



Gli italiani sono sempre più attenti ai vantaggi derivanti dallo “switching”, laureati e over 45 tra i più recettivi alle nuove offerte su misura garantite dal libero mercato.

Cambiano però radicalmente fonti di informazione e modalità di stipula dei nuovi contratti, addio telemarketing, sorpassato da web e gruppi d’acquisto

Ho deciso, cambio bolletta. Ma non chiamate più, faccio da solo

Da una ricerca condotta da Human Highway per Pricewise, quasi 9 italiani su 10 sono stati contattati telefonicamente almeno una volta negli ultimi 3 mesi per offerte di cambio gestore per i servizi di energia, telecomunicazione o internet.

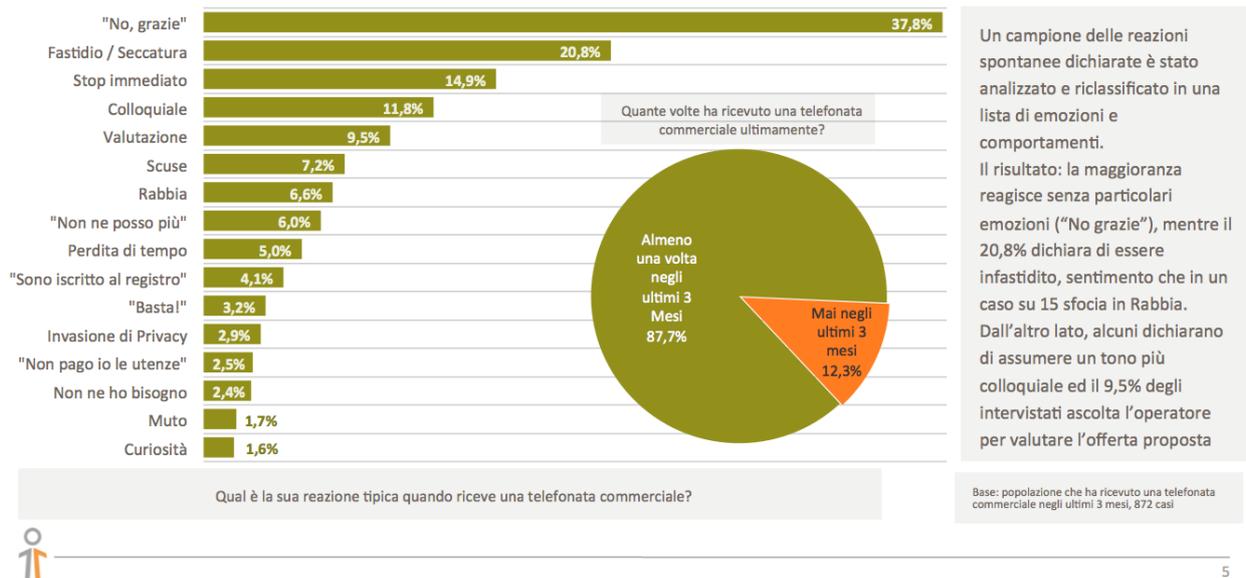
Il risultato? Oltre il 70% interrompe immediatamente la conversazione

Amsterdam, 12 gennaio 2016 – “No grazie, non sono interessato”. E’ questa la risposta più frequente e ormai diventata di routine per milioni di italiani che ogni giorno vengono tempestati da telefonate commerciali riguardanti l’opportunità di cambio fornitore per i servizi più comuni come energia, telefono, internet. Nessuna sorpresa all’apparenza, se non per un dettaglio difficilmente trascurabile: le famiglie italiane sono sempre più attente al risparmio in bolletta e decise a cambiare operatore. Nel 2015 si nota infatti un significativo incremento degli “switchers” (ovvero di coloro che hanno detto “sì” ad un nuovo contratto per le utenze domestiche), che per la prima volta superano in modo deciso la soglia del 5% che ha caratterizzato gli ultimi 10 anni, segnando un primo avvicinamento alle medie europee per quanto riguarda la fornitura di energia elettrica.

La cattiva reputazione del telemarketing è confermata dai dati della ricerca condotta da Human Highway: le prime 3 reazioni tipiche, che sommate rappresentano quasi 3 telefonate su 4 effettuate dai diversi call center (73,4%) sono un secco “No grazie”, seguito da una reazione infastidita dall’ennesima proposta telefonica e infine dallo stop immediato all’interlocutore indesiderato.

Reazione tipica della popolazione italiana alle offerte via telemarketing

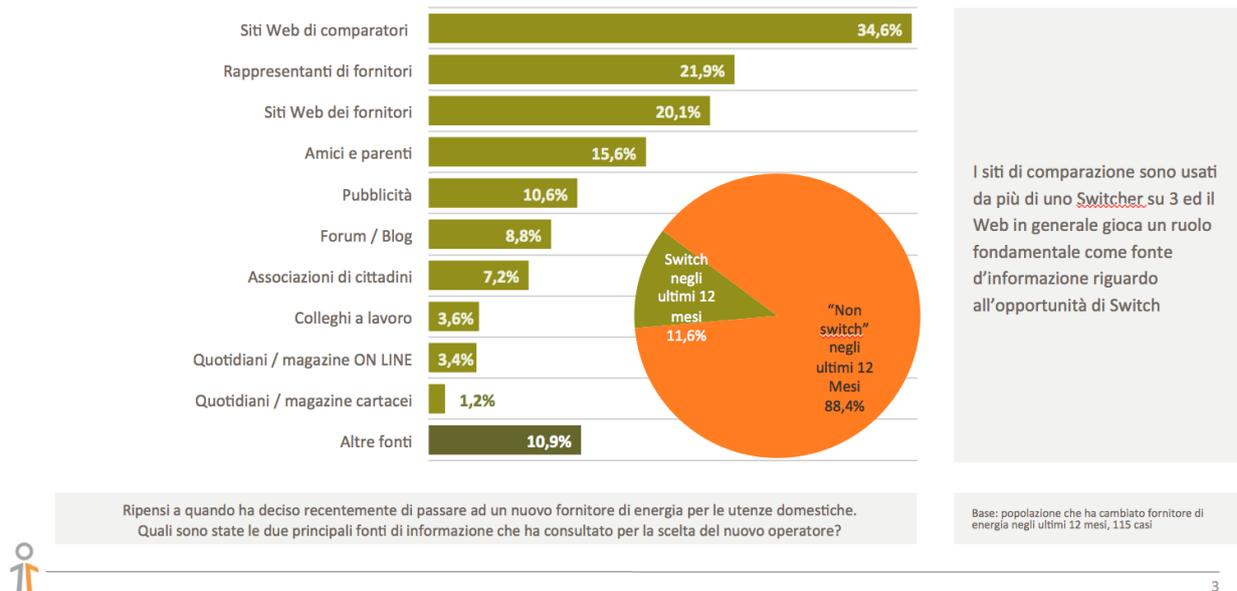
Analisi delle risposte spontanee



Al contrario, tra gli italiani che decidono di cambiare fornitore, cresce la percentuale di chi si informa attivamente sulle opportunità di risparmio derivanti dalle offerte di libero mercato per le utenze domestiche, principalmente via web per il 63,5 % dei casi (somma delle visite a portali di comparazione tariffe, siti online dei diversi fornitori e forum/blog). Una percentuale quasi doppia rispetto a chi dichiara di essersi affidato prima dello "switch" alle informazioni provenienti da rappresentanti / agenti di commercio o dalla pubblicità tradizionale (32,5%).

Fonti d'informazione consultate prima dello Switch verso un nuovo fornitore d'energia

Tra gli Switchers degli ultimi 12 Mesi



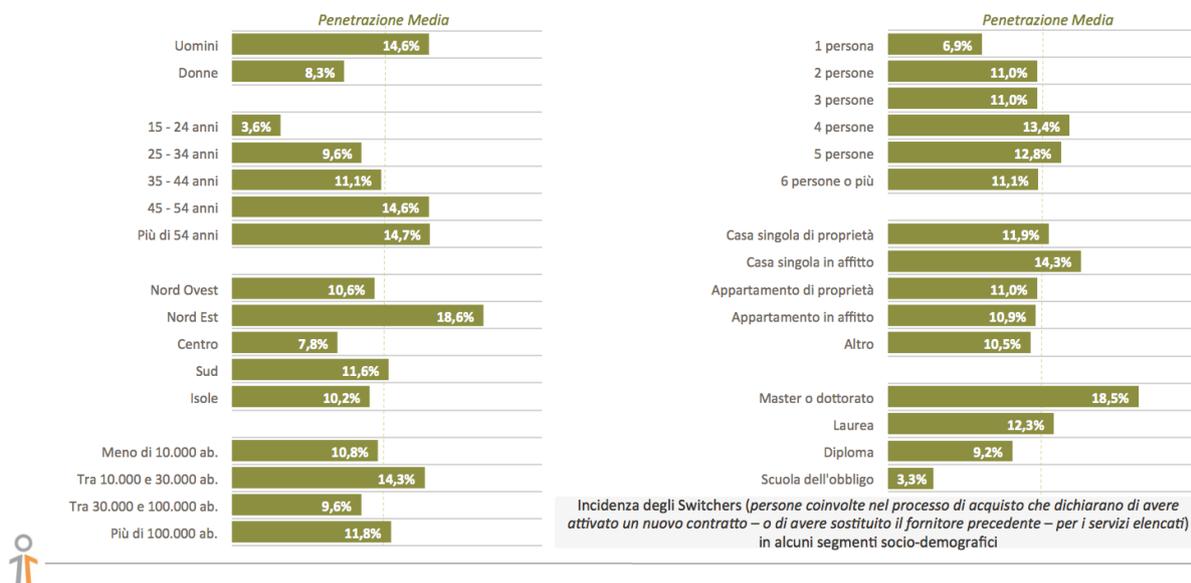
Ma da chi è composta la popolazione di "switchers" in Italia? Principalmente da uomini, over 45, provenienti dal Nord-Est del paese, con un alto grado di istruzione (laurea o superiore), che vivono in case singole in affitto ed hanno una famiglia di medio-grande dimensione (4/5 persone).

È l'ammontare del risparmio complessivo il principale motivo di scelta tra la fedeltà al vecchio operatore ed il passaggio ad un nuovo soggetto. Chi ha deciso di cambiare la propria bolletta è stato infatti convinto principalmente da ragioni di prezzo (46,7% dei casi), o da una particolare

promozione (30,6%), mentre tra gli intervistati che hanno scelto di mantenere la bolletta di sempre, il 51,2% dichiara di essere soddisfatto grazie a tariffe ritenute “eque” ed all’assenza di “sorprese” verificatesi in bolletta nel corso del rapporto di fornitura.

Gli Switchers all’interno della popolazione

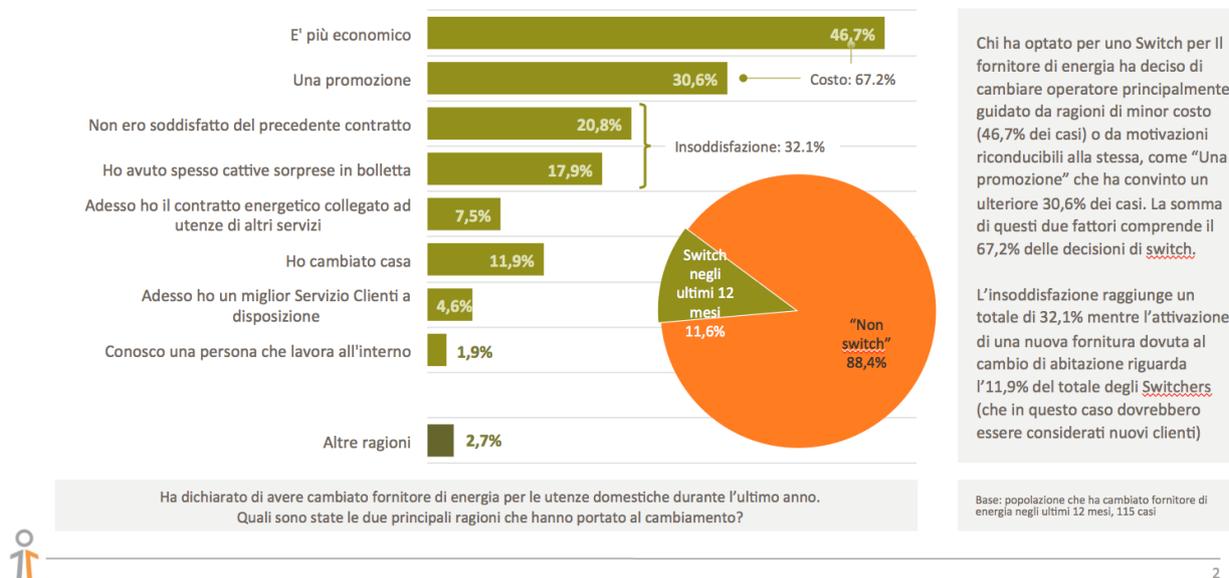
Analisi del profilo socio-demografico degli Switchers



1

Ragioni per lo Switch ad un nuovo fornitore di energia

Tra gli Switchers degli ultimi 12 mesi



2

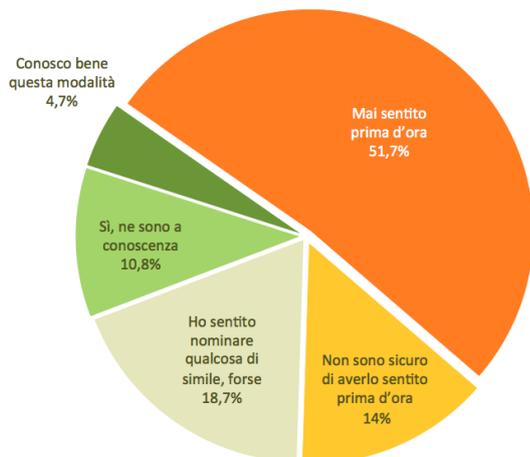
Cresce inoltre anno dopo anno il numero di famiglie che hanno optato per uno “switch” facilitato dalla partecipazione ad un gruppo d’acquisto, nonostante la ricerca dimostri come questa modalità sia ancora poco conosciuta nel dettaglio in Italia rispetto alla media dei paesi UE.

I dati forniti da Pricewise, il più importante servizio di “energy switching” in Europa, dimostrano infatti come dal 2012 oltre 2,5 milioni di persone abbiano cambiato fornitore in oltre 12 paesi europei, portando ad oltre 500.000 nuovi “switch” nel solo 2015.

In Italia, dal 2013 oltre 100.000 famiglie italiane hanno iniziato a risparmiare sulle utenze energetiche grazie a Pricewise, ma per il 51,2% degli intervistati, l’opzione di costituire una massa

critica di utenti finalizzata ad ottenere migliori tariffe interagendo con l'offerta e stimolando la concorrenza tra gli operatori è ancora inedita ("mai sentita prima d'ora").

Conoscenza dei Gruppi d'acquisto Per i servizi domestici di base



La maggioranza della popolazione non è a conoscenza dei "Gruppi d'acquisto". Solo il 15,5% del campione totale dichiara di averne sentito parlare in precedenza, dei quali sono un terzo dichiara di "conoscere bene" questa modalità

In alcuni paesi nuove forme di acquisto per le utenze domestiche di base stanno emergendo: un'aggregazione di un ampio numero di acquirenti dichiarano l'intenzione di acquistare un certo servizio ad un dato prezzo (scontato). Il fornitore che accetta, invia la proposta alle condizioni concordate a tutti i membri del gruppo d'acquisto. Ha mai sentito della nuova formula dei "Gruppi d'acquisto"?

Base: campione totale, 1,006 casi



4

Sono quindi in crescita le motivazioni per informarsi e valutare la possibilità di uno "switch" verso utenze domestiche più vantaggiose e su misura. Come dimostrato dallo studio dell'Agenzia per la cooperazione fra i regolatori nazionali dell'energia (ACER), il passaggio libero mercato dell'energia ha favorito maggiormente i paesi dove i consumatori sono più coinvolti nei meccanismi di valutazione.

Per l'Italia, Pricewise ha recentemente lanciato "Energia per te!": un gruppo d'acquisto via web in grado di offrire soluzioni personalizzate e che permette di risparmiare oltre 200 € l'anno sulla bolletta, con la garanzia tecnica e amministrativa di un brand già operativo in 12 paesi d'Europa con oltre 2 milioni di consumatori registrati.

Il funzionamento è semplice e completamente gratuito: basta registrarsi su <https://www.energiaperte.it/>, completare la scheda utente con i propri dati personali e le informazioni sul consumo energetico online ed attendere l'esito dell'asta al ribasso organizzata tra i fornitori; a vincere sarà l'offerta con la tariffa più vantaggiosa.

In seguito ogni partecipante riceverà la propria offerta personalizzata via email, con la stima del risparmio annuo e potrà decidere se diventare "switcher" o rimanere con il proprio fornitore, con un mese di tempo a disposizione per ogni valutazione del caso.

Chi è Pricewise

<http://www.energiaperte.it>

In Italia partner di [Immobiliare.it](http://www.immobiliare.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

Mail: insieme@energiaperte.it

Senior public relations & communications strategist

Ap van den Berg

apvandenber@pricewise.com

Tel: +31 6 53 37 47 15

Skype: apbee1957

Ufficio stampa:

Mirandola Comunicazione

www.mirandola.net

Marisandra Lizzi

marisandra@mirandola.net

Tel: 0524 574708

Mob: + 39 348 3615042

Skype: marisandralizzi

Daniele Gatti

daniele@mirandola.net

Tel: 0524 574708

Mob: + 39 339 4161668

Skype: daniele.gatti_1