

# IL FUTURO PASSA PER IL WEB?

Obiettivo 2018, la parola ai consumatori di energia

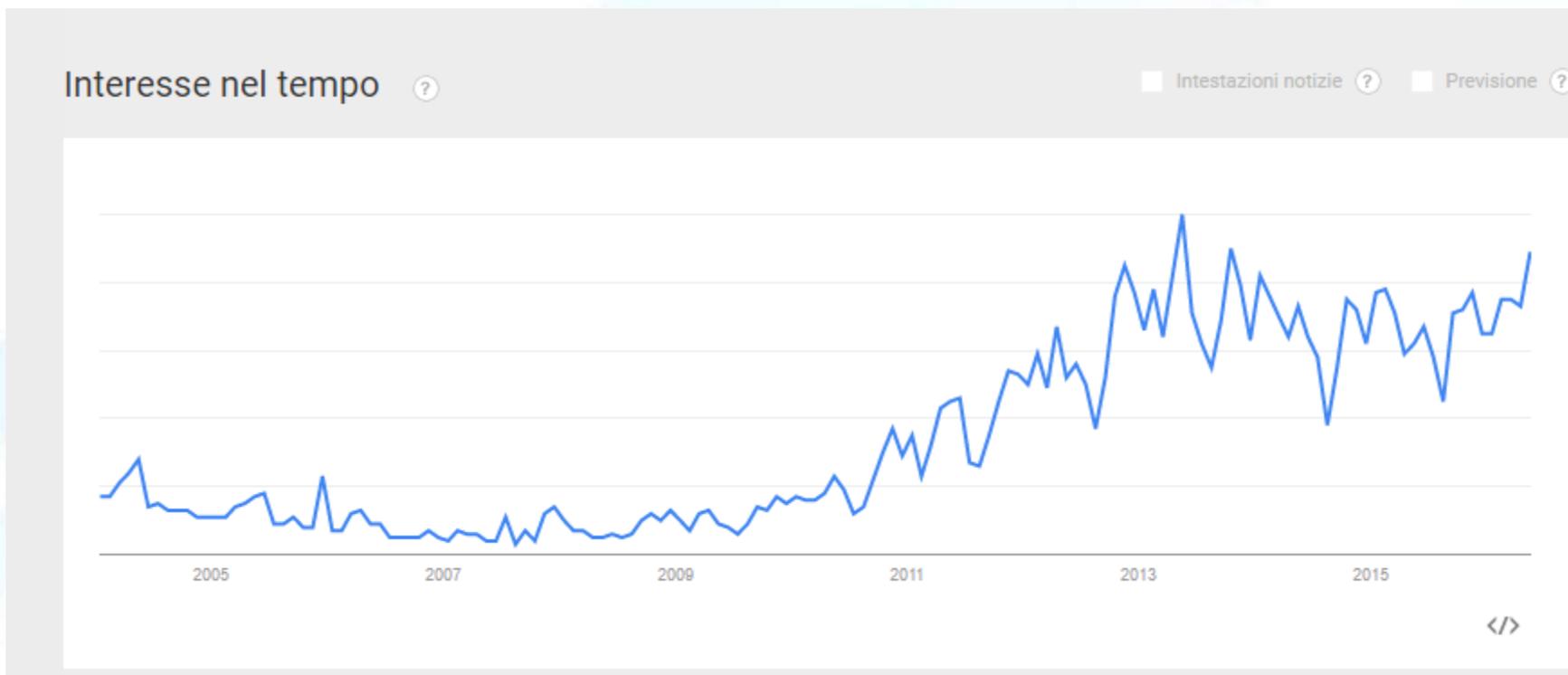
Roma, 10 maggio 2016



# Forte incremento delle ricerche effettuate via web (1/2)

☰ Google Trends

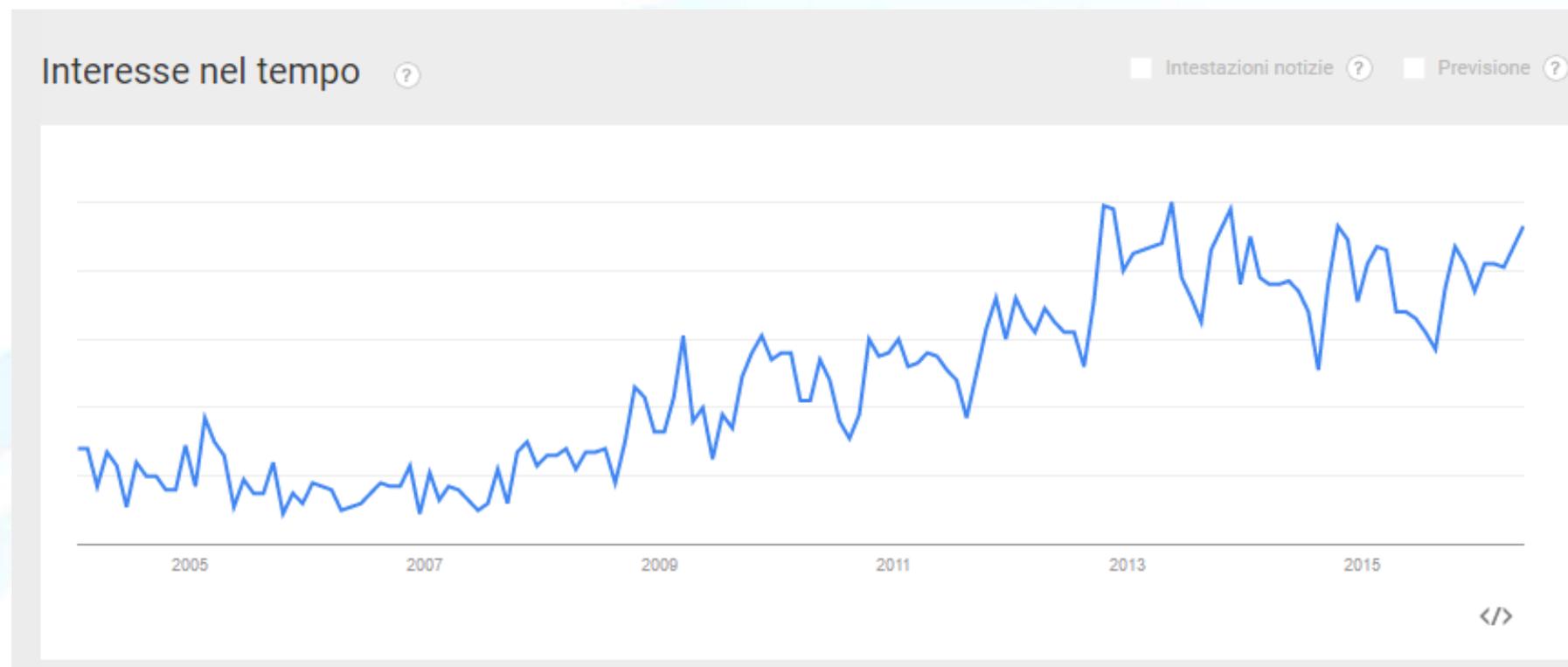
Ricerche su Google «Offerte Luce»



# Forte incremento delle ricerche effettuate via web (2/2)

☰ Google Trends

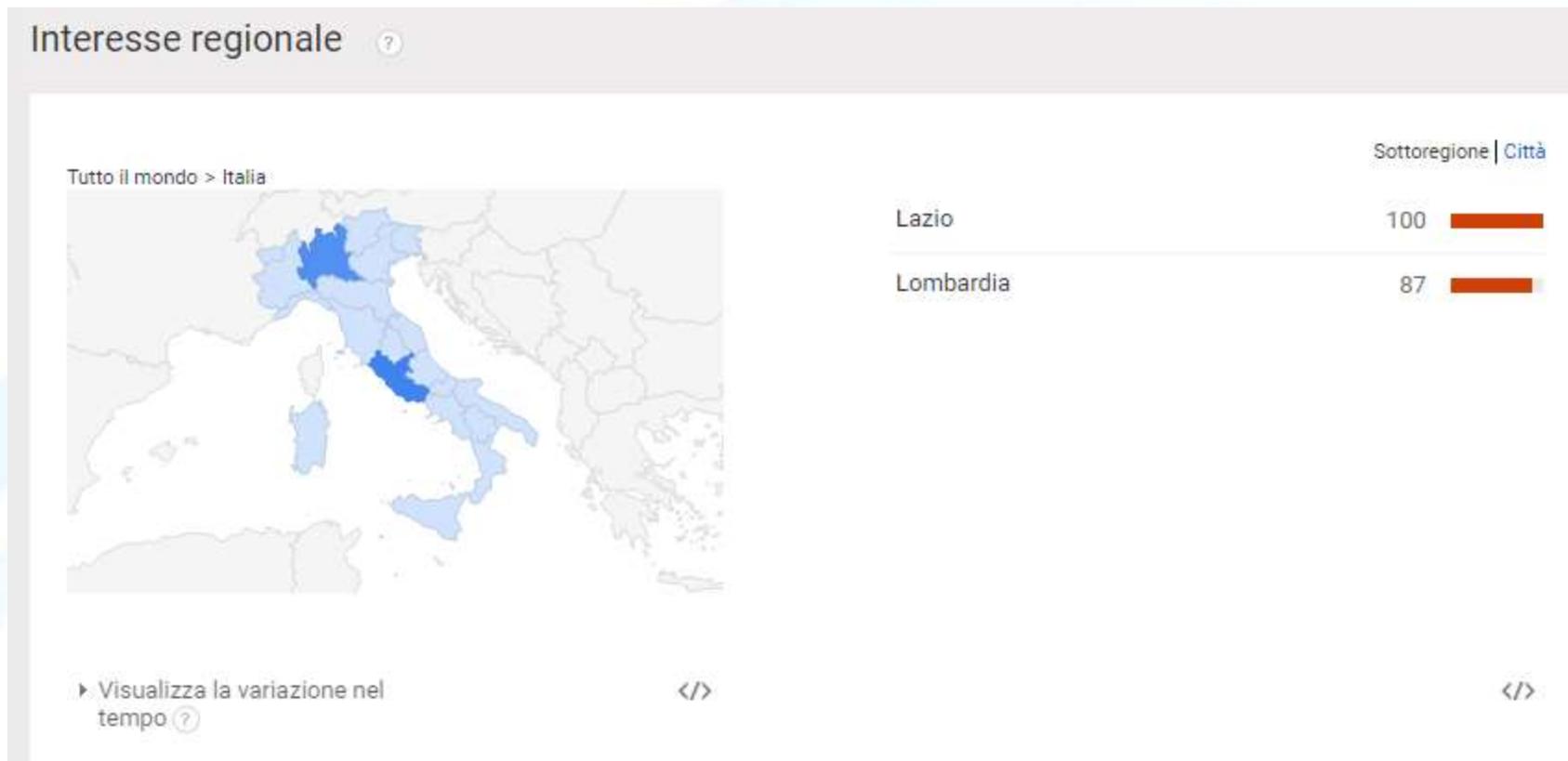
Ricerche su Google «Offerte Gas»



# Concentrazione evidente Milano-Roma

☰ Google Trends

Ricerche su Google «Offerte Luce»



# Le query più cercate

☰ Google Trends

## La percezione è che Eni-Enel siano dominanti

Query	Più cercati	In crescita
enel luce	Impennata	
enel offerte	Impennata	
enel offerte luce	Impennata	
eni gas luce	Impennata	
eni luce	Impennata	
eni offerte	Impennata	
gas e luce	Impennata	

- Perché
  - Brand molto forti e storici (e senza brand unbundling nell'EE)
  - Quote di mercato dei nuovi player ancora modeste
  - Sviluppo del mercato libero EE limitato dalla concorrenza del mercato di tutela

# I nuovi «intermediari» del web



**Comparatori on-line**

**Aggregatori**

# Cosa occorre al mercato e ai consumatori

- Esistono numerosi strumenti di mercato per orientarsi sul web
- Perplexità sulla necessità di strumenti di confronto istituzionali. Es.:
  - Trova Offerte
  - Nuovo portale informativo ex art.28 ddl concorrenza
  - Tutela Simile
- Sul web non è solo questione di pubblicare contenuti, occorre anche implementare strategie di visibilità e marketing, che meglio si addicono a soggetti privati
- Più opportuno vigilare sul funzionamento degli intermediari di mercato che già esistono (perché esistono problematiche)
- Il focus regolatorio dovrebbe essere prioritario sul post-tutela:
  - Come garantire pluralità di fornitori
  - Piano di comunicazione per informare i Clienti finali
  - Condizioni e modalità della tutela di fornitura

# I 5 consigli dell'Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni

la Repubblica+ | Mobile | Facebook | Twitter | Google +

RE LE INCHIESTE | L'Espresso | Network ▾



**ECONOMIA & Finanza** con Bloomberg®

RICERCA TITOLO

CERCA

Home

Finanza con Bloomberg

Calcolatori

Finanza Personale

**AFFARI&FINANZA**

Osserva Italia

UTENTI REGISTRATI ▸ Listino ▸ Portafoglio

## L'Autorità contro i siti comparatori di assicurazioni: conflitti di interessi e poca trasparenza

*Un rapporto dell'Ivass sottolinea le criticità: troppa pubblicità, mancano le indicazioni sulle quote di mercato delle compagnie messe in competizione. Troppe volte, prevalgono gli accordi commerciali tra queste e i siti, a discapito dei consumatori. Due mesi per cambiare registro. Cinque consigli agli utenti*



STRUMENTI

# I 5 consigli dell'Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni

1. I siti comparano solo (o prevalentemente) i prodotti di poche imprese con cui hanno stipulato accordi e da cui percepiscono provvigioni in relazione a ciascun contratto stipulato
2. Il numero delle imprese comparate è di molto inferiore al numero complessivo delle imprese - 68 - che operano nel ramo r.c. auto. L'unico sito, non commerciale, che oggi compara tutte le imprese è quello pubblico gestito dall'IVASS e dal MISE ([www.tuopreventivatore.it](http://www.tuopreventivatore.it)).
3. I siti fanno largo uso di messaggi pubblicitari formulati in modo da ingenerare nei consumatori il convincimento di poter ottenere notevoli risparmi ("fino a 500 euro") e di acquistare il "miglior prodotto". Spesso dichiarano di confrontare le "migliori" imprese o i "migliori" prodotti. Non indicano tuttavia i criteri di valutazione delle imprese e dei prodotti né le basi di calcolo del risparmio promesso.
4. La polizza più economica può non essere la più adeguata alle proprie esigenze assicurative. La comparazione è oggi basata esclusivamente sul prezzo della polizza e non tiene conto delle condizioni contrattuali, ad esempio massimali di garanzia, franchigie, diritti di rivalsa, esclusioni e limitazioni della copertura. Risultano comparati prodotti con clausole diverse come, ad esempio, la c.d. "guida esclusiva" (che limita la guida ad un solo conducente) o la c.d. "guida libera" (che non ha questa limitazione). Occorre valutare attentamente se le polizze presentate dal sito sono adatte alle proprie esigenze.
5. E' pratica diffusa dei siti abbinare alla garanzia r.c. auto coperture accessorie non richieste dal consumatore, costringendolo a deselezionarle in un momento successivo. Ciò può essere motivato dal fatto che le imprese di assicurazione *partner* in genere riconoscono ai siti, in caso di abbinamento, ulteriori provvigioni.

# Cosa è accaduto in Francia per i comparatori on-line

## Regole di trasparenza – cosa dichiarare

- Legami commerciali con le aziende che vendono sul comparatore
- L'esistenza di compensi per la conclusione dei contratti o per il posizionamento in graduatoria
- Criteri con i quali sono effettuate le graduatorie
- Presenza di eventuali oneri o servizi aggiuntivi

Regole in vigore In Francia dal primo luglio 2016 in base al decreto 505/16

# Come possono differire i criteri di esposizione

## Esempio su ore diurne-notturne

COMPARATORE	CONSUMO TIPO	F1	F2	F3
1	2700	32,00%	68,00%	
2	2700	33,00%	67,00%	
3	3200	mono		
4	1600	mono		
5	2000	40,00%	60,00%	
6	2690	15,00%	85,00%	

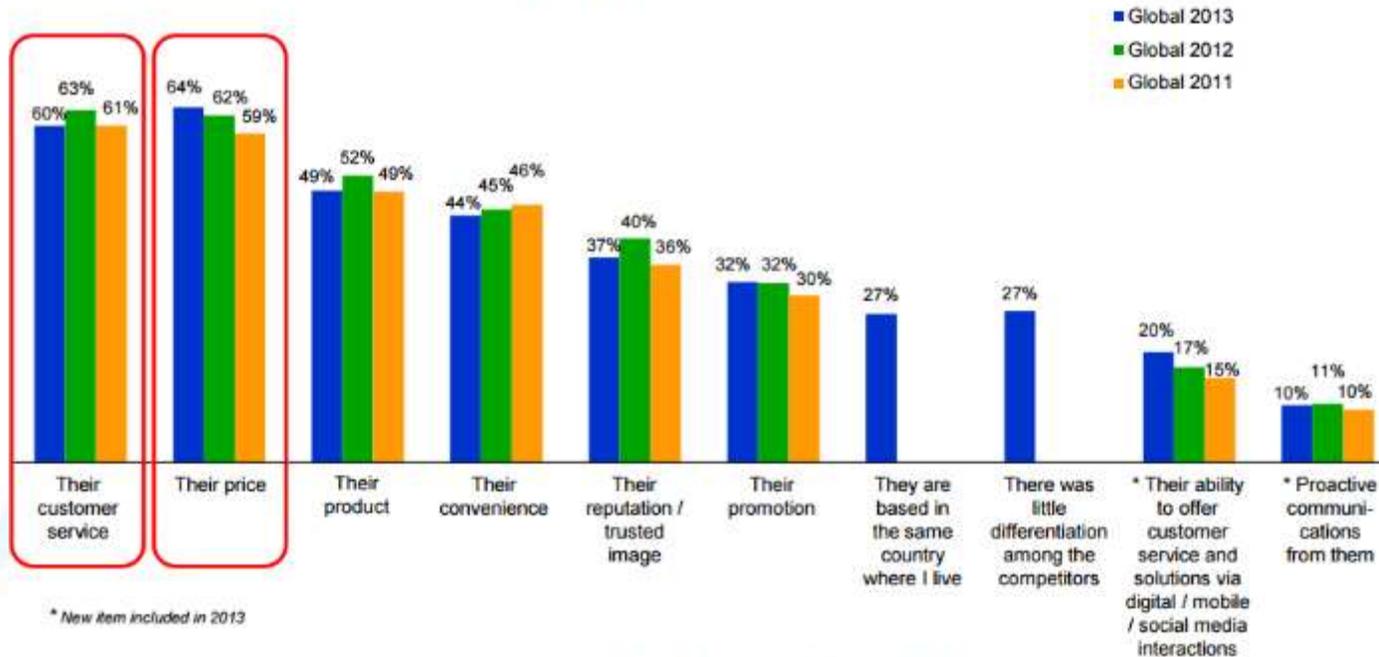
- La tipologia «pre-impostata» può influenzare la scelta, solo il cliente avveduto modifica il suo profilo di consumo
- Idem nel trova-offerte esiste un'impostazione predefinita «sconti permanenti» ma non «sconti una tantum» che non è di facile comprensione

# Dove è ancora possibile intervenire (1/2)

Globally, customers chose their new provider (after switching because of poor customer service) primarily due to service and price.

Factor(s) that made customers choose their new service provider after switching in the past year (Choose all that apply)

2010-2013 Global



\* New item included in 2013

Copyright © 2013 Accenture. All rights reserved.

Base size: respondents who switched service providers in the past year due to poor customer service

24

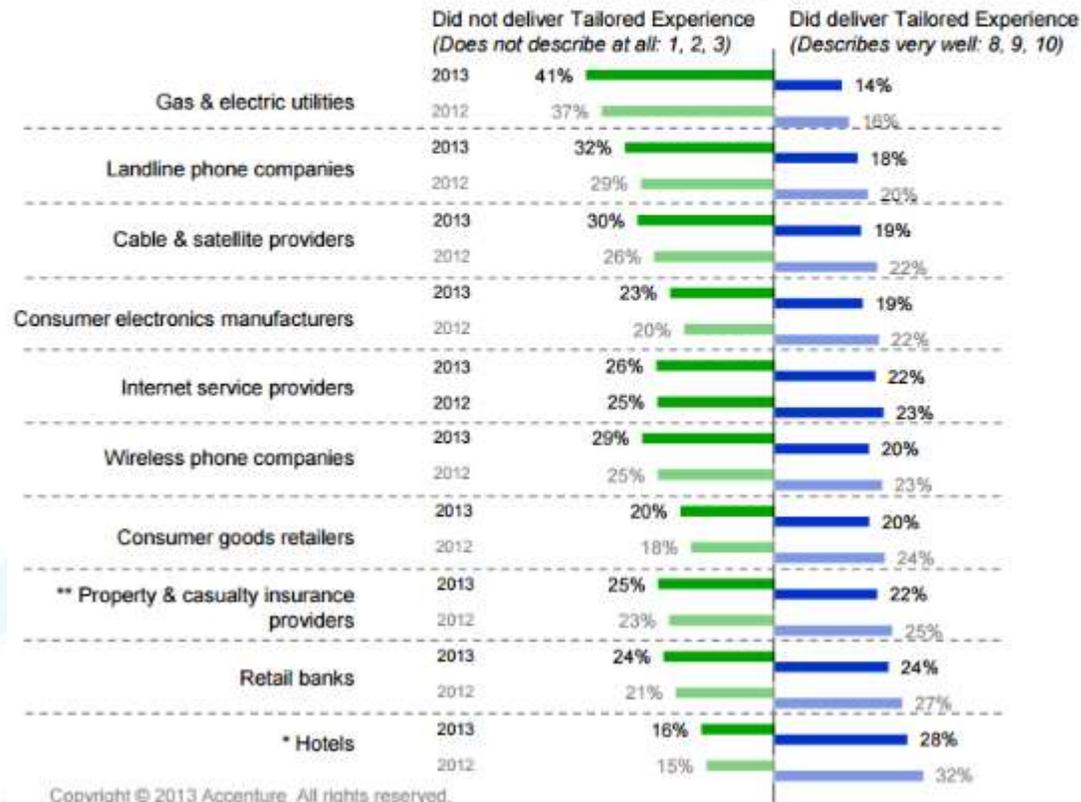
- Il Servizio al pari del prezzo è un elemento primario alla base dello switch
- Meno «uniformità» nelle regole del servizio può favorire la concorrenza
- Il web è un'opportunità per differenziare i servizi

## Dove è ancora possibile intervenire (2/2)

Globally, many industries still fall short on delivering a more tailored experience and, for others, there is not much change compared to last year.

Consumers agreeing/disagreeing their provider delivers tailored experience

2012-2013 Global



Copyright © 2013 Accenture. All rights reserved.

- L'insoddisfazione verso il proprio fornitore di energia e gas è un fenomeno globale, probabilmente per la natura del servizio erogato
- Standardizzare non può aiutare a superare questa problematica (es. bolletta, livelli di servizio customer care, contrattualistica)