svizzeraenergia

«Solarparty»: i vicini di casa presentano il proprio impianto fotovoltaico

Una persona che possiede un proprio impianto fotovoltaico invita il vicinato, mostra loro l'impianto e racconta la propria esperienza. Uno specialista neutrale risponde inoltre alle domande tecniche.

L'idea

Il vostro Comune desidera aumentare la produzione di elettricità solare sui tetti privati. Esistono già incentivi finanziari e offerte informative, ma molti proprietari immobiliari continuano a rimandare la decisione. Quando si tratta di una tecnologia destinata a durare nel tempo e che richiede spiegazioni, le persone si affidano alle esperienze di chi conoscono e di cui si fidano: chi vede un impianto nel proprio vicinato è più propenso a installarne uno. È su questo principio che si basa l'aperitivo solare, come nudge («spinta gentile»): una persona con un proprio impianto fotovoltaico invita vicine e vicini a casa sua, mostra l'impianto e racconta la propria esperienza in merito alla progettazione, ai costi, alla produzione di elettricità e alla gestione quotidiana. Una figura professionale indipendente risponde alle domande tecniche. Il Comune organizza o sostiene l'evento. La partecipazione è volontaria e non vengono raccomandati prodotti o aziende specifiche.

In sintesi

Grado di applicazione	■■■■■	Iniziativa già realizzata più volte in Svizzera e consolidata a livello internazionale.
Efficacia	■■■□□	L'efficacia è stimata da media a elevata, ma non è ancora stata dimostrata sistematicamente in Svizzera. Sono documentati i dati di partecipazione, ma non gli effetti sul numero di impianti effettivamente installati.
Costi materiali **Costi interni**	■■□□□ ■■□□□	Circa CHF 1500–2500 per evento, per inviti e spese postali, aperitivo e accompagnamento tecnico. Da 15 a 25 ore di lavoro circa per evento. In caso di più eventi, l'impegno aumenta soprattutto per la ricerca e il coordinamento delle persone ospitanti.
Durata	■■□□□	Poche settimane per preparare un aperitivo solare. Per arrivare all'installazione effettiva occorrono generalmente diversi mesi.
Sensibilità politica	■□□□□	Partecipazione volontaria e senza impegno, senza pressioni commerciali. È fondamentale garantire la neutralità concorrenziale: l'evento non deve trasformarsi in una piattaforma promozionale per singole aziende installatrici.

Destinatari: proprietari di immobili privati, in particolare di case unifamiliari e bifamiliari.

È un'iniziativa adatta al nostro Comune?

Se rispondete affermativamente alla maggior parte delle seguenti domande, vale la pena approfondire la possibilità di attuare l'iniziativa:

- Il vostro Comune ha definito obiettivi di sviluppo del solare, ad esempio nell'ambito di una strategia energetica o climatica, di una pianificazione energetica o in quanto Città dell'energia?
- Sono presenti quartieri con numerose case monofamiliari e bifamiliari private e superfici di tetto idonee?
- In questi quartieri esistono già alcuni impianti i cui proprietari potrebbero essere disponibili a ospitare l'evento?
- È possibile coinvolgere una figura professionale indipendente, ad esempio attraverso un servizio di consulenza energetica cantonale o regionale?
- Potete offrire ai partecipanti un passo successivo semplice e concreto, ad esempio una consulenza orientativa gratuita?

Quali vantaggi per il vostro Comune?

- **Testimonianze credibili dal quartiere:** l'esperienza diretta di una persona che possiede un immobile simile a quello dei partecipanti risulta più convincente di qualsiasi opuscolo.
- **Maggiore efficacia delle offerte esistenti:** l'aperitivo solare indirizza gli interessati direttamente alla consulenza energetica e ai passi successivi.
- **Effetti oltre l'evento:** gli articoli dei media locali portano il messaggio ben oltre la cerchia dei partecipanti.
- **Un formato trasferibile:** l'approccio può essere applicato anche alle pompe di calore o agli impianti fotovoltaici da balcone.

Comune piccolo con poco personale?

Il Comune non deve necessariamente occuparsi di tutto. L'organizzazione può essere affidata anche ad associazioni di quartiere o locali, iniziative energetiche e climatiche del territorio oppure servizi di consulenza energetica. Esistono già modelli, esempi di inviti e manuali per le persone ospitanti, come quelli sviluppati nell'ambito del progetto tedesco «packsdrauf». Il Comune può figurare come promotore autorevole dell'iniziativa e valutare la possibilità di organizzare eventi congiunti con i Comuni limitrofi.

In breve

Invitiamo, insieme a una proprietaria o a un proprietario di un immobile del quartiere, i vicini a un «Solarparty». Il programma comprende la visita di un impianto esistente, una testimonianza e lo scambio con una figura professionale indipendente. Rileviamo quanti partecipanti prenotano in seguito una consulenza e decidiamo se organizzare altri incontri.

Esperienze pratiche

Studi e una prima indagine svizzera indicano un contributo nettamente positivo dei Solarpartys alla decisione di installare un impianto solare. Questo approccio è particolarmente indicato per suscitare interesse, ridurre le incertezze e incoraggiare le persone a passare da una semplice riflessione a verifiche concrete. Il numero di partecipanti è documentato: all'aperitivo solare di Lenzburgo (2023) hanno partecipato 17 persone interessate. Non sono invece ancora disponibili dati sugli effetti in termini di impianti effettivamente installati.

- **Applicazioni conosciute in Svizzera (stato al 01.09.2026):** tra le altre Lenzburgo AG (servizio ambiente), Muri BE (Energiewende Muri-Gümli-gen), Horw LU (dipartimento costruzioni, natura e ambiente) e Unterseen BE (Energiewendegenossenschaft Interlaken). Non sono finora note applicazioni nella Svizzera romanda e in Ticino.

Guida all'attuazione: «Solarparty»

Perché l'aperitivo solare funziona

Un evento collettivo può ridurre i seguenti ostacoli:

Ostacolo	Descrizione
Tendenza a mantenere lo status quo «Non c'è fretta.»	Si tende a mantenere la situazione esistente finché non emerge una necessità immediata di intervenire.
Avversione alla complessità «È troppo complicato per me.»	L'installazione di un impianto fotovoltaico appare impegnativa dal punto di vista tecnico e organizzativo.
Incertezza sui benefici personali «Ne vale davvero la pena per la mia casa?»	Resa e redditività per il proprio immobile sono difficili da valutare.
Mancanza di tempo/ attenzione «Al momento non ho tempo di occuparmene.»	Anche quando esiste un interesse di fondo, si continua a rimandare l'approfondimento del tema.
Mancanza di conferme sociali «Non conosco nessuno che l'abbia fatto.»	Mancano esperienze dirette di persone che possiedono un edificio simile o che vivono nello stesso quartiere.

L'efficacia non deriva dalla sola trasmissione di informazioni, ma dalla combinazione di diversi elementi: vedere un impianto reale, poter fare domande a una persona con esperienza diretta, chiarire le questioni tecniche e chiarire poi quali sono i passi successivi. Il contatto sociale trasforma una possibilità astratta in una soluzione concreta, già adottata e riconosciuta nel proprio contesto sociale.

Cinque principi di progettazione:

- **Norme sociali e confronto sociale:** «Altri nel mio vicinato lo hanno già fatto.»
- **Ridurre la complessità:** le domande possono essere poste direttamente ai padroni di casa e agli specialisti, ricevendo indicazioni concrete sui passi successivi.
- **Esempio e influenza tra pari:** una persona con un immobile simile racconta la propria esperienza, risultando più credibile di qualsiasi opuscolo.
- **Rafforzare l'autoefficacia:** la visita di un impianto reale rende la tecnologia tangibile e accessibile, riducendo gli ostacoli percepiti all'azione.
- **Visibilità:** un impianto visibile non viene più percepito solo come infrastruttura tecnica, ma come una soluzione concretamente realizzabile.

Svolgimento dell'evento: si è dimostrato efficace uno svolgimento semplice di circa due ore che comprende: saluto del Comune o dell'ente promotore, testimonianza dei padroni di casa, presentazione tecnica e sessione di domande con una persona esperta di energia solare, la visita all'impianto e un aperitivo per favorire lo scambio personale.

Esempio di messaggio per l'invito: «Pronti per il vostro impianto solare? Scoprite i consigli di chi lo ha già installato nel vostro quartiere».

Mittente, linguaggio e immagini: il Comune può svolgere il ruolo di promotore autorevole, mentre sono soprattutto le persone ospitanti e gli esperti indipendenti a convincere i partecipanti attraverso le loro testimonianze. La comunicazione è semplice, positiva e legata al territorio: al centro ci sono impianti reali e persone reali anziché una tecnica astratta. Messaggi come «Anche il vostro tetto può produrre elettricità solare» o «Scoprite come funziona l'impianto dei vostri vicini» rendono immediatamente evidente il legame con il contesto locale. Brevi video dei «Solarpartys» si prestano bene ai canali comunali e ai social media. Il consenso delle persone filmate va ottenuto in anticipo.

Un passo successivo semplice: già durante l'evento deve essere possibile intraprendere un'azione concreta, ad esempio prenotare una consulenza orientativa gratuita, compilare un modulo d'iscrizione oppure aderire a un'iniziativa di acquisto collettivo. Ostacoli supplementari possono ridurre la probabilità che i partecipanti compiano il passo successivo.

Come procedere



Possibile procedura in dettaglio:
Le fasi indicate valgono indipendentemente da chi se ne occupa: il Comune, un'associazione di quartiere, un'iniziativa energetica locale oppure un servizio di consulenza energetica.

1. **Definire l'obiettivo e l'ente promotore:** fissare l'obiettivo, ad esempio un determinato numero di partecipanti o di consulenze prenotate, e decidere se il Comune è organizzatore, cofinanziatore o semplice intermediario.
2. **Scegliere il quartiere:** identificare zone con molte case unifamiliari e bifamiliari private, superfici del tetto idonee e alcuni impianti fotovoltaici già esistenti.
3. **Individuare i padroni di casa:** contattare possibili interessati attraverso reti e contatti locali esistenti oppure mediante comunicazioni mirate alle economie domestiche che possiedono già un impianto fotovoltaico. Le persone ospitanti non devono necessariamente disporre di competenze tecniche: ciò che conta è la loro esperienza e la disponibilità a condividerla apertamente.
4. **Garantire l'accompagnamento tecnico:** coinvolgere uno specialista senza interessi commerciali propri o un'ambasciatrice solare, ad esempio tramite la consulenza energetica cantonale o regionale. Definire anticipatamente la ripartizione dei compiti tra testimonianza personale e consulenza tecnica.
5. **Preparare invito e iscrizione:** elaborare e distribuire gli inviti, ad esempio mediante un invio postale indirizzato alle case monofamiliari e bifamiliari della zona selezionata. Predisporre le modalità di iscrizione e adeguare il numero di partecipanti alla capacità di accoglienza delle persone ospitanti.
6. **Svolgere l'evento:** prevedere la testimonianza personale, una parte tecnica, la visita all'impianto e un aperitivo. Mettere a disposizione informazioni sui passi successivi.
7. **Favorire i passi successivi:** offrire già durante l'evento la possibilità di prenotare una consulenza orientativa, compilare un modulo d'iscrizione oppure aderire a un'iniziativa collettiva, raccogliendo direttamente le manifestazioni d'interesse.
8. **Valutare i risultati:** rilevare il numero di partecipanti, le consulenze prenotate e i risultati di un breve sondaggio. A medio termine, verificare le ulteriori iniziative intraprese dai partecipanti (cfr. «Misurare l'efficacia»).

Responsabilità: definite fin dall'inizio chi è responsabile di ciascuna fase.

Risorse necessarie e durata

Personale: circa 15–25 ore di lavoro interno per evento, destinate all'organizzazione, alla selezione e al contatto delle persone ospitanti, alla comunicazione e al coordinamento. In caso di una serie di eventi, l'impegno aumenta soprattutto per la ricerca e il coordinamento di persone disponibili a ospitarli.

Budget: circa CHF 1500–2500 per evento, comprensivi di inviti e spese postali (ad esempio per un invio indirizzato alle case monofamiliari e bifamiliari), aperitivo e onorario per l'accompagnamento tecnico. Il riutilizzo di materiali di comunicazione esistenti permette di ridurre sensibilmente il lavoro di preparazione grafica.

Durata: per la preparazione di un singolo aperitivo solare vanno previste poche settimane. È inoltre necessario considerare che gli effetti dell'iniziativa si manifestano su un periodo più lungo: tra l'evento, la progettazione e l'effettiva installazione di un impianto trascorrono generalmente diversi mesi. Il sondaggio di verifica dovrebbe quindi essere svolto successivamente.

Aspetti giuridici, appalti e collaborazione

Neutralità concorrenziale: è un punto centrale del formato. Un aperitivo solare non deve diventare una piattaforma di vendita per singoli installatori. Rinunciate a ditte come coorganizzatrici e a offerte durante l'evento. Se si vogliono coinvolgere ditte locali, invitate tutte quelle attive sul territorio comunale alle stesse condizioni. L'accompagnamento tecnico è affidato a specialisti neutrali senza interessi di vendita diretti.

Protezione dei dati nella ricerca dei padroni di casa: il contatto tramite conoscenze esistenti e reti locali non pone problemi. Se si vuole scrivere in modo mirato alle economie domestiche con un impianto esistente, va chiarita la base dei dati. Le informazioni delle aziende elettriche sono soggette a vincoli legati alle finalità per cui sono state raccolte e non possono essere utilizzate automaticamente per una campagna. I dati dei proprietari nel registro fondiario possono, pur essendo consultabili singolarmente, non possono necessariamente essere raccolti e utilizzati per un'iniziativa di questo tipo. Verificate preventivamente la liceità del trattamento dei dati con l'autorità comunale o cantonale competente in materia di protezione dei dati (vedi anche FAQ).

Sicurezza durante l'evento: le visite sui tetti non fanno parte di un aperitivo solare. L'impianto viene mostrato da terra. Chiarite inoltre la copertura

assicurativa per l'evento e per i padroni di casa che mettono a disposizione locali e giardini privati.

Diritti d'immagine e della personalità: le fotografie e video dell'evento possono essere utilizzati soltanto con il consenso esplicito delle persone ritratte. Raccogliete le autorizzazioni sul posto e verificate i diritti d'utilizzo prima di riutilizzare immagini provenienti da articoli o servizi dei media.

Collaborazione con l'azienda elettrica: l'azienda elettrica può fornire informazioni affidabili sull'allacciamento alla rete, sulla remunerazione dell'elettricità immessa e sulle tempistiche, integrando così l'accompagnamento tecnico. Concordate preventivamente contenuti e ruoli, in modo da garantire la neutralità dell'evento.

Appalti pubblici: prima di affidare incarichi a terzi, ad esempio per l'accompagnamento tecnico o la realizzazione grafica degli inviti, verificate le soglie previste dalla normativa cantonale sugli appalti pubblici. Collaborazione: tra i possibili partner figurano associazioni locali e di quartiere, iniziative energetiche e climatiche del territorio, associazioni del settore solare, servizi di consulenza energetica e privati interessati a ospitare l'evento. La presenza di una figura professionale indipendente aumenta la credibilità dell'iniziativa. Valutate inoltre la possibilità di organizzare eventi congiunti con i Comuni limitrofi.

Criticità ricorrenti

- **Difficoltà nel trovare persone ospitanti:** senza persone motivate e disponibili, l'evento non può essere organizzato. È uno dei principali fattori limitanti: prevedete quindi tempo sufficiente e contattate più persone.
- **Troppo pochi ospiti:** un invito personale nel quartiere è spesso più efficace di un appello generico. Sfruttate reti locali e associazioni di quartiere per ampliare la diffusione dell'iniziativa.
- **Interessi commerciali:** quando una singola azienda assume un ruolo predominante, la credibilità del Comune come promotore neutrale può risultare compromessa.
- **Mancanza di un accompagnamento tecnico neutrale:** senza risposte tecniche restano aperte questioni centrali, e la sola testimonianza non è sufficiente.
- **Assenza di un passo successivo concreto:** se al termine dell'aperitivo non viene offerta alcuna possibilità di proseguire, l'efficacia dell'evento può diminuire. Il passo successivo dovrebbe poter essere intrapreso già durante l'incontro.
- **Questioni relative alla protezione dei dati chiarite troppo tardi:** l'ammissibilità dell'utilizzo dei dati per individuare le persone ospitanti deve avvenire all'inizio del progetto e non poco prima dell'invio degli inviti.
- **Rischi per la sicurezza durante l'evento:** le visite sui tetti comportano rischi e non devono far parte di un aperitivo solare.
- **Autoselezione dei partecipanti:** i «Solarpartys» raggiungono soprattutto persone già interessate. Per coinvolgere anche chi è meno propenso ad adottare questa soluzione, è necessario ricorrere ad associazioni di quartiere e ad altri soggetti che possano facilitare il contatto con la popolazione.
- **Portata ridotta per evento:** con 10–20 partecipanti, gli effetti rimangono circoscritti. Per raggiungere un pubblico più ampio, prevedete una serie di incontri.

Misurare l'efficacia

Indicatori immediati sono la partecipazione all'aperitivo solare e la successiva prenotazione di una consulenza. A lungo termine, l'indicatore principale è l'effettiva installazione di un impianto fotovoltaico. La valutazione dovrebbe considerare tutte le fasi del percorso:

- **Portata dell'iniziativa:** numero di persone invitate e di partecipanti effettivi. Per ogni evento, un obiettivo di 10–20 partecipanti si è dimostrato adeguato. Vanno inoltre rilevati il tasso di partecipazione e il numero di persone iscritte che non si sono presentate.
- **Prime reazioni:** numero di persone che in seguito ricorrono a una consulenza energetica o a una prima consulenza approfondita, nonché richieste relative agli incentivi.
- **Realizzazione concreta:** offerte richieste, domande di costruzione o notifiche presentate e nuovi impianti installati, nella misura in cui i dati sono disponibili.
- **Riscontri qualitativi:** breve sondaggio tra i partecipanti sugli ostacoli percepiti, sulla credibilità dei padroni di casa, sulla comprensibilità delle informazioni e sull'influenza dell'evento sulla propensione a prendere una decisione.

L'efficacia deve essere monitorata su un periodo prolungato, poiché tra aperitivo solare, pianificazione e installazione effettiva possono passare diversi mesi. Verificate preventivamente la disponibilità dei dati necessari per valutare l'ultima fase: le informazioni delle aziende elettriche possono essere ottenute soltanto sulla base di un accordo che preveda analisi aggregate. In alternativa si possono utilizzare i dati del registro pubblico degli impianti di produzione di elettricità di Pronovo SA e dell'Ufficio federale dell'energia, consultabile tramite geo.admin.ch.

A differenza delle campagne di invio di lettere, in questo caso è più difficile costituire un gruppo di

controllo selezionato casualmente, poiché la partecipazione è volontaria e coinvolge quindi persone già interessate. Possibili alternative sono il confronto tra quartieri in cui vengono organizzati gli aperitivi solari e quartieri in cui non vengono proposti, oppure l'utilizzo delle persone in lista d'attesa come gruppo di confronto. Entrambe le modalità devono essere definite e documentate prima dell'attuazione.

Importante: un numero ridotto di partecipanti non rappresenta necessariamente un insuccesso, ma costituisce comunque un risultato utile. Definite preventivamente le soglie in base alle quali l'iniziativa dovrà essere adattata, ripetuta oppure interrotta (vedi lista di controllo).

Strumenti per l'attuazione

Modello d'invito personalizzabile
Lista di controllo per l'attuazione
FAQ

Esempi pratici

- Lenzburgo AG (servizio ambiente)
- Muri BE (Energiewende Muri-Gümligen)
- Horw LU (dipartimento costruzioni, natura e ambiente)
- Unterseen BE (Energiewendegenossenschaft Interlaken)

Informazioni specialistiche

- **Evidenze sull'efficacia:** «Wirkung von Solarpartys», Hecher et al. (2026), Environmental Research: Energy, vol. 3.
- **Concetto e materiali esistenti:** «packsdrauf – Solarinfos von und für Nachbarn», con materiali scaricabili (modelli d'invito, manuale per le persone ospitanti e progetto degli ambasciatori dell'energia solare). Panoramica disponibile presso il Solarenergie-Förderverein Deutschland.
- **Applicazione alle pompe di calore:** «Wärmepumpen-Botschafter-Offensive» (offensiva degli ambasciatori delle pompe di calore, Germania)

