

**Основни проблеми, решения,
модели и добри практики по пътя
към създаване на комплексен работещ
модел за обновяване на
съществуващите сградни фондове.**

Александър Леков
Габрово, 13.03.2014 г.

Основни проблеми при обновяването на жилища при настоящите условия

- **лошо материално състояние** на собствениците на апартаменти – липса на средства за оставащите 25% от общата сума
- **нежелание** за инвестиране в енергийна ефективност
- **недостатъчно добро популяризиране** на програмата “Енергийно обновяване на българските домове” и съответно – **непознаване на параметрите и от потребителите**
- **административни пречки** – проблеми при създаване на сдружение на собствениците
- **цялостно недоверие на гражданите**

Възможни решения и подобрения в програмата

Най-важна стъпка!

- намаляване на процента на съфинансиране от собствениците (понастоящем 25%)

Пример: Румъния → сумата достига до 10%

Начини:

- съдействие от **общините**
- съдействие от **търговски дружества** – например
Топлофикационни дружества
- използване на **фондове** – например Фонд “Козлодуй”

Защо търговски дружества биха поели част от съфинансирането?

Ако например Топлофикационно дружество съдейства за съфинансирането на определена сграда/блок-секция, то енергийното обновяване неминуемо ще доведе до по-разумно и по-осъзнато ползване на топлоенергия в сградата, което ще рефлектира върху събираемостта на задълженията.

Възможна стъпка е и таргетираното съфинансиране – например подмяна на сградната инсталация от вертикална в хоризонтална да бъде поето в посочения пример от Топлофикационното дружество.

Други стъпки

- **диференциация** по отношение на съфинансирането за отделните собственици в многофамилна сграда/блок-секция – помощ за социално слабите (енергийно бедните)
- **безплатни типови проекти** (подходящи за редица идентични сгради/блок-секции)

Цел:

В Румъния процентът е паднал до 10%.

Популяризиране на програмата

Още усилия следва да бъдат направени в посока ***популяризиране на програмата.***

Идеи?

Добра идея:

Преди инициирането на рекламна кампания да бъдат направени съответни промени в Програмата, за да бъде тя наистина ***работеща*** и потребителите да я познават като ***такава.***

Благодаря за вниманието!

Александър Леков,
alexander@aktivnipotrebiteli.bg

Габрово, 13.03.2014