Două treimi dintre consumatorii de energie nu sunt dispuși să investească mai mult timp și bani în sustenabilitate

- **65% dintre consumatorii de energie știu cum să înceapă să facă alegeri sustenabile în domeniul energiei, dar 70% au declarat că nu doresc să investească mai mult timp sau mai mulți bani în acest sens**
- **Consumatorii nu percep beneficiile propriilor eforturi, în condițiile în care sistemul este deficitar în materie de accesibilitate a prețurilor, acces și atractivitate**
- **Companiile din energie ar putea elimina decalajul dintre interesul consumatorilor prin implicarea și mobilizarea fiecărui participant din piață**

Acțiunile întreprinse de consumatori vor fi un factor critic pentru succesul tranziției energetice. Deși consumatorii de energie sunt mai interesați ca niciodată de sustenabilitate și de potențialul unui viitor energetic verde, 70% au declarat că nu doresc să investească mai mult timp sau mai mulți bani pentru a întreprinde demersuri în acest sens. Oboseala începe să se instaleze în rândul consumatorilor, ceea ce afectează încrederea și provoacă stagnare, potrivit concluziilor din studiul EY *Energy transition consumer insights*.

Mihai Drăghici, Partener, Consultanță, EY România: *„Ne aflăm într-un moment crucial al tranziției energetice, în care acțiunile consumatorilor sunt determinante pentru succesul nostru. În ciuda interesului tot mai mare pentru sustenabilitate, oboseala consumatorilor încetinește*

progresul. Furnizorii de energie trebuie să reducă decalajul dintre interesul consumatorilor și acțiune, oferind sprijin și soluții. Împreună, putem să ne exercităm rolul în România și să accelerăm către un viitor energetic mai echitabil, mai verde și mai bun”.

Consumatorii își pierd încrederea în „cei trei A” ai energiei

Într-un interval de trei ani, EY a chestionat 100.000 de consumatori casnici de energie din 21 de piețe, iar cele mai recente date arată că aceștia sunt mai puțin optimiști decât în urmă cu un an în ceea ce privește viitorul lor energetic. Mulți spun că sistemul energetic pur și simplu nu performează sub cele trei aspecte fundamentale ale interacțiunii cu acesta: accesibilitatea prețurilor, accesul la energie și atractivitate. Numai 30% dintre consumatori sunt optimiști că energia pe care o utilizează va rămâne accesibilă ca preț și 72% au declarat că nu pot face față unei majorări cu 10% a facturilor. Mai mult, cu toate că 26% dintre consumatori au o bună înțelegere a unor termeni precum energie regenerabilă și sustenabilitate, acest procent nu a crescut în ultimii trei ani.

Rezultatele studiului mai arată că există o mare diversitate în rândul consumatorilor și că aceștia sunt adeseori iraționali, fiind motivați de o gamă largă de valori în privința energiei. Crearea „atractivității” înseamnă înțelegerea motivațiilor complicate ale comportamentului uman. 77% dintre respondenți doresc ca furnizorul lor de energie să ofere opțiuni de furnizare a energiei la costuri mici împreună cu produse și servicii premium. În plus, 67% doresc soluții energetice personalizate și 18% dintre consumatori ar adopta produse și servicii noi, dacă ar fi mai ușor să le achiziționeze și să le pună în funcțiune.