

## EY Energy Consumer Confidence Index: Diminuarea încrederii consumatorilor ar putea întârzia tranziția energetică

**Tranziția energetică este în plină desfășurare, însă convingerea consumatorilor este încă incertă în privința beneficiilor acesteia, iar această încredere fragilă a lor poate bloca progresul realizat, potrivit noului indice EY care măsoară nivelul de încredere al consumatorilor de energie - Energy Consumer Confidence Index (ECCI).**

Modelat pe baza unor indicatori consacrați ai încrederii consumatorilor, ECCI se bazează pe un sondaj realizat de EY în rândul a 36.000 de consumatori rezidențiali de energie din 18 țări, pentru a înțelege încrederea acestora, în prezent și peste trei ani, în funcție de cinci factori: stabilitatea activității furnizorilor de energie; valoarea creată de furnizori pentru consumatori și comunitatea lor; capacitatea de a avea acces la opțiuni de energie curată; accesul la energie la prețuri accesibile și sprijinul autorităților de reglementare sau al guvernului pentru o tranziție energetică corectă și echitabilă.

Rezultatele au evidențiat câteva constatări îngrijorătoare: consumatorii au dificultăți în a vedea beneficiile tranziției energetice în prezent și nu sunt încrezători că lucrurile se vor îmbunătăți în viitor, relevă datele sondajului EY, dat joi publicității.

"EY a elaborat acest indice pentru a măsura gradul de încredere a consumatorilor în ceea ce privește situația lor energetică, piața energiei și viitorul tranziției energetice. Tranziția energetică necesită modificări ale stilului de viață, ale locuințelor și ale vehiculelor consumatorilor. În prezent, multe țări se află pe o tendință de scădere a încrederii, deoarece consumatorii se află încă în primele etape de înțelegere a impactului tranziției asupra vieții lor de zi cu zi, asupra acțiunilor și investițiilor lor", susține Mihai Draghici, director, consultanță, EY România.

**Pentru a înțelege mai bine impactul tranziției energetice asupra încrederii consumatorilor, EY a comparat ECCI cu indicele de tranziție energetică al Forumului Economic Mondial, care evaluează țările în funcție de 38 de indicatori ai progresului tranziției energetice. Constatările arată o corelație interesantă între progresele înregistrate de anumite țări în tranziția energetică și încrederea consumatorilor de energie.**

Pe măsură ce o piață avansează în tranziția energetică, încrederea consumatorilor crește mai întâi, reflectând un sentiment pozitiv cu privire la posibilitățile viitorului, apoi scade brusc. Se pare că, pe măsură ce amploarea, complexitatea și perturbările asociate acestei tranziții trec de la teorie la realitate, impactul este resimțit de consumatori.

Indicele constată, de asemenea, o legătură între încrederea consumatorilor, accesibilitate și prețuri rezonabile. De exemplu, consumatorii cu venituri mai mici au o încredere mai scăzută, ceea ce poate reflecta sentimentul de a nu avea acces la noile soluții energetice sau de a nu-și permite să le cumpere. Este vorba de alternative cum ar fi energia solară captată prin panourile de pe acoperișuri, stocarea bateriilor la domiciliu și vehiculele electrice.

Până în prezent, concentrarea asupra consumatorilor cu venituri ridicate ca primii care adoptă aceste soluții a făcut ca persoanele cu venituri mai mici să aibă mai multe dificultăți în a participa la tranziția energetică și să vadă beneficiile acesteia.

**Conform EY, anumite țări au reușit să evite legătura dintre progresul tranziției energetice și încrederea scăzută a consumatorului.** În Franța, o combinație între un anumit mod de abordare a pieței, intervenția guvernamentală și producția de energie nucleară a contribuit la crearea unei structuri de piață previzibile și stabile. În Țările de Jos, implicarea proactivă a comunității și colaborarea largă în întreaga societate au dat

consumatorilor încredere în capacitatea lor de a avea acces la energie sigura și la preturi accesibile în viitor. În mod similar, Suedia se distinge ca lider datorită noilor proiecte energetice care asigură costuri mai mici ale energiei, noi locuri de muncă și creșterea veniturilor fiscale pentru comunitățile locale.

"Aceste exemple demonstrează importanța luării în calcul a din timp a consumatorilor în evaluarea tranziției energetice, precum și necesitatea ca guvernul și autoritățile de reglementare să creeze o bază previzibilă și stabilă pentru experiența energetică. În comparație, în Regatul Unit consumatorii au dus greul volatilității din piață, al creșterilor semnificative de preturi și al falimentului furnizorilor de energie și încrederea a scăzut. Între timp, în SUA, tranziția energetică se află încă într-un stadiu incipient, iar încrederea consumatorilor este relativ ridicată. Cu toate acestea, pe măsură ce investițiile cresc și politicile se îmbunătățesc, menținerea încrederii consumatorilor trebuie să fie o prioritate, altfel ambițiile privind energia curată pot fi puse în pericol", spun consultanții.

**Succesul tranziției energetice depinde de recâștigarea încrederii consumatorilor acum - și va fi nevoie de un efort concertat transsectorial și interguvernamental. Toți actorii din ecosistemul energetic trebuie să colaboreze pentru a le oferi consumatorilor experiența energetică pe care și-o doresc.**

EY a identificat patru acțiuni-cheie care pot încuraja și sprijini consumatorii să facă schimbări de comportament și investiții care vor accelera călătoria către un viitor energetic mai bun: colaborarea - pentru a crea ecosisteme centrate pe consumator; integrarea în modul de abordare a stilurilor de viață și a acțiunilor individuale; valorizarea elementelor intangibile ale energiei; o mai bună cunoaștere a științei comportamentale.