Comunicazione della Commissione europea “Sicurezza dell'approvvigionamento e prezzi dell'energia accessibili: opzioni per misure immediate e in vista del prossimo inverno” n. COM(2022) 138 definitivo

Audizione di Staffetta Quotidiana

10A COMMISSIONE INDUSTRIA COMMERCIO TURISMO DEL SENATO

13 LUGLIO 2022

Staffetta Quotidiana nasce il 31 maggio 1933 con il nome di Rivista italiana del petrolio.

Inizialmente pubblicata con periodicità mensile, diventa settimanale nel 1935 con il nome di Staffetta di informazioni petrolifere.

Nel 1952 diventa bisettimanale e nel 1955 trisettimanale.

Nel 1973 la pubblicazione diviene quotidiana e prende il nome di Staffetta quotidiana petrolifera.

Nel 1995 diventa Staffetta Quotidiana.

Il ruolo dell'informazione e della comunicazione nell'emergenza (e non solo)

- Campagne di sensibilizzazione
  - Risparmio, consapevolezza, partecipazione
  - Affrontare la crisi ma anche la transizione

- Pubblicità dei dati
  - Disponibilità di numeri in tempo reale su prezzi, consumi, produzione, flussi, per gli specialisti e per gli utenti finali

Non è la prima volta

Anno 98 - N. 272 - L. 90 (Arretrato L. 180) — Milano, Venerdì 23 novembre 1973 - L. 90

CORRIERE DELLA SERA

PREZZI DI VENDITA ALL'ESTERO

Australia	Cents 50	Egitto	Pt. 12	Inghilterra	p. 12	Malta	6c7	Sudan	Pt. 9
Austria	Sc. 7	Etiopia	D.E. 0,80	Iran	Rials 30	Messico	Pesos 7	Svezia	Kr. 1,75
Belgio	F.B. 12	Finlandia	Fmk 1.25	Jugoslavia	Din. 4,50	Norvegia	Kr. 2	Svizzera	Fr. 1
Brasile	Crs. 5	Francia	F. 1,30	Libano	P.L. 110	Olanda	Fl. 1	Svizzera Tic.	Fr. 0,90
Canada	Cents 50	Germania	DM. 1	Libia	Pts. 12	Portogallo	Esc. 8	Turchia	L.T. 5
Danimarca	Kr. 2	Grecia	Dr. 10	Lussemburgo	F.B. 12	Spagna	Pts. 18	USA	Cents 50
						Sud Africa	R. 0,40	Venezuela	Bs. 1,75

Redazione - Amministrazione - Tipografia: 20100 Milano - Via Solferino 28
Pubblicità - Abbon.: 20100 Milano - Via Solferino 28 e via S. P. all'Orto 6/8 - Direz. Pubbl.: via Solferino 36
Telefono: da Milano 63.39; intercomunale (02) 665.941 - Ind. telegr. CORSERA - telex 31031 c/c post. 3/533

TARIFFE DELLE INSERZIONI PER L'ITALIA
(IVA 12 % in più)

Pubblicità Commerciale.	L. 1.000	per mm. colonna	Necrologie	L. 1.000 per parola
Idem, in posizione prestab.	L. 1.200		Adesioni al lutto	L. 1.500
Idem, in edizione domenic.	L. 1.200		(in abbinata al Corriere d'Informazione)	
Richieste e offerte personale	L. 1.200		Antiquariato, Viaggi, Gallerie, etc. L. 1.200 mm / col.	
Finanziari, legali, sentenze	L. 1.500		Piccola Pubblicità: vedere pagine interne	

*PREZZI D'ABBONAMENTO QUOTIDIANI		ANNO	SEM.
Italia	Corriere della Sera	L. 23.700	L. 12.400
	Corriere con edizione lunedì	» 27.500	» 14.400
	Corriere d'informazione	» 23.700	» 12.400
Estero (1)	Corriere della Sera	» 35.700	» 18.400
	Corriere con edizione lunedì	» 41.000	» 21.150
	Corriere d'informazione	» 35.700	» 18.400

* Salvo conguaglio in caso di aumento di prezzo
(1) Sped. per posta ordinaria - Sped. abb. post. gr. 1/70

PREZZI D'ABBONAMENTO ANNUALE PERIODICI	ITALIA	ESTERO (1)
Domenica del Corriere	L. 8.600	L. 12.600
Corriere dei Ragazzi		
senza dono	» 8.600	» 10.600
Corriere dei Ragazzi con dono	» 10.400	
Amica	» 10.700	» 18.300
Corriere dei Piccoli	» 6.300	» 7.900

IL GOVERNO HA SCELTO LA «LINEA DURA» NEL VARARE I PROVVEDIMENTI PER LA CRISI ENERGETICA

Vietato circolare in auto nei giorni festivi
Chiuderanno prima Tv, bar e uffici pubblici

Le misure in vigore dal primo dicembre - Il Consiglio dei ministri ha reso esecutive le decisioni prese in un vertice presieduto da Rumor

Sacrifici inevitabili

In sedici punti il «codice dell'austerità»

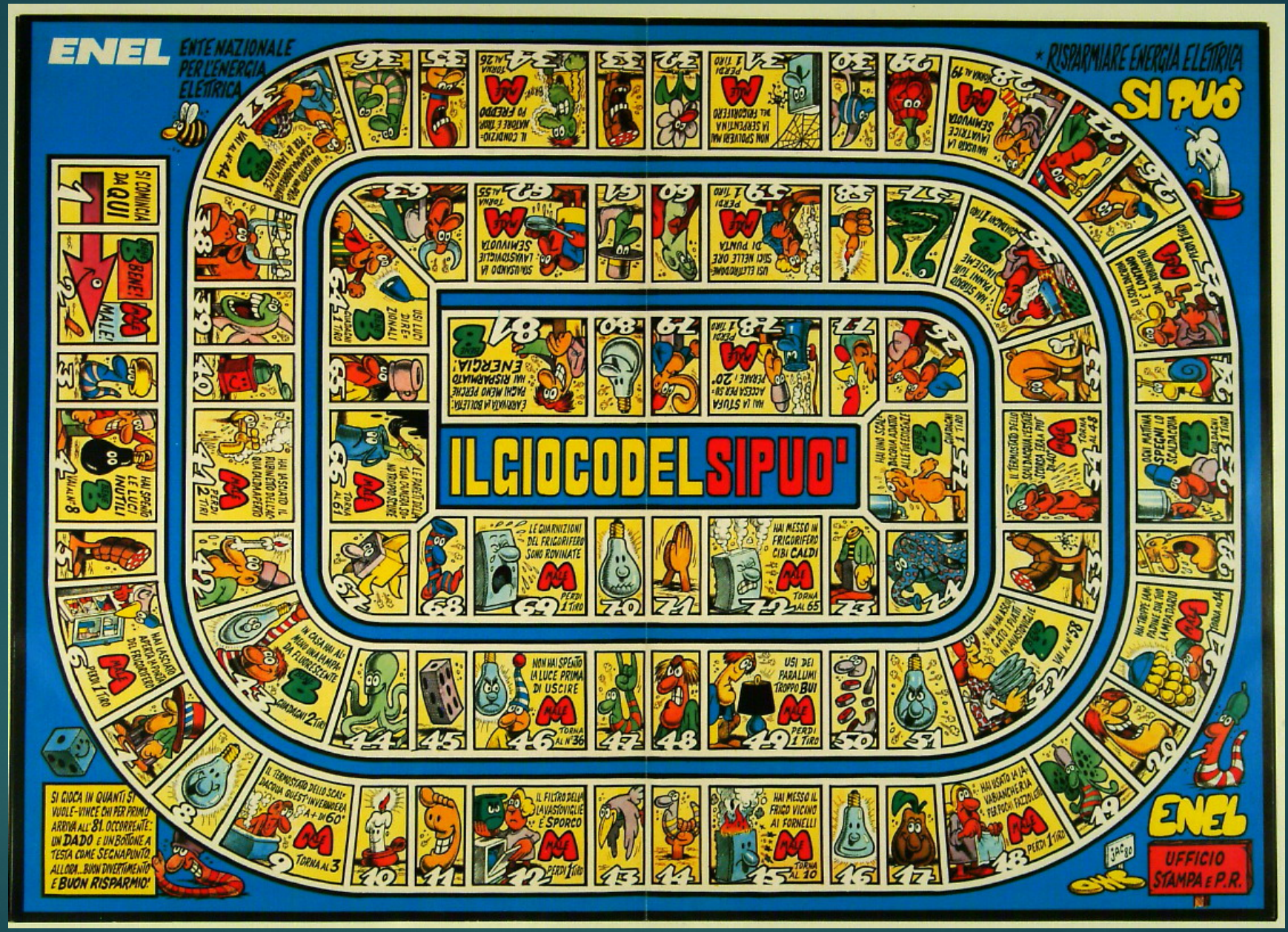
Cambia la nostra vita

La crisi del petrolio fa - come dimostrano le mor-

Staffetta Quotidiana

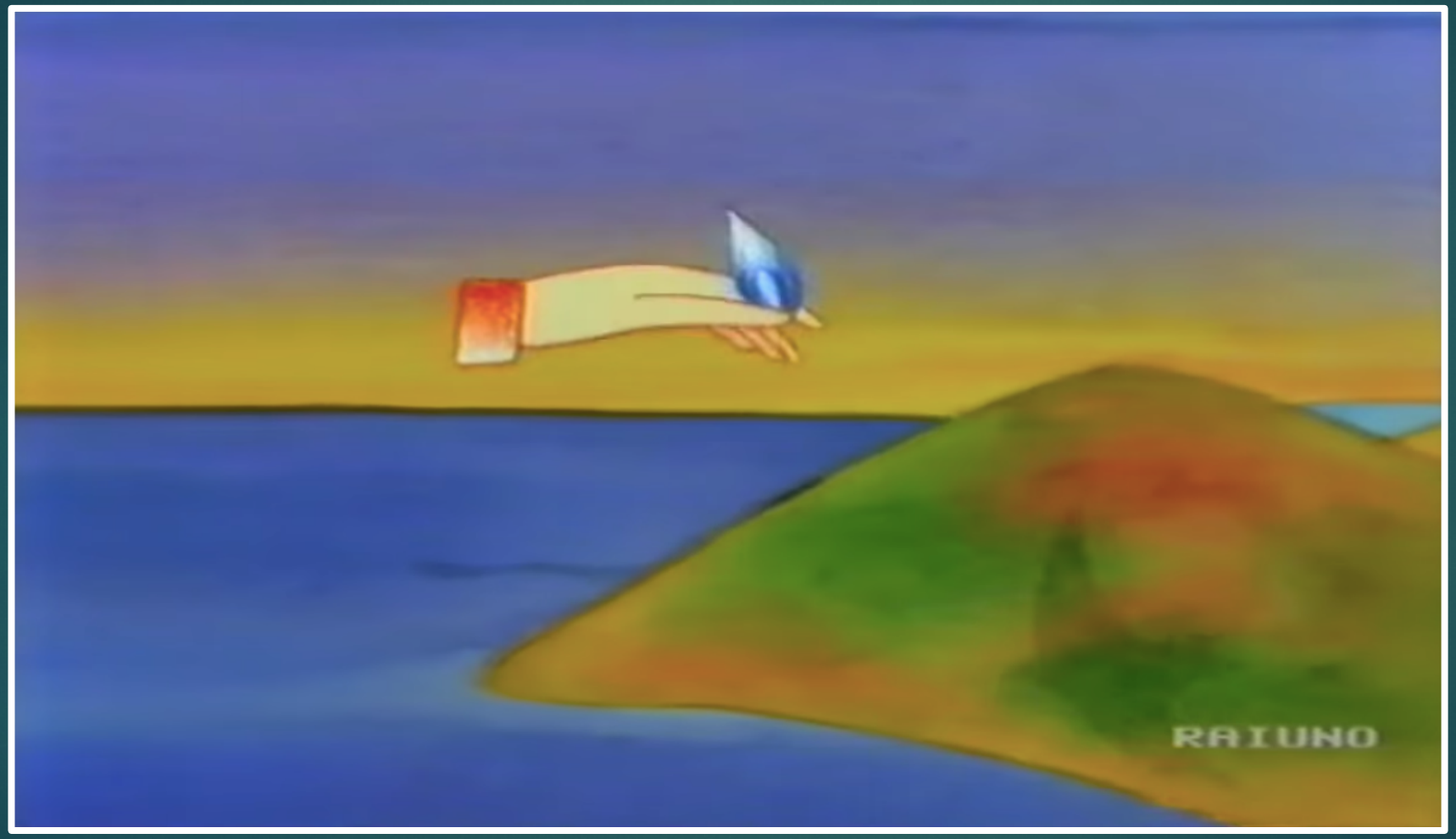
La campagna in Germania

ITALIA 1980



Staffetta Quotidiana

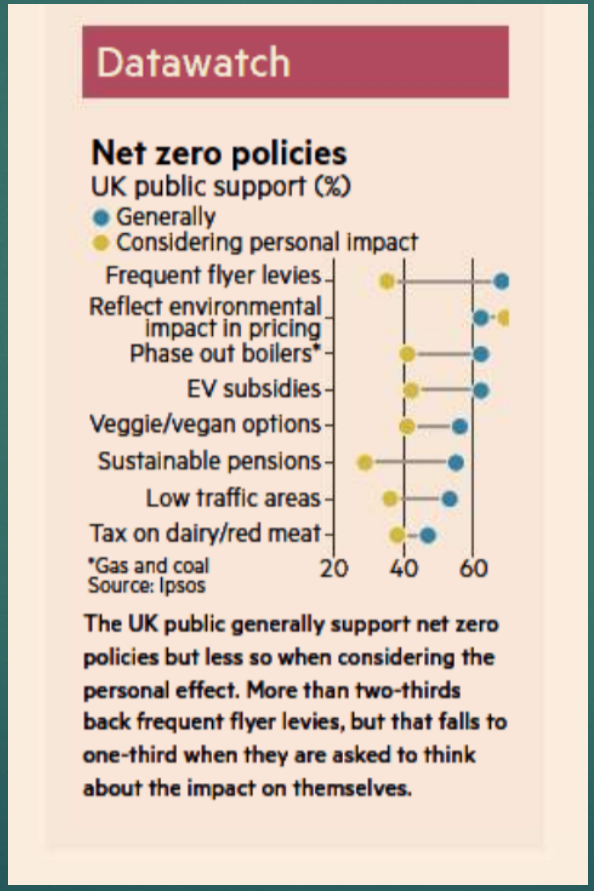
ITALIA 1991



Staffetta Quotidiana

Crisi e transizione: il ruolo centrale della partecipazione

Sobrietà, attenzione, responsabilità collettiva, buona volontà, spirito di collaborazione



Ma anche consapevolezza del costo dell'energia, della transizione e di cosa significa per noi tutti

Spiegare il cambio di paradigma

Proposte

- Una campagna di informazione/sensibilizzazione sul risparmio
- Una campagna sul cambio di paradigma della transizione
- Disseminazione di informazioni e soluzioni tecnologiche per la consapevolezza sui consumi
- Monitoraggio costante e in tempo reale (big data) su produzione, consumi, flussi e prezzi dell'energia (non solo nelle emergenze)