

« Comportamento dei consumatori domestici nel mercato liberalizzato dell'elettricità e del gas in Italia »

IV INDAGINE

Roma, 24 giugno 2011. *L'osservatorio RIE sul comportamento dei consumatori tutelati nel settore elettrico e del gas, giunto alla sua quarta indagine, mostra per il segmento domestico un progresso del libero mercato ma su un percorso che si conferma lungo e non privo di ostacoli.*

Le famiglie italiane mostrano un atteggiamento ancora passivo. I tassi di cambio del fornitore crescono ma con lentezza. L'Italia è comunque allineata rispetto ad altri importanti Paesi europei come Francia e Germania.

A quattro anni dalla completa liberalizzazione del mercato elettrico e ad otto da quella del gas, un italiano su due non conosce le offerte sul gas e di poco superiore risulta la conoscenza sulle offerte elettriche.

Oltre il 95% degli intervistati non è in grado di comunicare una stima del proprio consumo annuale.

Scarsa la propensione ad approfondire le offerte autonomamente: circa il 70% si è fidato del venditore o messaggio pubblicitario che ha ricevuto.

Ancora modesta la conoscenza delle opportunità del mercato e degli strumenti a disposizione: nel gas il 95% degli intervistati dichiara di non conoscere l'esistenza del prezzo regolato stabilito dall'Autorità per l'Energia. Nell'elettricità, la percentuale è del 61%. Solo in minima parte (tra il 2% e l'8%) conoscono e utilizzano strumenti quali lo "Sportello del Consumatore" o il "Trova Offerte" e "Atlante dei Consumatori" .

Dal lato offerta continua a crescere il ventaglio delle proposte commerciali in numero ed opzioni. I vantaggi ottenibili sono cresciuti rispetto al 2007, risultano stabili negli ultimi 2 anni e mediamente compresi in una fascia tra i 15 e 30 € sia per l'elettricità che per il gas (corrispondenti a sconti di circa il 3-6% per l'elettricità e il 2-2,5% per il gas). Risparmi che comunque appaiono ancora lontani dai desiderata della maggior parte delle famiglie. Per poter cogliere questi potenziali risparmi occorre però che il consumatore sia informato ed in grado di scegliere: consapevolezza, conoscenza e capacità di approfondimento sono indispensabili per dominare la complessità delle offerte. Aiuterebbe in questo senso una maggiore standardizzazione delle condizioni di offerta e soprattutto continuare nello sviluppo di strumenti efficaci per affermare i diritti dei consumatori.

Propensione al cambio del fornitore in costante calo dal 2007: si è ridotta all'8% (dal 16%) per l'elettricità e al 6% (dal 16%) per il gas mostrando una riduzione dell'interesse verso il mercato. Ci si interroga se il consumatore sia soddisfatto o piuttosto poco incentivato al cambiamento. L'atteggiamento passivo costituisce un ostacolo allo sviluppo della concorrenza, *occorre pertanto aumentare la fiducia dei consumatori nel mercato e nella possibilità di ottenere vantaggi dal cambio consapevole del fornitore.*