración. El usuario debe captar y asimilar con esta campaña masiva, los beneficios que conlleva una construcción o rehabilitación sostenible y eficiente unida a un correcto mantenimiento, para aumentar el valor del inmueble y mejorar la salud y confort de sus habitantes”*, finaliza Blanca.

La Confederación Nacional de Instaladores, C N I,

se creó en el año 1973 y representa a más de 4.000 empresas instaladoras en toda España que dan trabajo a 25.000 personas. Su trabajo abarca todo tipo de instalaciones de un edificio, climatización, refrigeración, fontanería, electricidad, protección contra incendios, etc. Participamos en numerosos grupos de trabajo y proyectos tanto en España como en Europa. Mantenemos una posición totalmente imparcial con respecto a fabricantes y otros grupos de interés, y nuestra finalidad es potenciar el ahorro, eficiencia energética y uso de energías renovables en las instalaciones con el máximo respeto al medio ambiente, así como impulsar una formación técnica de la máxima calidad para los instaladores y una correcta y adecuada información al usuario final. www.cni-instaladores.com / [@CniInstalad](https://twitter.com/CniInstalad)

Para más información:

Almudena Valdés t. + 34 914 112 410 / prensa@cni-instaladores.com