

COMUNICATO STAMPA

RAPPORTO EDISON - CENSIS 2023: “ITALIANI E SOSTENIBILITA’: TRA SOBRIETA’, TRANSIZIONE ENERGETICA E BENESSERE”

- *Il 71% degli italiani dichiara di aver ridotto i consumi di luce e/o gas e continuerebbe il nuovo stile di vita sostenibile anche con un ribasso dei prezzi dell’energia*
- *Il 64% ricerca offerte di servizi innovativi sempre più evoluti, l’80% apprezza soluzioni di monitoraggio puntuale e il 70% dei consumatori l’installazione di impianti per l’autoconsumo, da impianti solari ai sistemi di accumulo*

Milano, 7 novembre 2023 - Edison Energia e il Censis presentano i risultati del Rapporto “**Italiani e sostenibilità: tra sobrietà, transizione energetica e benessere**”. L’ambizione del rapporto, giunto alla sua terza edizione, è di rendere disponibile nel tempo un corpus di riferimenti economici, sociali e di stili di vita per indagare la percezione sociale della sostenibilità, i comportamenti e le pratiche che le persone adottano o sarebbero disposte ad adottare in materia di gestione e consumo di energia nel loro quotidiano.

Il rapporto 2023 evidenzia chiaramente che l’inflazione dei prezzi dell’energia, e il caro vita in generale, hanno reso urgente e necessaria la sobrietà dei consumi. L’inflazione ha infatti indotto un adattamento delle spese per garantire la tenuta dei budget familiari. Nel 2023, il 71,5% degli italiani dichiara di aver ridotto i consumi di illuminazione e riscaldamento grazie all’adozione di comportamenti improntati alla sobrietà energetica. **E il 71,2% degli intervistati continuerebbe il nuovo stile di vita sostenibile anche se i prezzi tornassero a livelli più bassi.** Il prezzo è il fattore prioritario che guida le scelte di acquisto energetico per il 54,3% delle persone, tuttavia **il 64,3% di esse è alla ricerca di servizi e soluzioni innovativi e utili per la vita domestica e quotidiana.**

Questi dati rilevano che l’aumento dell’inflazione rende determinante il costo dell’energia, ma al contempo innesca un processo di crescente articolazione della domanda, che vede le persone sempre più consapevoli dei loro consumi e delle loro esigenze che evolvono verso richieste più ampie e ricche di servizi. Il prezzo dell’energia non è più quindi il solo elemento di interesse per la popolazione nazionale. Il rapporto 2023 evidenzia infatti come la relazione degli italiani con l’energia ha ampie potenzialità di sviluppo, inclusa la disponibilità ad adottare soluzioni di autoproduzione. Le comunità energetiche sono un esempio di questo trend, anche se la loro notorietà è ancora piuttosto bassa. **Il 69,8% dei consumatori dichiara infatti di apprezzare offerte per l’installazione di impianti per l’autoconsumo,** dagli impianti fotovoltaici ai sistemi di accumulo. È un apprezzamento che riguarda trasversalmente territori e gruppi sociali. Infine, **il 67,1% delle persone cerca un fornitore che li aiuti nell’organizzazione dei consumi energetici e l’80,5% apprezza soluzioni di monitoraggio puntuale.**

Edison Spa

Foro Buonaparte, 31
20121 Milano
Tel. +39 02 6222.7331
Fax +39 02 6222.7379
ufficiostampa@edison.it

www.edison.it

“Se da anni veniva richiamata la necessità di una nuova sobrietà energetica a cui associare stabilmente nuove abitudini di consumo, oggi il post-Covid e più ancora i conflitti in corso e le relative conseguenze sul prezzo dell’energia hanno accelerato i tempi, rendendo le famiglie italiane sempre più consapevoli ed evolute rispetto ai loro consumi energetici. In questo contesto, Edison Energia è al fianco delle famiglie italiane con soluzioni per monitorare ed efficientare i propri consumi, per far evolvere il consumatore in attore della transizione e adottare comportamenti virtuosi di sobrietà insieme a servizi innovativi per il benessere della vita domestica e personale quotidiana.” **Dichiara Massimo Quaglini, Amministratore Delegato di Edison Energia.**

“Pur con fatica, in corso d’anno gli italiani hanno maturato un consumo più sobrio e consapevole dell’energia nel quotidiano. Non hanno intenzione di tornare ad abitudini energivore e sono contrari all’imposizione per legge, dall’alto dell’acquisto di condizionatori, caldaie, auto elettriche ecc. La sobrietà energetica è l’esito di una nuova consapevolezza soggettiva degli italiani. Cresce la quota di italiani propensa a soluzioni intelligenti, come il monitoraggio puntuale dei consumi o le forme di autoproduzione. Il terzo rapporto certifica che è in atto una maturazione della cultura sociale dell’energia degli italiani. **Dichiara Massimiliano Valerii, Direttore Generale Censis.**

“Il Rapporto Edison Censis mette in luce gli aspetti salienti dell’impatto della transizione energetica sui consumatori, il cui ruolo risulta fondamentale al fine di supportare i cambiamenti in atto nel panorama energetico europeo ed italiano. In questa direzione muovono le direttive UE di ultima generazione, che promuovono nuovi modelli di generazione distribuita, come le comunità energetiche, in grado di produrre sui territori benefici ambientali - tramite la produzione di energia rinnovabile -, sociali - in termini di lotta alla povertà energetica - ed economici - incrementando l’occupazione e lo sviluppo delle comunità locali.” **Dichiara Gabriella De Maio - Prof.ssa di Diritto dell’energia all’Università degli Studi di Napoli Federico II e Co-Presidente del Comitato Tecnico Scientifico IFEC (Italian Forum Energy Communities).**

Di seguito le principali evidenze del Rapporto:

Finalmente sobri. Nell’anno trascorso il 71,5% degli italiani è convinto di avere ridotto i consumi di luce e/o gas. Il 53,2% ha ridotto sia i consumi di energia elettrica che di gas, il 18,3% uno dei due consumi, il 6,4% non sa se ci è riuscito, il 22,1% non ha ridotto i suoi consumi. Hanno ridotto di più i consumi i bassi redditi (61,1%), nel Sud-Isole (59,5%) e le coppie con figli (55,9%). Più renitenti *alla riduzione dei consumi* sono stati gli anziani (34,4%) e gli alti redditi (26,9%).

I comportamenti adottati. Il 94,4% degli italiani spegne sempre la luce uscendo da una stanza, il 79,9% spegne i dispositivi in stand by, il 93,8% usa lampadine Led e lampadine a risparmio energetico, l’86,4% ottimizza l’uso del condizionatore, l’86,4% quello del riscaldamento in inverno, l’83,2% l’uso della lavatrice e/o della lavastoviglie, il 72,1% quella del piano cottura e il forno per cucinare. Il 47,7% usa più spesso l’acqua fredda per lavarsi, il 44,1% ha ridotto le docce, il 25,2% fa meno docce usando acqua fredda. Il 32,6% degli italiani ha adottato almeno 8 comportamenti di maggiore sobrietà su 9 analizzati, il 53,8% tra 5 e 7 comportamenti di sobrietà e il 13,6% al massimo quattro comportamenti improntati ad una più alta sobrietà. Una sobrietà entrata nelle pieghe del quotidiano.

“Faticosa, ma non tornerai indietro”. Per il 56,9% degli italiani tagliare e/o riadattare i consumi di energia è stato molto faticoso e difficile. Il 65,9% degli italiani comunque ritiene che potrebbe

razionalizzare ancora meglio i consumi energetici della famiglia. Il 71,2% se i prezzi dell'energia tornassero low cost, non adotterebbero le vecchie abitudini energivore. Alle vecchie abitudini tornerebbero solo il 22,9% di quanti hanno effettivamente ridotto i consumi di energia ed il 33,5% di coloro per cui tagliare i consumi è stato difficile e faticoso. Inoltre, l'80,5% dei consumatori apprezza le soluzioni che consentono di **monitorare puntualmente i consumi** di energia in casa. Il 67,1% vorrebbe dal fornitore supporto nell'organizzare i propri consumi energetici.

Si ai valori green, no a forzature costose e inique. Per l'86,7% degli italiani consumare meno energia è un comportamento ideale da perseguire per una società meno inquinata, più sostenibile. Ne sono convinti l'81,5% dei più giovani, l'85,7% degli adulti e il 92,3% degli anziani. Tuttavia, per il 79,7% degli italiani non si può obbligare le persone ad acquistare auto, condizionatori o caldaie più sostenibili a proprie spese. Ne sono convinti l'84,9% dei bassi redditi e il 66,8% dei redditi oltre i 50 mila euro.

Verso la libera scelta: ancora troppa confusione per i consumatori. Sono a conoscenza dell'annunciata, e ora in bilico, fine del mercato tutelato e transizione a quello libero il 33,3% degli italiani in modo puntuale e preciso, il 45,9% a grandi linee e il 20,8% non ne è a conoscenza. Si stimano in oltre 10 milioni i consumatori non a conoscenza di quanto dovrà accadere nei mercati dell'energia. Il 77,2% degli italiani sa comunque se attualmente per luce e gas i suoi contratti si collocano nel mercato tutelato o in quello libero, il 14,6% non lo sa per entrambe le forniture e l'8,2% per almeno una delle due. 7 milioni sono all'oscuro del mercato di appartenenza di entrambe le forniture di luce e gas e 11,4 milioni per uno dei due. 2,5 milioni i consumatori nei mercati tutelati o di gas o di energia elettrica non sono a conoscenza della deadline prevista. L'80,3% giudica le informazioni sull'evoluzione attesa del mercato dell'energia ancora troppo complicate e confuse, inadatte ad aiutarli.

Scegliere il fornitore di energia. Il 54,3% dei consumatori nella scelta del fornitore di energia guarda in via prioritaria al prezzo, il 38,6% anche ad altre variabili e il 7,1% non ha idee precise. Guardano di più al prezzo i bassi redditi (65,3%), single (57%) e coppie con figli (54,9%). Il 60% si informa sulle proposte alternative dei vari fornitori. Il 74,1% apprezza le proposte con prezzi dell'energia variabili in base agli orari, il 71,9% i programmi di fedeltà con bonus, premi e vantaggi per clienti fedeli nel tempo, il 57,6% i contratti con prezzo fisso per un certo periodo. Per il 68,9% anche il nome dell'azienda è importante, perché gli dà fiducia. Per il 74,1% è importante che l'azienda abbia negozi fisici con personale competente, il 79,2% apprezza le promozioni per il cambio caldaie e per il riscaldamento a minore impatto ambientale e il 75,1% le proposte per il supporto da parte dell'azienda per l'accesso ai bonus per finanziarsi lavori di sicurezza ed efficienza energetica.

Voglia di autoproduzione. Il 69,8% dei consumatori apprezza offerte per l'installazione di impianti per l'autoconsumo, da impianti solari, ai pannelli fotovoltaici ai sistemi di accumulo. Al 70% degli italiani piacerebbe installare uno o più pannelli fotovoltaici, Le comunità energetiche, poi sono conosciute dal 42,8%: il 7,1% bene ed il 35,7% per grandi linee.

**Edison Energia**

Edison Energia è la società del Gruppo Edison dedicata, sin dalla liberalizzazione dei mercati di riferimento, alla vendita di energia elettrica e gas naturale ai clienti finali. La Società affianca alla tradizionale offerta di luce e gas con un ampio ventaglio di servizi innovativi rivolti alle famiglie, ai professionisti (partite IVA) e ai clienti business. Per i clienti residenziali, l'azienda ha amplificato il proprio raggio d'azione entrando nel settore dei servizi rivolti alla casa con soluzioni modulabili sulle esigenze del cliente: dai prodotti di efficienza energetica in ambito domestico alle comunità energetiche condominiali. Obiettivo di Edison è proporre un'offerta sostenibile dedicata alla casa e alla persona.

Ufficio stampa Edison Energia:

Lucia Caltagirone, 331 6283718, lucia.caltagirone@edison.it

Marta Mazzacano, 335 7749819, marta.mazzacano1@edison.it