**Ponad 70% Polaków chce być niezależna energetycznie - raport "Polacy i fotowoltaika 2021"**

**SunSol, jedna z najdłużej działających firm fotowoltaicznych na polskim rynku, postanowiła sprawdzić, jaki jest stosunek Polaków do fotowoltaiki oraz ich wiedzę na temat rynku PV. Z przeprowadzonego przez nią badania “Polacy i fotowoltaika 2021” wynika, że ponad 70 proc. z nich chce być niezależna od zewnętrznych dostawców energii, a 22 proc. chciałaby uniezależnić się od nich częściowo. Okazuje się również, że Polacy są świadomi form dofinansowania tego typu inwestycji. Z kolei dla aż 55 proc. ankietowanych wskazało również, że instalacje PV są najbardziej ekologicznym rozwiązaniem energetycznym.**

**Ekologia i energetyczna niezależność Polaków**

Jak się okazuje, jednym z ważniejszych aspektów, który motywuje naszych rodaków do inwestycji w panele fotowoltaiczne, jest niezależność. Według przeprowadzonego przez SunSol badania, aż 72 proc. Polaków chciałaby, by ich dom był niezależny energetycznie, a 22 proc. - częściowo. Nie jest to istotne dla zaledwie 6 proc. ankietowanych. Co więcej, aż dla 55 proc. biorących udział w badaniu fotowoltaika jest najbardziej ekologicznym rozwiązaniem dla Polaków. Za takie nie uważa go 15 proc., a 29 proc. nie ma na ten temat wiedzy.

- *Z naszego doświadczenia wiemy, że chęć energetycznej niezależności jest bardzo ważna dla naszych klientów i pokazało to również nasze badanie* - mówi **Michał Kitkowski, CEO SunSol.** - *Pokrzepiający jest fakt, iż ponad połowa Polaków uważa panele fotowoltaiczne za najlepsze rozwiązanie energetyczne pod względem ekologii. Wciąż jednak prawie 30 proc. nie ma wiedzy na ten temat, co oznacza, że niezbędna jest edukacja dotycząca śladu węglowego wytwarzanego przez inne źródła wytwarzania energii.*

**Polacy interesują się fotowoltaiką. Ich wiedza dotycząca rynku PV**

Rosnące ceny energii, postępujące zmiany klimatyczne oraz atrakcyjne programy dofinansowujące sprawiają, że fotowoltaika w ostatnich kilku latach, z roku na rok cieszy się w Polsce coraz większym zainteresowaniem. W związku z tym SunSol postanowił dowiedzieć się, ilu Polaków poszukiwało dotychczas informacji o panelach fotowoltaicznych - okazało się, że do tej pory uczyniło to aż 41 proc. z nich. Firma sprawdziła także, jaka jest ich wiedza na temat opłacalności fotowoltaiki, jej kosztu, jak i żywotności paneli fotowoltaicznych.

Z raportu “Polacy i fotowoltaika 2021” wynika, że większość respondentów zna czas zwrotu z inwestycji w panele fotowoltaiczne. Jedna czwarta badanych trafnie wskazała, iż wynosi on od 6 do 8 lat, a 30 proc. określiło go na 3-5 lat, co jest możliwe w przypadku większych instalacji PV. Najmniej ankietowanych wskazało, iż następuje on po 9-10 latach (19 proc.), 11-15 latach (15 proc.) oraz do 3 lat (11 proc.).

Podobnie dobrze przedstawia się ich wiedza dotycząca statystycznego kosztu inwestycji w fotowoltaikę. Zdecydowana większość badanych trafnie wskazała, iż wynosi on od 16 do 25 tys. zł (40 proc.) oraz 26-35 tys. zł (28 proc.). Pozostali odpowiedzieli, iż kwoty te wynoszą do 15 tys. zł (17 proc.), 36-75 tys. zł (10 proc.), 76-100 tys.zł (3 proc.) oraz powyżej 100 tys. zł (2 proc.).

Polacy zaskakująco dobrze odpowiedzieli także na pytanie dotyczące żywotności paneli fotowoltaicznych, która wynosi średnio 15-25 lat. Najwięcej, bo jedna trzecia (33 proc.) wskazała, iż wynosi on od 15 do 20 lat, a prawie 31 proc. oszacowało ich żywotność na 10-15 lat. Po 18 proc. jako czas ich działania określiło 5-10 lat i 20-30 lat.

**“Czyste Powietrze” najbardziej znanym programem dofinansowania do fotowoltaiki**

Z badania wynika, że naszym rodakom znane są rządowe programy dofinansowujące inwestycje fotowoltaiczne. Najbardziej znaną dotacją pośród ankietowanych jest “Czyste Powietrze”, które wskazało 51 proc. z nich. Drugim najbardziej znanym programem okazał się “Mój Prąd” (36 proc.). Co ciekawe, podium zamknęła ulga termomodernizacyjna (28 proc.), która umożliwia uzyskanie największego dofinansowania w postaci rocznego odliczenia dochodowego. Jedynie 14 proc. słyszała o indywidualnych kredytach i pożyczkach preferencyjnych, a o żadnym ze sposobów - jedynie co 5. badana osoba.

**Polacy chcą kupować europejskie produkty w niskiej cenie**

Zapytani o to, produkty jakich marek najchętniej kupiliby, zdecydowana większość odpowiedziała, że tych pochodzących z Europy (61 proc.). Jedynie 6 proc. wskazało amerykańskie, a 1 proc. - chińskie. Dla prawie jednej trzeciej badanych nie ma to znaczenia.

Najważniejszym aspektem podczas wyboru usług firmy fotowoltaicznej dla Polaków okazała się cena (60 proc.). Gwarancja i jakość komponentów znalazły się na drugiej i trzeciej pozycji i zostały wskazane przez kolejno 55 oraz 46 proc. badanych. Niewiele mniej, bo 44 proc. odpowiedziało, iż liczą się dla nich kwalifikacje firmy, dla wielu istotne okazały się również dotychczasowe jej realizacje (40 proc.). Opinie Google, nagrody i certyfikaty wskazało kolejno 28 oraz 16 proc.

*- Cieszy nas fakt, że aż 60 proc. Polaków wybrałoby panele fotowoltaiczne europejskich marek. Jednocześnie martwi, że wciąż dla jednej trzeciej badanych nie ma znaczenia jej pochodzenie, a najważniejszym kryterium wyboru usług danej firmy jest dla nich cena. Zawsze edukujemy naszych klientów, powtarzając, że fotowoltaika jest inwestycją na długie lata, na której nie warto oszczędzać. Kupno tańszych paneli i wykonanie instalacji przez nieprzeszkoloną ekipę to szybka droga do awarii i ich wymiany, co w ostatecznym rozrachunku wpływa m.in. na zwiększenie kosztów całej inwestycji. Dzięki naszemu badaniu wiemy, że zwiększanie świadomości w tej materii jest bardzo istotne. Zarówno ze względów finansowych, jak i ekologicznych -* **podsumowuje Michał Kitkowski***.*

**Badanie przeprowadzono przez agencję badawczą Quantify w czerwcu 2021 r. na zlecenie firmy SunSol za pomocą kwestionariusza online (CAWI) na grupie reprezentatywnej 1000 respondentów.**