

## COMUNICATO STAMPA

### “LE OPPORTUNITÀ DEL MERCATO LIBERO DELL’ENERGIA”: PRESENTATO IL IV RAPPORTO EDISON-CENSIS

- *Per gli italiani gli elementi più importanti sono la possibilità di scegliere e cambiare fornitore, l’accesso a offerte a prezzi competitivi, la possibilità di optare per proposte con energia rinnovabile e l’evoluzione da prezzo a valore del contratto che presenta tanti aspetti come tariffe con criteri diversi e servizi aggiuntivi: tutti elementi caratterizzanti del mercato libero*
- *Tre quarti degli intervistati dichiara che nel mercato dell’energia in futuro sceglierà sempre più il fornitore che a un buon prezzo associa servizi aggiuntivi utili*
- *Importanti anche fiducia, sicurezza e affidabilità dell’azienda fornitrice. Oltre alla presenza fisica sui territori con negozi in cui lavorano professionisti competenti a cui rivolgersi: il 70,8% degli italiani la ritiene rilevante*

Milano, 14 ottobre 2024 – Esplorare come gli italiani stanno vivendo la transizione verso il mercato libero dell’energia. È questo l’obiettivo del IV Rapporto Edison-Censis “Le opportunità del mercato libero. Pratiche, culture e valori degli italiani nelle due transizioni: energetica e al mercato libero” presentato oggi da Edison e Censis.

La quarta edizione del Rapporto è anche il primo atto del nuovo Osservatorio Edison-Censis su *Culture dell’energia e della sostenibilità degli italiani* ed è la prima ad avere tre declinazioni locali in tre città [simbolo dell’impegno di Edison](#) sui territori: **Catania, Bari e Livorno**. Questa edizione sposta l’asse della riflessione ancor più dentro la quotidianità delle scelte degli italiani sull’energia, focalizzandosi in via prioritaria sulle culture e pratiche dei cittadini e trasformazione dei mercati domestici di fornitura dell’energia.

*“Edison è da sempre un Gruppo impegnato nel perseguire uno sviluppo sostenibile e un progresso industriale, economico e sociale giusto per tutte le comunità. La sostenibilità è nel nostro Dna: con l’osservatorio Censis da quattro anni indaghiamo come evolve la consapevolezza degli italiani rispetto a queste tematiche. Questa edizione del Rapporto porta con sé due novità: in primo luogo, costituiamo l’Osservatorio Edison-Censis su Culture dell’energia e della sostenibilità degli italiani; inoltre, questa è la prima edizione ad avere tre declinazioni locali”,* ha dichiarato Barbara Terenghi, EVP Sustainability di Edison.

Per capire l’impatto della transizione, è utile comprendere quale è l’approccio degli italiani al mercato dell’energia. Gli elementi più importanti sono la **possibilità di scegliere e cambiare fornitore** (valido per nove su dieci), l’accesso a offerte a prezzi competitivi (nove su dieci), la possibilità di optare per proposte con energie rinnovabili (otto su dieci) e la scelta tra contratti con tanti aspetti diversificati come tariffe con criteri diversi, servizi aggiuntivi (per tre cittadini su quattro).

Le priorità dei consumatori sono tutte pilastri del mercato libero dell’energia: **per questo il 77%\* degli italiani ha scelto di aderirvi**. In particolare, più di un cittadino su quattro lo ha fatto perché convinto di beneficiare di

prezzi più convenienti, per la possibilità di scegliere tra diverse offerte quella più in linea con le proprie esigenze e preferenze. Il 23,6% lo ha fatto per la scelta del fornitore.

*“Gli italiani sono bravi a sorprenderci in positivo, una volta di più nell’attuale fase di trasformazione del settore dell’energia. Del mercato libero intravedono le opportunità, al contempo sono consapevoli dell’importanza di beneficiare del supporto esperto di un’azienda fornitrice in cui vogliono avere fiducia”* ha dichiarato Giorgio De Rita, Segretario Generale del Censis. *“Chiedono supporto per poter consumare con parsimonia l’energia, secondo quella sobrietà virtuosa sempre più consolidata nel quotidiano che genera sostenibilità ambientale ed economica per il budget delle famiglie. Nel mercato libero poi, oltre al prezzo, per gli italiani contano sempre più i servizi aggiuntivi, quelli che aiutano a consumare meglio l’energia e migliorano anche la qualità della vita. La quarta edizione del rapporto Edison-Censis, primo step dell’Osservatorio, mostra che in questi anni tra gli italiani c’è stato senz’altro un upgrading nella cultura sociale dell’energia e più in generale nella cultura e nella pratica della sostenibilità”*.

### **Clienti nel mercato tutelato e nel mercato libero: più somiglianze che differenze**

Chi è rimasto nel Sistema a Tutele Graduali (STG) lo ha fatto in quattro casi su dieci perché si sente più tranquillo, in tre su dieci perché lo reputa più conveniente e - sempre con la stessa percentuale – perché vuole altro tempo per capire meglio. Tuttavia, il solo prezzo è un elemento secondario nella scelta del fornitore per chi è ancora nel STG: più importante è l’equilibrio tra prezzi e altri eventuali servizi (36%). Un tratto che accomuna i consumatori STG con quelli nel mercato libero: la **convenienza economica non è l’elemento più importante**.

In prospettiva, tre quarti degli intervistati di entrambe le categorie dichiara che anche nel mercato dell’energia sceglieranno sempre più il fornitore che a un buon prezzo associa servizi aggiuntivi utili. In ogni caso, quattro consumatori su dieci sono convinti che nel tempo il dispiegarsi della competizione tra fornitori nel mercato libero ridurrà i prezzi e migliorerà le offerte. La quota sale fino a quasi il 50% tra quelli nel mercato libero ma resta sopra il 36% anche tra quelli nel Sistema a Tutele Graduali.

### **L’apprezzamento per i servizi aggiuntivi**

Tra i servizi offerti c’è la possibilità di godere di programmi fedeltà, apprezzata dal 66,2% dei consumatori nel mercato libero e dal 64% nel STG. Un’evoluzione che risponde a una doppia necessità: da un lato quella aziendale di fidelizzare, dall’altro quella del cliente di trovare un’azienda partner che faccia da guida negli inediti passaggi di questi anni. Un ulteriore capitolo è la possibilità di godere di offerte che modulano i prezzi dell’energia in relazione a determinati orari: un servizio che interessa a più sei italiani su dieci, in particolare a quelli che sono nel mercato tutelato.

*“Potremmo titolare così questo Rapporto: l’utente è diventato un cliente. I consumatori non prendono in considerazione sempre e solo il prezzo, ma nella loro scelta sono importanti altri fattori per decidere se un determinato servizio vale e conviene realmente più di altri. Edison Energia è pronta a rispondere a questo empowerment del cittadino: innanzitutto fornendo energia completamente green e poi garantendo una serie di servizi. L’ultimo lanciato sul mercato è Risolve, una piattaforma innovativa di servizi per la gestione delle utenze e della casa che comprende anche il Wi-Fi”*, dichiara **Massimo Quaglini**, amministratore delegato di Edison Energia.

### **Il valore del brand**

Dopo il prezzo e gli altri servizi offerti (39,7%), il secondo fattore più importante per i consumatori nel mercato libero è la **fiducia, sicurezza e affidabilità dell’azienda fornitrice** (29,2%). È un indice di un mercato sempre più complesso, in cui è difficile per i consumatori orientarsi. Più di sei italiani su dieci sottolineano che nella scelta del fornitore di energia il nome dell’azienda è importante perché dà fiducia.

## L'importanza della presenza sui territori

Un'altra sfaccettatura del brand è il radicamento sui territori: il **70,8% degli italiani ritiene importante la presenza di negozi con persone competenti** a cui rivolgersi per ogni tipo di problema. Una percentuale che sale fino all'87,1% tra le persone con più di 65 anni, una coorte anagrafica sempre più presente in Italia. Inoltre, sei consumatori su dieci sottolineano che i negozi di prossimità sono un fattore importante nello scegliere il proprio fornitore di energia. Questi non sono solo punti vendita ma possono inoltre integrare al loro interno una serie di competenze rilevanti per i consumatori, diventando così hub da cui possono partire stimoli per rivolgersi a professionisti e imprese locali. Qui i clienti possono richiedere – ad esempio - servizi di efficientamento dei consumi energetici, attivando processi di creazione di occupazione di qualità con relativa generazione di valore aggiunto e crescita del Prodotto interno lordo. Il mercato libero e l'impatto sui territori non si ferma quindi alla compravendita del bene energia ma è in grado di generare una domanda aggiuntiva di servizi.

*“Edison Energia ha festeggiato a inizio ottobre il superamento di mille punti vendita in Italia, che si aggiungono a una rete di oltre 2.000 tecnici distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale. Con il lancio di Risolve, siamo l'unico interlocutore per la gestione dei servizi di casa in grado di intervenire 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Forniamo inoltre alcuni servizi digitali, come l'App MyEdison e il servizio Edison CoCo (acronimo di “Consumare Meno Consumare Meglio”), che offre consigli personalizzati sui propri consumi domestici per ottimizzare la spesa energetica”, ha concluso Massimo Quaglini, amministratore delegato di Edison Energia.*

## La digitalizzazione

Proprio la digitalizzazione è una delle richieste dei consumatori per integrare e completare la forte presenza territoriale. Il 79,1% dei consumatori nel mercato libero apprezza la possibilità di poter gestire le bollette e i pagamenti in digitale, aspetto apprezzato anche da quote alte anche di chi è nel STG.

\*\*\*

### Edison

*Edison è società leader dell'energia, con 140 anni di storia e primati che ne fanno il più antico operatore del settore in Europa. L'azienda impiega oltre 5.500 persone, operando in Italia ed Europa nella produzione rinnovabile e low carbon, nell'approvvigionamento e vendita di gas naturale, nella mobilità sostenibile, e attraverso Edison Energia ed Edison Next nei servizi energetici, ambientali e a valore aggiunto per clienti, aziende, territori e Pubblica Amministrazione. Il Gruppo è impegnato in prima linea nella sfida della transizione energetica, in coerenza con i Sustainable Development Goals dell'Onu e le politiche europee di decarbonizzazione. Edison ha un parco di produzione di energia elettrica altamente flessibile ed efficiente, composto da oltre 250 centrali tra impianti idroelettrici, eolici, solari e termoelettrici a ciclo combinato a gas ad alta efficienza per una potenza complessiva di circa 7,2 GW; e soddisfa l'approvvigionamento di GNL e gas naturale al Paese, grazie a un portafoglio ampio e altamente diversificato pari a 13 miliardi di metri cubi all'anno.*

### Ufficio stampa Edison

<http://www.edison.it/it/contatti-2>

<http://www.edison.it/it/media>

Elena Distaso, 338 2500609, [elena.distaso@edison.it](mailto:elena.distaso@edison.it);

Marta Mazzacano, 335 7749819, [marta.mazzacano1@edison.it](mailto:marta.mazzacano1@edison.it)

Francesco Zecchini, 337 1297176, [francesco.zecchini@edison.it](mailto:francesco.zecchini@edison.it)

