



*Continua il trend dei regali tecnologici sotto l'albero, ma quanto incidono i cicli di ricarica sul bilancio familiare? E se il nuovo dispositivo hi-tech, il drone o l'elettrodomestico più innovativo sono i regali preferiti dagli Italiani, allora non deve mancare nella Letterina a Babbo Natale anche un deciso e netto taglio dei costi della bolletta: ecco i 5 passi per un'offerta su misura sull'energia*

## **Caro Babbo Natale, ma quanto mi costi?**

*Gli italiani non rinunciano ai regali di Natale, ma con un occhio attento ai consumi.*

*Da una ricerca Pricewise Il 2015 verrà ricordato come l'anno degli "switchers": oltre il 10% degli italiani ha cambiato fornitore per i servizi energetici. In crescita il ruolo dei gruppi d'acquisto con "aste al ribasso" ed offerte su misura per il consumatore.*

Amsterdam 22 Dicembre 2015 - Oltre a pranzi, cene e qualche giornata in famiglia lontani dalla routine quotidiana, gli italiani non rinunciano al regalo sotto l'albero per parenti, amici e partner. Ma cosa fare quando Babbo Natale ha pensato al dono perfetto ma non ai costi aggiuntivi che porterà?

Tolta la poco praticabile opzione di addebitare la nuova bolletta in Lapponia, gli italiani stanno scoprendo sempre più il proprio animo "switcher", cioè attento ai vantaggi derivanti dal cambio di fornitore di servizi (luce e gas, ma anche telecomunicazioni, servizi finanziari e pay tv) passando ad una tariffa su misura, come già avviene da anni nei paesi di tutta Europa.

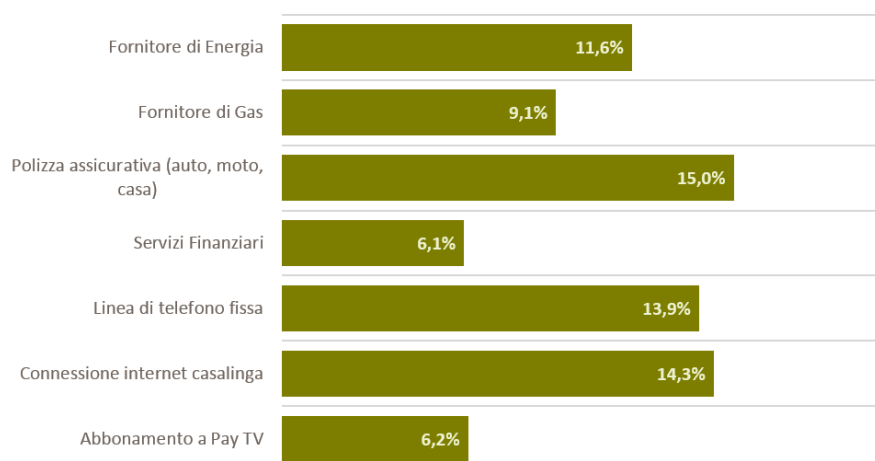
Bastano 5 semplici passi per iniziare a risparmiare con lo "switching" e non tremare di terrore all'aggancio dell'ennesimo alimentatore alle sovrappopolate prese di casa.

1. Registrarsi gratuitamente su [www.energiaperte.it](http://www.energiaperte.it) e completare la scheda utente con i propri dati personali e le informazioni sul consumo energetico. Bastano due minuti.
2. Attendere l'esito dell'asta tra fornitori di energia organizzata da Pricewise, a vincere sarà l'offerta con la tariffa più vantaggiosa.
3. Ricevere la propria offerta personalizzata via email, con la stima del risparmio annuo.
4. Decidere se diventare "switcher" o rimanere con il proprio fornitore, con un mese di tempo a disposizione per ogni valutazione.
5. Ringraziare Babbo Natale e tirare un sospiro di sollievo (almeno fino al prossimo inverno)

Mai come negli ultimi 15 anni infatti, gli italiani hanno visto rivoluzionarsi le proprie abitudini quotidiane, soprattutto all'interno delle mura domestiche: l'invasione di pc, tablet, smartphone, tv a schermo piatto, internet ad alta velocità e gadget tecnologici di ogni tipo hanno appesantito le bollette legate ai servizi, con la spesa media per famiglia che si è sbilanciata sempre più dai beni fisici ai servizi.

### “Switchers” negli ultimi 12 mesi

“Nell'ultimo anno, per quale di questi servizi hai cambiato fornitore almeno una volta?”



Incidenza degli “Switcher” sul totale del campione: sono definiti “Switcher” gli individui coinvolti nel processo decisionale riguardante i servizi elencati che hanno attivato o rimpiazzato il proprio operatore per lo stesso tipo di fornitura.

L'incidenza degli “Switcher” risulta maggiore per polizze assicurative e telefonia e minore per gli altri servizi finanziari. Il dato sulle Pay TV è mediato dalla ancor bassa incidenza degli abbonati alla PayTV sul totale della popolazione.

Il 2015, però, sembra l'anno del definitivo superamento della barriera psicologica del cambio di operatore, per anni scoraggiato da lunghi tempi di attesa e costi aggiuntivi poco trasparenti. Da una ricerca condotta da Pricewise, il più esteso sistema di energy switching in Europa, per la prima volta dopo 10 anni gli italiani che hanno detto sì allo “switch” del fornitore di energia sono oltre l'11% per l'elettricità e oltre il 9% per il gas, avvicinandosi alle percentuali ormai consolidate (15% circa) di chi ha cambiato polizza assicurativa o compagnia telefonica.

### Il mercato di Luce e Gas ed i gruppi d'acquisto

Questo dato diventa rilevante se si considera il passato decennio, durante il quale solamente una percentuale tra il 4 ed il 5% degli italiani era approdato ad un nuovo operatore. La ricerca mostra come nel 2015 un italiano su 10 abbia valutato ed accettato un'offerta più conforme alle proprie esigenze, avvicinandosi alle percentuali di “switch” del mercato delle telecomunicazioni, anche grazie alla crescita dei gruppi d'acquisto.

La nuova formula di contrattazione collettiva permette infatti ai consumatori interessati ad un dato prodotto di unirsi e far sentire la propria voce interagendo con l'offerta e stimolando la concorrenza tra gli operatori, disposti ad abbassare i prezzi grazie alla possibilità di diventare fornitore per l'intero gruppo di clienti. In Italia, negli ultimi anni sono stati firmati oltre 100.000 contratti grazie all'aiuto di Pricewise, e quest'anno, l'esperienza si ripete con “Energia per te!”.

### Il mercato di servizi finanziari, telecomunicazioni e paytv

Il mercato delle assicurazioni è stato uno dei più rivoluzionati all'atto pratico grazie all'abolizione del cosiddetto “tacito rinnovo” nell'ottobre 2012, con l'ingresso delle compagnie telefoniche ed online

in aperta concorrenza con le insegne tradizionali che hanno portato il tasso di switch al 15%.

Quello relativo a mutui e finanziamenti invece, nonostante il decreto "Bersani-bis" del 2007 su portabilità e surroga, è stato relativamente influenzato dalla riforma (adagiandosi su un tasso di poco superiore al 6%).

Il mercato delle telecomunicazioni ha saputo trarre giovamento dal boom dello smartphone "tutto in uno": una guerra dei prezzi degli operatori che ha portato negli anni all'avvento di tariffe "flat" per i servizi di telefonia fissa, che hanno sostituito nella maggior parte dei casi gli abbonamenti a consumo e la cui scelta è sempre più subordinata ad un abbonamento ad internet veloce (switch del 14,3%).

Le pay tv, invece, mercato dal potenziale ancora inespresso secondo gli esperti del settore, stanno vivendo una fase di trasformazione anche a causa dell'approdo in Italia di compagnie basate sull'offerta di contenuti in streaming a basso costo via web. Gli "switcher" in questo caso sono difficilmente quantificabili dato il numero non elevato di sottoscrittori di un abbonamento "pay" e data anche la non semplice reperibilità di dati diffusi dai gestori di servizi via satellite o digitale terrestre.

### **Prezzi in discesa, ma benefici solo per i clienti business**

Come confermato dallo studio dell'Agenzia per la cooperazione fra i regolatori nazionali dell'energia (ACER), la maggiore concorrenza sul mercato a livello europeo ha portato ad un complessivo calo dei prezzi, ma l'impatto positivo è stato apprezzato in modo significativo solamente dai clienti industriali, mentre spesso non ha contribuito ad alleggerire la bolletta dei utenti residenziali.

Per i privati, dunque, cresce l'incentivo per approfittare di iniziative dedicate ai partecipanti dei gruppi d'acquisto come [www.energiaperte.it](http://www.energiaperte.it) : il cambiamento verso soluzioni personalizzate in grado di adattarsi alle diverse esigenze permette di risparmiare oltre 200 € l'anno sulla bolletta, con la garanzia tecnica e amministrativa di un brand come Pricewise, già operativo in 12 paesi d'Europa con oltre 2 milioni di consumatori registrati.

\*\*\*

#### **Chi è Pricewise**

<http://www.energiaperte.it>

Pricewise è una compagnia olandese che vanta il più importante ed esteso servizio di *energy switching* in Europa e che, fino ad ora, ha condotto campagne di gruppi d'acquisto in ben 12 paesi del continente. Questo Novembre, Pricewise è stata fiera di ricevere, nel proprio paese d'origine, il premio come "sito web più popolare dell'anno 2015".

La sua esperienza nel settore, l'eccellenza del suo team in continua crescita ed i tanti successi conseguiti, fanno di Pricewise un marchio di garanzia ed affidabilità in tutta Europa.

#### **Per informazioni e iscrizioni:**

Web [www.energiaperte.it](http://www.energiaperte.it)

Mail: [insieme@energiaperte.it](mailto:insieme@energiaperte.it)

**Immobiliare.it partner di Pricewise per l'Italia**

#### **Ufficio stampa:**

**Mirandola Comunicazione**

[www.mirandola.net](http://www.mirandola.net)

**Marisandra Lizzi**

[marisandra@mirandola.net](mailto:marisandra@mirandola.net)

Tel: 0524 574708

Senior public relations & communications  
strategist

**Ap van den Berg**

apvandenber@pricewise.com

Tel: +31 6 53 37 47 15

Skype: apbee1957

Mob: + 39 348 3615042

Skype: marisandralizzi

**Daniele Gatti**

daniele@mirandola.net

Tel: 0524 574708

Mob: + 39 339 4161668

Skype: daniele.gatti\_1