



Mercato libero dell'energia: come scegliere il nuovo fornitore? Affidarsi al web oppure no? Wekiwi risponde con una survey online

Wekiwi, il primo fornitore online italiano 100% digital di energia e gas naturale, ha realizzato una survey online per delineare le funzionalità e aspettative digitali attese dal consumatore italiano nel mercato libero dell'energia.

Emerge l'utilità e l'affidabilità del web e del passaparola, anche se ancora permane la paura di essere truffati.

È stata sancita per il 1° luglio 2019 la fine del mercato tutelato dell'energia elettrica e del gas e i consumatori italiani dovranno fare presto le loro scelte. Con questa prospettiva e in uno scenario in continuo mutamento, wekiwi ha condotto un'indagine - divulgata grazie al supporto dei siti di comparazione online Luce-Gas.it, Altrabolletta.it e all'associazione dei consumatori Codici – che vuole evidenziare **come viene utilizzato il web e in generale gli strumenti digitali per scegliere un nuovo fornitore di energia.**

Dai 500 questionari online raccolti è emerso che **il 70%** degli intervistati è interessato a valutare nuove offerte di fornitura di energia, ma la **paura di essere truffati** è alta e ben **il 60%** teme di essere vittima di continue sollecitazioni commerciali attuate dagli operatori di settore. Di riflesso il 57% ha dichiarato di trovarsi bene con il fornitore storico.

L'indagine evidenzia la difficoltà dei clienti italiani a muoversi in un mercato in cui convivono offerte competitive ed offerte regolate. In questo scenario, l'utilità del web o del passa-parola assume la sua rilevanza. Il 61% dei rispondenti dichiara che per valutare l'offerta adopererebbe siti di comparazione online, il 40% che si fiderebbe del consiglio di una persona conosciuta (in tale ambito anche il supporto di un'associazione dei consumatori può svolgere un ruolo importante). A seguire: il 33% ricercerebbe le offerte sui siti delle compagnie che conosce di più. Solo una minoranza si affiderebbe al numero verde dell'operatore desiderato (15%) o al supporto di un punto vendita fisico o sportello (24%). Da rilevare che solo il 9% si affiderebbe ai fornitori che fanno pubblicità televisiva.

I dati raccolti evidenziano come il web in termini di fiducia risulti rassicurante. L'80% dei rispondenti effettua ricerche online attraverso i motori di ricerca per consultare i siti di comparazione delle offerte e i siti dei fornitori. Emerge inoltre una casistica ben definita che è quella di consultare in diversi step temporali i siti di comparazione e quelli dei fornitori, gli uni prima o dopo degli altri, per confermare la scelta effettuata (questo comportamento è risultato essere il 60% circa dei rispondenti). **È minoritaria invece la quota di potenziali clienti che necessitano, oltre al web, anche di un'assistenza telefonica** (il 54% dichiara di richiedere assistenza telefonica mai o solo talvolta).

Wekiwi con la sua indagine vuole indicare **quali sono le reali esigenze digitali richieste e attese dal consumatore e le innovazioni auspicabili in termini di nuovi servizi "ad hoc"**. Lo scenario emerso evidenzia un settore in evoluzione, che può migliorare di certo nelle modalità di comunicazione, ma che trova già nel web condizioni soddisfacenti di supporto alla clientela.

Semplicità, trasparenza e chiarezza sono i tre requisiti fondamentali richiesti dal consumatore e le funzionalità su cui si basa anche l'offerta di wekiwi e che l'azienda cerca di migliorare e implementare ogni giorno, come afferma Massimo Bello, amministratore delegato di wekiwi.it, web company del Gruppo Tremagi, primario operatore energetico privato nel mercato italiano: *"Crediamo con wekiwi di aver intrapreso una strada allineata alle necessità del mercato. La **Carica** di wekiwi, la prima forma di "prepagata" nell'energia, è di fatto uno strumento per accrescere la consapevolezza dei clienti sui propri consumi. Gli strumenti online di wekiwi (app, area riservata, la fattura sintetica con grafici e dati di sintesi) vanno secondo noi incontro alle necessità evidenziate. Tutti noi vorremmo una bolletta più semplice e con meno voci e informazioni di dettaglio e nel tempo il mercato dell'energia potrà evolvere verso proposte più semplici e chiare. Intanto è importante trasferire il messaggio che il web è già affidabile e ricco di opportunità di confronto e comparazione delle offerte o di strumenti di supporto, garantiti ad esempio dalle associazioni dei consumatori"*.



#smartenergy

Website wekiwi.it

Facebook page facebook.com/wekiwienergia

Ufficio stampa

Maria Chiara Salvaneli

M. +39 333 4580190 | Email: mariachiara@salvanelli.it

Company Profile

wekiwi fa parte del **Gruppo Tremagi**, primario operatore privato italiano del settore energetico, già attivo da anni nel mercato libero e che vanta oltre 200.000 punti di fornitura serviti per un fatturato consolidato pari a circa 600 milioni di euro. Nell'ambito del Gruppo wekiwi rappresenterà la web-company destinata a servire un target di clientela digital.

Amministratore unico della società è **Massimo Bello**, con esperienze precedenti in Bain & Company e Illumia, MBA Insead e presidente di AIGET, l'associazione italiana dei grossisti di energia e traders.