



OSSERVATORIO EDISON-CENSIS

**Possibilità di scelta,
servizi aggiuntivi e
fornitore di fiducia:
perché i laziali scelgono
il mercato libero**

**INSTANT REPORT
REGIONE LAZIO**

Roma, 6 novembre 2025

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1. | Il valore di una interpretazione su scala regionale | 3 |
| 1.1. | <i>Un osservatorio sulle dinamiche del mercato libero nel Lazio</i> | 3 |
| 1.2. | <i>Supporto per agire</i> | 4 |
| 1.2.1. | Le famiglie: <i>diffusa cultura di mercato e spinta all'efficientamento energetico</i> | 4 |
| 1.2.2. | Le imprese: una proattività virtuosa, da potenziare | 6 |
| 2. | Lo scenario regionale | 8 |
| 2.1. | <i>Demografia, economia e consumi</i> | 8 |
| 2.2. | <i>Indicazioni sul sistema di imprese regionale</i> | 9 |
| A. | <u>Il punto di vista e le esperienze dei consumatori laziali</u> | 11 |
| 3. | Una cultura di mercato che avanza | 12 |
| 3.1. | <i>Autonomia e consapevolezza</i> | 12 |
| 3.1.1. | Finalmente posso scegliere | 12 |
| 3.2. | <i>Mai più senza servizi aggiuntivi</i> | 13 |
| 3.2.1. | Il binomio prezzo-servizi come leva nella scelta del fornitore | 13 |
| 3.2.2. | Servizi aggiuntivi apprezzati | 14 |
| 3.3. | <i>Supporto e fiducia: le priorità dei laziali</i> | 15 |
| 3.3.1. | Negozi di prossimità indispensabili per capire | 15 |
| 3.3.2. | La fiducia nel <i>brand</i> contro i predatori | 15 |
| 3.4. | <i>Selezionando l'offerta migliore</i> | 16 |
| 3.4.1. | Criteri di selezione | 16 |
| 3.4.2. | Vince l'informazione online | 17 |
| 4. | Verso l'efficientamento energetico | 18 |
| 4.1. | <i>Consumare con criterio</i> | 18 |
| 4.1.1. | Abitudini energetiche consapevoli | 18 |
| 4.1.2. | Con un aiuto potrei consumare di meno | 19 |
| 4.2. | <i>L'alta attrattività delle tecnologie di efficientamento</i> | 19 |
| 4.2.1. | Voglio investire per consumare meglio | 19 |
| 4.2.2. | Cosa stimolerebbe a investire | 20 |
| 4.2.3. | Sostituzione del gas: trasformare l'intenzione in azione | 21 |
| 4.3. | <i>La spinta verso l'autoproduzione</i> | 21 |
| 4.3.1. | La voglia di partecipare alle Comunità Energetiche | 21 |
| 4.4. | <i>Le sfide dei condomini</i> | 22 |
| 4.4.1. | Alti costi e bassa capacità decisionale | 22 |
| 4.4.2. | Abbattimento dei costi, condizione necessaria | 22 |
| 5. | Quale energia per l'Italia | 24 |

| | |
|---|-----------|
| B. <u>Il punto di vista e le esperienze delle imprese laziali</u> | 25 |
| 6. Profilo delle imprese | 26 |
| 7. Supporto cercasi | 27 |
| 7.1. <i>Incertezza e timori sui costi</i> | 27 |
| 7.2. <i>Non ho tempo da dedicare all'energia</i> | 27 |
| 7.3. <i>Chi si muove e chi resta indietro</i> | 28 |
| 7.4. <i>Cosa motiva le imprese</i> | 28 |
| 7.5. <i>Ostacoli e possibili soluzioni</i> | 29 |
| 7.6. <i>L'autoproduzione incuriosisce</i> | 30 |
| 8. Nel mercato dell'energia | 32 |
| 8.1. <i>Priorità prezzo</i> | 32 |
| 8.2. <i>Flessibilità, prezzo fisso e strumenti digitali</i> | 32 |
| 8.3. <i>Meno burocrazia, please</i> | 33 |
| 8.4. <i>Criticità</i> | 34 |
| Tabelle e figure | 35 |

1. IL VALORE DI UNA INTERPRETAZIONE SU SCALA REGIONALE

1.1. Un osservatorio sulle dinamiche del mercato libero nel Lazio

Il presente Report offre un quadro articolato delle scelte energetiche di famiglie e imprese del Lazio, mettendo in relazione comportamenti, valori e strategie operative con le dinamiche del mercato libero dell'energia elettrica e del gas e con i processi di transizione energetica verso una società più sostenibile.

Le informazioni raccolte non si limitano a descrivere consumi e spese, ma consentono di comprendere come le decisioni quotidiane siano influenzate da percezioni di rischio, complessità normativa, incertezza economica e opportunità legate a innovazione e sostenibilità. I risultati emersi consentono di cogliere le analogie e le diversità delle dinamiche del Lazio rispetto a quelle osservate a livello nazionale.

Il Report nasce da una rilevazione condotta con metodologia integrata, che combina analisi quantitativa e qualitativa, ponendo al centro l'esperienza diretta di famiglie e imprese del Lazio. L'indagine ha coinvolto nuclei familiari e piccole imprese dei vari settori, al fine di rappresentare in modo equilibrato il tessuto socio-economico regionale.

L'approccio adottato consente di leggere in parallelo la prospettiva dei consumatori e quella delle imprese, evidenziando come i comportamenti energetici si radichino in percezioni, aspettative e vincoli operativi specifici. L'obiettivo non è solo misurare consumi e preferenze, ma interpretare le logiche che orientano le scelte di fronte a un mercato in rapida evoluzione, attraversato da trasformazioni tecnologiche, normative e ambientali.

Il Report restituisce la misura della maturità energetica del territorio e della consapevolezza che si è generata nel quotidiano, offrendo uno sguardo su una realtà orientata al risparmio, alla sicurezza e alla semplificazione.

Il presente lavoro si inserisce nel quadro della collaborazione consolidata tra Edison e Censis, che ha consentito di integrare dati quantitativi e qualitativi, mettendo a sistema fonti statistiche, informazioni di mercato e rilevazioni dirette su famiglie e imprese del territorio.

L'impianto metodologico condiviso integra, dunque, l'analisi strutturale con l'ascolto dei soggetti, restituendo un quadro interpretativo delle motivazioni e delle strategie operative che orientano le scelte energetiche.

Il Report diventa così uno strumento utile per riconoscere le traiettorie di cambiamento in atto nel sistema energetico regionale, fornendo elementi concreti per comprendere come la cultura dell'energia si stia evolvendo nel Lazio tra ricerca di ottimizzazione di consumi e costi, innovazione e responsabilità ambientale.

Il presente Report prosegue il percorso territoriale nell'ambito delle attività dell'Osservatorio su culture dell'energia e della sostenibilità degli italiani, che Edison e Censis hanno avviato nel 2024 con le regioni di Toscana, Puglia e Sicilia e che quest'anno ha coinvolto il Lazio e il Veneto.

L'esito è uno straordinario affresco, unico nel suo genere, che racconta analogie e diversità dell'evoluzione delle culture dell'energia nei diversi contesti. Un'integrazione altamente funzionale delle conoscenze relative alla dimensione nazionale che sono il fil rouge delle cinque edizioni del Rapporto Edison-Censis.

1.2. Supporto per agire

1.2.1. Le famiglie: *diffusa cultura di mercato e spinta all'efficientamento energetico*

I consumatori del Lazio mostrano apprezzamento per il mercato libero dell'energia poiché consente di scegliere soluzioni adatte alle proprie esigenze. Non sorprende quindi che molti dei consumatori ancora nel *Servizio a tutele gradualì* (STG) vorrebbero spostarsi nel mercato libero.

Il buon giudizio del mercato libero dell'energia riflette la crescente maturità delle famiglie laziali che, nel valutare da chi acquistare, guardano oltre il solo prezzo.

Non sorprende, quindi, che nelle scelte dei consumatori laziali stanno diventando sempre più rilevanti i servizi aggiuntivi, al punto che nei casi in cui i cittadini sono insoddisfatti dei servizi offerti dal fornitore di energia, sono pronti a cambiarlo.

La scelta del fornitore e, più in generale, l'elaborazione delle decisioni delle famiglie del Lazio nel mercato libero non sono più determinati in via primaria e, a volte esclusiva, dal prezzo, piuttosto dalla ricerca di un equilibrio tra prezzo e servizi aggiuntivi disponibili.

L'apprezzamento per il mercato libero coesiste con la consapevolezza che le opportunità che garantisce vanno di pari passo con le criticità che lo rendono un mare non sempre facile da navigare.

I cittadini del Lazio, infatti, sentono molto l'operato dei predatori, vale a dire quei soggetti che praticano forme di marketing aggressivo o che addirittura immettono offerte che si rivelano truffaldine, facendo leva su informazioni poco chiare.

Così per acquisire autonomia e muoversi con sicurezza in questo panorama, evitando trappole e offerte ingannevoli, i consumatori laziali ritengono fondamentale poter contare sul supporto di consulenti esperti, meglio se facilmente accessibili in negozi di prossimità del fornitore di fiducia. Avere partner affidabili con cui instaurare un rapporto di fiducia e avere un confronto continuo: ecco esigenze particolarmente sentite dai laziali.

Guai a pensare che queste esigenze spingano i cittadini laziali a ritirarsi dal mercato, al contrario, dall'indagine emerge che i consumatori tendono ad attivarsi autonomamente nella ricerca di informazioni attraverso i canali online per potersi orientare.

Piuttosto diffusi sono poi comportamenti che rispondono alla logica *consumare meno, consumare meglio*, con una proliferazione di micro accorgimenti quotidiani e la voglia di riorganizzare in modo più efficiente i consumi, proprio per questo ritengono essenziale avere supporto da esperti in grado di guidarli per una ottimizzazione dei consumi.

In generale, rispetto alla media nazionale, le famiglie del Lazio hanno una più alta propensione a investire in tecnologie di efficientamento energetico, oltre che a ricorrere di più all'elettrificazione, con sostituzione del gas.

Ci sono però ancora non poche difficoltà che frenano le scelte di investimento, a cominciare dai costi considerati elevati e all'eccessiva complessità delle procedure burocratiche. Ecco perché, anche in questo ambito, dalle famiglie laziali emerge con forza il bisogno di essere affiancati da fornitori che non si limitano a offrire il servizio, ma sono pronti a dare indicazione per le diverse fasi del processo, dalla consulenza all'installazione, sollevandole dal peso degli adempimenti burocratici spesso di difficile comprensione.

Accanto a una maggiore propensione all'efficientamento energetico, cresce anche la conoscenza delle Comunità energetiche e, soprattutto, il desiderio di parteciparvi. La figura del *prosumer* non è più sconosciuta ai laziali, e questa maggiore disponibilità rappresenta un'opportunità importante poiché con un

rafforzamento della comunicazione e incentivi mirati, il Lazio può diventare un terreno molto favorevole per l'adesione alle Comunità energetiche.

Nei condomini, le discussioni sui temi energetici sono poco frequenti e, quando avvengono, tendono a focalizzarsi sull'alta percezione dei costi dell'energia. Quando poi si introducono soluzioni alternative, come l'autoproduzione, allora i costi, gli aspetti tecnici e le procedure scoraggiano molti.

Anche in questo caso è fondamentale promuovere iniziative di supporto e accompagnamento, affiancando agli Amministratori degli esperti che li aiutino a comprendere il funzionamento reale dell'autoproduzione, a districarsi tra i passaggi burocratici e, soprattutto, a capire come accedere ai vari incentivi disponibili.

1.2.2. Le imprese: una proattività virtuosa, da potenziare

Per le imprese del Lazio il timore legato ai prezzi e all'approvvigionamento dell'energia resta elevato, alimentato dall'instabilità del panorama geopolitico con guerre e tensioni internazionali. L'energia è ancora percepita come un fattore esterno, un avversario che necessita di essere tenuto sotto controllo.

Ma tale paura, a differenza di quanto avviene nel contesto nazionale, non genera siderazione, al contrario, una quota un po' più elevata di quella rilevata a livello nazionale si dimostra *vigile e attiva*, cioè, ha un approccio non passivo tra contenimento dei consumi e investimenti in efficientamento energetico.

Nel caso del Lazio si riscontra quindi una certa proattività nel *sistema imprese* in cui lo shock dei prezzi energetici invece di paralizzare e scoraggiare ha spronato le non poche piccole realtà produttive a reagire trovando soluzioni per contenere i costi energetici nel medio-lungo periodo.

Rimane comunque necessario consolidare e amplificare questa proattività garantendo un supporto adeguato alle imprese a partire dalla possibilità di ottenere finanziamenti agevolati e dalla presenza di fornitori affidabili che offrano soluzioni *chiavi in mano*, determinanti per superare le barriere tecniche e burocratiche che spesso frenano l'adozione di tecnologie di efficientamento.

Nonostante l'interesse verso forme di autoproduzione di energia, le Comunità energetiche sono ancora poco conosciute. È evidente la necessità di un potenziamento della comunicazione per valorizzare questa opportunità in un

territorio dove le basi per un'evoluzione in chiave sostenibile sono già presenti.

Attualmente, nelle imprese laziali il prezzo rimane il criterio principale nella scelta del fornitore di energia. Le offerte sul mercato dell'energia elettrica e del gas vengono valutate principalmente in funzione della convenienza economica, con elementi come il prezzo fisso o la possibilità di cambiare fornitore senza costi aggiuntivi che giocano un ruolo determinante.

Anche i servizi più apprezzati da parte delle imprese riflettono l'esigenza di semplificazione, trasparenza e supporto nell'orientamento poiché emerge con forza il bisogno di ricevere aiuto nella comprensione degli incentivi disponibili e nella gestione delle pratiche burocratiche necessarie.

In sintesi, il nesso tra dinamiche della transizione energetica e sistema di imprese laziale sono:

- *un elevato peso reale e percepito del prezzo*, che comunque stimola un'attenzione superiore a quella rilevata a livello nazionale sugli investimenti in efficientamento energetico. Un'attitudine che va ovviamente potenziata ulteriormente;
- *un evidente fastidio per la complessità delle procedure burocratiche e delle modalità di accesso agli incentivi disponibili*, che significa una domanda potenziale per interventi in grado di semplificare l'accesso alle opportunità esistenti;
- *la richiesta di un supporto solido, competente, affidabile, meglio ancora se con logica soluzioni chiavi in mano*. Particolarmente apprezzato sarebbe un fornitore con esperti in grado di seguire tutto il processo senza richiedere un coinvolgimento operativo diretto da parte delle imprese, visto che dichiarano di non avere tempo e risorse necessarie per occuparsene;
- *un interesse per autoproduzione e Comunità energetiche*, che va assolutamente amplificato con una comunicazione potente e capillare.

In definitiva, per le piccole e piccolissime imprese operanti nel territorio del Lazio ci sono segnali interessanti della volontà di investire in efficientamento energetico, ma è urgente potenziare tale intenzionalità ampliando anche la quota di imprese coinvolte. Tutto ciò richiede un impegno diretto nella costruzione e messa a disposizione di strumenti adeguati e di un ecosistema di supporto capace di trasformare le buone intenzioni in azioni concrete.

2. LO SCENARIO REGIONALE

2.1. Demografia, economia e consumi

Le scelte delle famiglie del Lazio rispetto ai temi dell'energia vanno opportunamente incastonate nelle dinamiche regionali di contesto, con riferimento in particolare alla demografia, all'economia e anche all'evoluzione del sistema di imprese regionale.

Il Lazio ha circa 5,7 milioni di abitanti concentrati per il 74% nella provincia di Roma. Le altre province hanno una popolazione nettamente inferiore con Latina che conta 566.671 residenti, Frosinone 462.363, Viterbo 307.430 e Rieti 149.923 abitanti.

Tra il 2011 e il 2025 solo Latina (+0,7%) e Roma (+0,2%) registrano un lieve incremento demografico (+0,2%), mentre le province di Frosinone (-5,9%), Rieti (-4,8%) e Viterbo (-3,1%) hanno avuto una contrazione. In generale, il Lazio tra 2015 e 2024 ha registrato una riduzione della popolazione del -0,6%, inferiore comunque alla media nazionale che è stata pari a -2,3%. La tenuta della popolazione della provincia di Roma ha compensato le dinamiche discendenti delle tre province in contrazione di abitanti.

Riguardo alla distribuzione per classi di età nella regione, la quota di anziani sul totale della popolazione è salita dal 20,9% del 2015 al 23,8% del 2025.

Ancor più marcata è la situazione raccontata dall'indice di vecchiaia che si attesta al 199,7% con un aumento consistente negli ultimi dieci anni: +48,7 punti percentuali (49,3 punti percentuali nel contesto nazionale). In termini concreti, per ogni 100 giovani si contano ormai circa 200 persone con almeno 65 anni.

L'indice di dipendenza strutturale, come rapporto tra persone in età attiva e anziani e minori fino a 14 anni, nel Lazio è pari al 55,7%, in linea con la media nazionale pari al 57,8%. E negli ultimi dieci anni, tale indice è aumentato di oltre due punti percentuali in linea con i valori medi nazionali.

Riguardo a dati di contesto economico, nel 2023 (ultimo anno di cui c'è disponibilità del dato) il Pil è risultato pari a 240 miliardi di euro, con un incremento del 3,2% nel periodo 2019-2023, inferiore al 4,8% dato medio nazionale.

Il Pil pro-capite è pari a 42.107 euro; la spesa per consumi delle famiglie è di 125.972 milioni di euro, con una variazione percentuale reale, tra il 2019 e il

2023, dell'1,5%. La spesa per consumi delle famiglie per abitante è stata pari a 22.032 euro, con +2,4% nel triennio (+1,3% nel contesto italiano).

Per i consumi energetici, invece, nel 2024 il Lazio era secondo nella graduatoria per distribuzione regionale di energia elettrica per il settore domestico, con un consumo di 5.638 GWh. Nello stesso anno, il consumo medio di energia si attestava sui 1.907 kWh, in calo del 2,2% rispetto al 2019.

Per i consumi di gas, nel 2024 il Lazio aveva un consumo di 809 M(m3), per un consumo medio di 453 m3, in calo del 29% rispetto al 2024 (-20,5% a livello nazionale).

2.2. Indicazioni sul sistema di imprese regionale

Un sintetico inquadramento del sistema di imprese del Lazio consente di collocare anche il tema del loro rapporto con l'energia all'interno dei connotati e delle dinamiche del tessuto produttivo regionale.

Le imprese attive nel Lazio sono 466.405, con una diminuzione dell'1,9% rispetto al 2014, in linea con la media nazionale (-1,9%), anche se inferiore alla flessione osservata nelle altre regioni del Centro (-4,7%).

Per tipologia giuridica, il 47,2% delle imprese del Lazio è costituito da imprese individuali (56,3% in Italia), il 42,6% da società di persone (28,3% in Italia) e il 7,4% da società di capitale (13% in Italia).

La distribuzione delle imprese per settore di attività economica segnala la consistente presenza di imprese del commercio all'ingrosso e al dettaglio, che rappresentano il 25,3% delle imprese laziali (118.231 unità), e poi di quelle del settore delle costruzioni con il 15,5%.

Il settore dei trasporti e del magazzinaggio ha il 3,5% del totale delle imprese regionali di contro al 2,8% in Italia, ma ha il numero più alto di addetti, 342.037 persone pari al 17% del totale degli addetti nelle imprese laziali. Seguono gli addetti nel commercio (14,3% del totale, contro il 6,6% nazionale) e nei servizi di supporto alle imprese (11,2%, rispetto all'8,7% italiano).

Nel 2024 le esportazioni delle imprese laziali hanno raggiunto un valore di circa 31,6 miliardi di euro, pari al 5,1% del totale nazionale. Tra il 2015 e il 2024 le esportazioni sono cresciute del 33,6% in termini reali, anche se va segnalato che tra il 2022 e il 2024 si è registrata una contrazione del 3,5%. I principali mercati di destinazione sono Belgio, Paesi Bassi e Stati Uniti, con rispettivamente il 18,6%, il 12,4% e l'11,3% delle esportazioni regionali.

È evidente che il sistema di imprese regionale, anche per i connotati dei settori più rilevanti come trasporto o commercio, ha nell'energia una dimensione strategica della propria attività, tanto da rendere l'efficientamento energetico essenziale per contenere i costi operativi e potenziare la competitività, promuovendo al contempo una più alta sostenibilità.

A. IL PUNTO DI VISTA E LE ESPERIENZE
DEI CONSUMATORI LAZIALI

3. UNA CULTURA DI MERCATO CHE AVANZA

3.1. Autonomia e consapevolezza

3.1.1. Finalmente posso scegliere

La progressiva apertura alla concorrenza dei mercati dell'energia sino al Big Bang dello scorso anno ha reso centrale per i cittadini la possibilità di scegliere il proprio fornitore. È positivo il giudizio sul mercato dei residenti nel Lazio e, a motivare questa scelta, in primo luogo, c'è l'apprezzamento per la libertà di scelta tra diversi fornitori (76,2%) e la fiducia riposta nell'affidabilità del fornitore (72,3%) (**fig. 1**).

Accanto a questi aspetti, i consumatori laziali valorizzano anche la disponibilità di offerte contrattuali alternative tra cui orientarsi (71%) e la semplicità con cui è possibile passare da un fornitore all'altro (71,5%).

Il 52,8% dei cittadini laziali valuta, poi, positivamente la presenza di servizi aggiuntivi nelle offerte commerciali, quota superiore sia a quella del Centro (47,4%) che alla media nazionale (49,8%).

Pertanto, i dati indicati relativi alle opinioni dei cittadini laziali confermano quanto osservato a livello nazionale: il mercato libero piace ed è apprezzato poiché è il meccanismo più efficace per consentire alle persone di esercitare la propria scelta, dal fornitore alla specifica offerta. Non solo, la possibilità di cambiare fornitore in caso di insoddisfazione o di migliore offerta, è la garanzia che la libertà di scelta dei consumatori resta nel tempo il meccanismo di funzionamento decisivo del mercato stesso.

Tale apprezzamento non è solo un dato di fatto che riflette il punto di vista soggettivo dei cittadini del Lazio sui mercati dell'energia, ma è anche un potente indicatore di una maturazione in corso rispetto al significato profondo del passaggio al mercato libero nel settore dell'energia.

Infatti, come emergerà ulteriormente nel proseguo del presente Rapporto, c'è una notevole consapevolezza dei cittadini del Lazio che nel mercato libero dell'energia il prezzo non può più essere vettore esclusivo delle loro scelte.

A contare per i consumatori del Lazio è piuttosto il valore complessivo delle offerte, che include i servizi aggiuntivi e aspetti essenziali come la qualità del servizio, la trasparenza e l'affidabilità del fornitore stesso.

Pertanto, nel tempo trascorso dalla piena operatività del mercato libero indubbiamente si è assistito ad un consolidamento della cultura di mercato

dei consumatori del Lazio che guardano con maggiore attenzione anche agli aspetti extra-prezzo per valutare fornitori e offerte.

Ulteriore certificazione dell'attrattività del mercato libero risiede nel dato relativo ai consumatori che sono ancora nei mercati regolati: infatti, il 56,3% dei cittadini laziali che ancora non fa parte del mercato libero dichiara di avere intenzione di passare ad esso, quota superiore sia alla media nazionale (50,2%) sia a quella del Centro (49,1%).

È evidente che ad esercitare attrazione su questi consumatori è non solo la voglia nel lungo periodo di poter beneficiare di prezzi più convenienti, ma soprattutto la possibilità di costruire una fornitura su misura.

3.2. Mai più senza servizi aggiuntivi

3.2.1. Il binomio prezzo-servizi come leva nella scelta del fornitore

Come già emerso in precedenza, i consumatori del Lazio sono particolarmente attenti al valore dei servizi aggiuntivi, connotato che si presenta in misura più marcata rispetto agli orientamenti medi nazionali.

Infatti, dai dati emerge che nella scelta del fornitore di energia per il 43% dei consumatori laziali quel che conta è la combinazione di prezzo e servizi aggiuntivi, una quota significativamente superiore sia a quella del Centro (32,9%) che alla media nazionale (36,9%) (**fig. 2**). Riguardo agli altri fattori della matrice dei criteri di scelta, il 30,8% dei laziali indica solo il prezzo, il 21,4% la fiducia, sicurezza e affidabilità del fornitore e il 4,8% i soli servizi aggiuntivi, non il prezzo.

Con il passaggio al mercato libero, i consumatori laziali apprezzano sempre più il valore concreto dei servizi aggiuntivi che, a questo stadio non considerano come un semplice *di più*, piuttosto come componente essenziale dell'offerta. Li cercano attivamente, li apprezzano e li percepiscono come una condizione necessaria, insieme ovviamente al prezzo, per orientarsi nella scelta del fornitore.

Non sorprende, pertanto, che se tali servizi sono assenti o carenti i consumatori laziali sono pronti a rivolgersi altrove: infatti, il 64,5% dichiara che a parità di prezzo, è comunque pronto a cambiare fornitore se insoddisfatto dei servizi aggiuntivi, dato superiore sia a quello del Centro (62,8%) che a quello nazionale pari al 61,8%.

Anche i dati citati, quindi, confermano come i consumatori del Lazio vanno sviluppando, con un ritmo più intenso rispetto alla media nazionale, una

cultura matura di mercato che li porta a considerare ottimale il fornitore capace di coniugare un prezzo competitivo con affidabilità, flessibilità e servizi personalizzati ad alto valore aggiunto soggettivo.

3.2.2. Servizi aggiuntivi apprezzati

Quali sono i servizi aggiuntivi più apprezzati dai consumatori del Lazio?

Dall'indagine emerge che (**fig. 3**):

- l'80,7% considera fondamentale un servizio di assistenza in caso di guasti fruibile telefonicamente o tramite app/chat;
- il 47,2% apprezza le polizze assicurative per coprire i costi di eventuali guasti;
- il 46,6% ritiene rilevanti i servizi di riparazione per elettrodomestici;
- il 27,9% considera importanti altri servizi per la casa e le persone, come pulizie, stiraggio abiti, lavaggio auto e moto, visite mediche di vario tipo, ecc.

Servizi di assistenza rapida, polizze assicurative o interventi di riparazione sono modalità molto concrete che fanno sentire le persone coperte e supportate in caso di imprevisti, con un effetto di potenziamento della percezione di sicurezza familiare. Sono strumenti concreti di espansione del senso profondo del mercato dell'energia in una direzione, quella del mercato di servizi per la buona qualità della vita, che i consumatori laziali comprendono e apprezzano.

L'attenzione dei laziali per tali servizi è, ovviamente, il segnale di opportunità concrete per gli operatori che possono trovare uno sbocco di mercato significativo per le offerte integrate, che combinano la fornitura energetica e i servizi complementari, dando base solida al legame tra consumatore e fornitore.

I consumatori laziali, almeno nelle dichiarazioni, sono un riferimento positivo per i fornitori che hanno scelto di differenziarsi sul mercato proprio per la qualità e articolazione dei servizi aggiuntivi inseriti nelle offerte.

Quel che conta nella presente riflessione è la dimensione socioculturale, poiché i dati consentono di focalizzare la maturità dei laziali rispetto all'evoluzione del mercato libero dell'energia, oltre la dimensione di luogo di sole transazioni energetiche.

L'orientamento citato dei consumatori, quindi, deve stimolare i fornitori a operare nella logica della costruzione di un ecosistema di servizi in grado di fare la differenza nel quotidiano del consumatore, migliorandone la vita nel

micro e i dati dell'indagine indicano che il Lazio può essere il laboratorio più avanzato di questo mercato.

3.3. Supporto e fiducia: le priorità dei laziali

3.3.1. Negozi di prossimità indispensabili per capire

L'apprezzamento del mercato libero da parte dei consumatori del Lazio, poiché in grado di garantire scelte personalizzate, è però accompagnato dalla diffusa percezione che non sia facile orientarsi tra offerte e contratti.

Forse proprio per questa più alta aspettativa sulle opportunità di mercato i laziali, più degli altri, esprimono esplicite difficoltà nell'orientarsi in esso. Così, ad esempio, il 61,6% ritiene i contratti di fornitura un po' troppo complicati, quota superiore al Centro (55,5%) e alla media nazionale (57,3%).

Più in generale, i consumatori laziali sono convinti che le potenzialità positive del mercato sono oggi vincolate dalla sua complessità, con un'articolazione di fornitori e offerte che, pur stimolante, genera anche un certo disorientamento e, quindi, la consapevolezza che sono necessarie anche adeguate competenze.

Pertanto, non sorprende che il 66% dei cittadini del Lazio apprezzi negozi fisici delle aziende dell'energia dove esperti possono spiegare le varie offerte (**fig. 4**). E questa voglia di prossimità facilmente accessibile trova ulteriore conferma nel fatto che il 71,3% dei laziali nel valutare i fornitori attribuisce un'attenzione specifica alla loro dotazione di negozi fisici di prossimità con personale competente per qualsiasi tipo di problema.

I consumatori del Lazio, quindi, condividono un *sentiment* più generale, che va oltre il solo mercato dell'energia, e consiste nella diffusa esigenza di avere riferimenti di fiducia, preferibilmente persone reali con cui costruire relazioni affidabili.

3.3.2. La fiducia nel *brand* contro i predatori

La complessità del mercato e le trappole di cui i consumatori del Lazio temono possa essere disseminato se non si è dotati di una competenza appropriata spiegano anche l'attenzione che hanno per i fornitori con *brand* ad alta *social reputation*, capaci di incarnare sicurezza.

Il 63,4% dei consumatori laziali nel mercato libero attribuisce importanza alla riconoscibilità e affidabilità del fornitore, perché è fonte di fiducia. Un dato prossimo alla media nazionale (65,3%) e superiore, sia pure di poco, a quella del Centro (62,6%).

Il *brand* autorevole e affidabile diventa, come rilevato, un punto di riferimento concreto con il quale confrontarsi e che aiuta a sfuggire a proposte ingannevoli e a predatori.

L'importanza di poter contare su partner di fiducia emerge ulteriormente anche a causa della molteplicità di esperienze negative che non pochi consumatori hanno avuto nel tempo. Dai dati emerge infatti che (**fig. 5**):

- il 54,8% dei consumatori del Lazio ha ricevuto offerte poi risultate ingannevoli, quota superiore al dato del Centro (46,8%) e a quello nazionale (48,1%);
- il 78% riferisce di aver subito chiamate, SMS o e-mail di marketing aggressivo su offerte nel mercato dell'energia. Anche questo dato è superiore a quello del Centro (75,7%) e a quello nazionale (73,4%).

Lo spam continuo, la difficoltà di orientamento nella proliferazione delle numerose offerte e la presenza di proposte quasi truffaldine sono il volto patologico della competizione da cui i consumatori riescono a tutelarsi sia con un upgrading della loro capacità di discernimento, che con una partnership forte e di fiducia con fornitori di provata serietà.

3.4. Selezionando l'offerta migliore

3.4.1. Criteri di selezione

Per i cittadini del Lazio la chiarezza delle condizioni contrattuali e delle tariffe è un elemento imprescindibile nella valutazione positiva di un'offerta: il 91,2% dei laziali ritiene fondamentale avere informazioni trasparenti e comprensibili (**tab. 1**).

Contano, poi, anche criteri di natura economica: l'80,5% degli intervistati apprezza sconti applicati su voci di costo in bolletta e il 67,1% offerte con prezzi modulati in base agli orari di consumo.

Anche la possibilità di avere un prezzo fisso per un periodo determinato (ad esempio, 12 mesi) è giudicata positivamente dal 66,8% dei consumatori, mentre il prezzo variabile, aggiornato periodicamente secondo l'andamento del mercato, è indicato dal 56,4%.

Altri elementi di interesse riguardano l'innovazione e la gestione digitale della fornitura:

- il 75,9% dei cittadini apprezza poter amministrare bollette e pagamenti tramite app o sito web;

- il 72,9% gli strumenti che permettono di monitorare e analizzare i consumi energetici per contenerli;
- il 72,6% i programmi fedeltà con sconti e bonus;
- il 53,7% le offerte basate esclusivamente su energia rinnovabile;
- il 37,1% la possibilità di aggiungere servizi come la connessione internet o il Wi-Fi.

I dati relativi ai criteri di scelta nel mercato libero tra le varie offerte confermano che nei consumatori laziali c'è una propensione a combinare la convenienza di prezzo con benefici aggiuntivi.

3.4.2. Vince l'informazione online

Il 93,9% dei cittadini del Lazio dichiara di raccogliere informazioni prima di scegliere un fornitore di energia (contro il 90,1% del Centro e il 91,4% in Italia). Il dato segnala una specificità di comportamenti dei consumatori nel Lazio, con una maggiore propensione a costruire una base informativa per elaborare una qualche decisione.

Di fronte alle insidie del mercato e alla necessità di ben scegliere operatori e offerte, i cittadini laziali, oltre a capire di avere bisogno di supporto, non restano passivi ma tendono ad accrescere il loro bagaglio informativo, presupposto per potenziare anche la capacità di operare sul mercato stesso.

Tra le molteplici fonti di informazione, i laziali prediligono quelle online, con il 44,3% che si informa tramite siti web di confronto offerte per selezionare la migliore (33,9% Centro, 33,2% nazionale) e il 41,4% che utilizza motori di ricerca online (33,4% Centro, 37,6% nazionale). Si informano poi:

- il 28% sul portale offerte Arera;
- il 27,7% da amici, parenti e colleghi con il passaparola;
- il 25% nei negozi specializzati;
- il 13,2% sui social e siti dei fornitori di energia;
- il 9,2% tramite televisione o radio;
- il 5% tramite giornali cartacei o online.

La ricerca di informazioni in un ecosistema così articolato, reso praticamente infinito dal digitale, segnala una vocazione alla proattività e anche la voglia di contenere quella quota di incertezza che una limitata conoscenza potrebbe determinare.

4. VERSO L'EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

4.1. Consumare con criterio

4.1.1. Abitudini energetiche consapevoli

In linea con il contesto nazionale, l'89,3% dei cittadini dichiara di aver interiorizzato comportamenti di risparmio come, ad esempio, la gestione intelligente di riscaldamento e climatizzatore o lo spegnimento dei dispositivi non in uso (**fig. 6**).

In pratica, una molteplicità di comportamenti che un tempo erano sporadici o propri di ridotte minoranze ideologicamente attente a contenere i consumi energetici, oggi nel Lazio sono diventati tasselli di un mosaico di abitudini che è in grado incidere positivamente sulle quantità di energia consumata.

Peraltro, tra i cittadini del Lazio è un po' più marcata la motivazione green poiché è l'86,2% a limitare l'uso di energia esplicitamente per convinzioni ambientaliste; il dato regionale è superiore quello del Centro (82,5%) e alla media nazionale (83,8%).

C'è poi, ovviamente, la spinta economica legata alla ricerca del risparmio con l'81,3% dei laziali che lega il suo impegno a ridurre i consumi di energia alla pressione del rialzo dei prezzi e al peso delle bollette sui budget familiari.

Che sia per una questione ambientale o per l'effetto dello shock del rialzo dei prezzi o per entrambi, l'esito è una crescente consapevolezza nella società laziale che l'energia non è un bene illimitato.

Altra buona abitudine diventata consueta per le famiglie del Lazio riguarda la gestione intelligente dei consumi, poiché il 58,3% dei laziali dichiara di controllare regolarmente i consumi di energia in casa tramite app o altri strumenti digitali.

È chiaro che esiste un nesso stretto tra il controllo della dinamica dei propri consumi energetici e la capacità di gestione consapevole di essi nel proprio ambito domestico: monitorare e interpretare i dati dei consumi in corso d'opera permette di elaborare scelte più informate e di adottare nuove modalità organizzate nel quotidiano con relativo contenimento di consumi e costi.

È di estrema importanza la dimensione socioculturale sottostante la pratica del controllo dei consumi e della modulazione dei comportamenti quotidiani in funzione del risparmio, perché evidenzia come finalmente una quota significativa di famiglie nel Lazio ha capito che l'energia richiede un

approccio attivo, perché è possibile intervenire sulle quantità consumate contenendo le spese complessive.

È un cambio epocale poiché non si tratta più di attendere l'arrivo della bolletta sperando in un prezzo unitario basso, ma limitarsi ad intervenire sulla variabile strategica delle quantità consumate monitorando e ottimizzando costantemente i consumi.

4.1.2. Con un aiuto potrei consumare di meno

La cultura energetica non è fatta solo di comportamenti virtuosi di sobrietà ma implica anche l'individuazione di strategie volte all'ottimizzazione dei consumi.

Ridurre l'energia utilizzata non significa semplicemente limitare l'uso delle apparecchiature, ma acquisire un novero di competenze che permettano di gestire in modo consapevole e intelligente le risorse disponibili.

Di ciò i laziali sembrano consapevoli poiché emerge con forza la volontà di avere un supporto esperto che aiuti non solo a capire meglio il mercato libero o le offerte disponibili, ma a gestire i processi quotidiani di consumo dell'energia in modo più consapevole: il 51,7% dei laziali è, infatti, convinto che potrebbe ridurre ulteriormente i consumi di energia con l'aiuto di un fornitore o comunque di un esperto. È una quota più alta del centro (46,7%) e della media nazionale (42,4%).

Il sapere esperto è per i consumatori del Lazio un alleato fondamentale per orientarsi nel nuovo mercato, e ancor più per trovare il modello di consumo adatto alle proprie esigenze in grado di minimizzarne il costo economico e l'impatto ambientale.

4.2. L'alta attrattività delle tecnologie di efficientamento

4.2.1. Voglio investire per consumare meglio

Per quanto riguarda le tecnologie su cui gli abitanti del Lazio si dichiarano pronti a investire per migliorare l'efficienza energetica, le preferenze si orientano soprattutto verso il fotovoltaico (54%) e i sistemi di accumulo (51,8%), che insieme delineano una propensione a puntare su soluzioni integrate di produzione e conservazione dell'energia (**tab. 2**). Seguono il solare termico (45,4%), l'isolamento termico dell'involucro edilizio, il cosiddetto cappotto (40,2%), il sistema di climatizzazione più efficiente (37%) e la pompa di calore (33,5%).

Alcune tecnologie, come l'illuminazione a Led e i sistemi di climatizzazione più efficienti, sono ormai largamente diffuse anche se una parte della popolazione è ancora disposta a investire ulteriormente su esse.

Un dato molto positivo è che solo una piccola parte dei consumatori (11%) si limiterebbe a introdurre una tecnologia, mentre la maggioranza pensa a un ventaglio più articolato di interventi:

- il 17,6% sceglierebbe due soluzioni;
- il 23,4% tre;
- il 13,6% quattro;
- il 10,4% cinque;
- il 15,1% sei o sette.

Più in generale, sulle sette tecnologie di efficientamento energetico indicate, il 62,6% dei consumatori laziali ne adotterebbe almeno tre, dato superiore alla media del Centro (60,1%) e a quella nazionale (56,5%).

4.2.2. Cosa stimolerebbe a investire

Tra i fattori che potrebbero incentivare i consumatori laziali ad adottare tecnologie di efficientamento energetico, il 66,4% indica la possibilità di affidarsi a un fornitore che gestisca l'intero processo (*"chiavi in mano"*), il 62,5% la possibilità di ricorrere ad un finanziamento da restituire a rate a tasso zero o molto agevolati e il 58,9% la possibilità di ottenere un qualche forma di finanziamento.

Evidente la funzione di incentivo che potrebbe avere per i laziali la disponibilità di un supporto esperto, così da fluidificare al massimo i passaggi di percorsi che sono percepiti come complessi da portare avanti.

È forte la paura di restare incagliati in iter burocratici difficili da seguire o comprendere, tenuto conto anche dell'esperienza di massa non sempre positiva legata al bonus del 110% per i lavori edilizi.

Pertanto, la possibilità di delegare al fornitore l'intera gestione tecnico-amministrativa risponderebbe all'esigenza di eliminare le barriere burocratiche trasferendo su un esperto il costo dei vari passaggi e consentendo ai cittadini di concentrarsi sui benefici come il risparmio economico, la riduzione dei consumi e il miglioramento della qualità abitativa.

Come emerso dai dati, oltre alla soluzione *chiavi in mano*, sarebbero dei buoni incentivi quelli di natura finanziaria, in grado di alleggerire il peso economico degli investimenti da sostenere.

4.2.3. Sostituzione del gas: trasformare l'intenzione in azione

L'86,2% dei laziali dichiara di disporre di una fornitura di gas, oltre quella dell'energia elettrica e, tra questi, il 63,8% ha preso in considerazione alternative più sostenibili come la pompa di calore, il solare termico ecc., quota in linea con quella del Centro e superiore a quella media nazionale del 57,4%.

Da segnalare che nel Lazio, tra chi ricorre al gas, solo il 18,9% dichiara di non essere interessato alla sua sostituzione, una quota nettamente inferiore rispetto al 26,7% rilevato al Centro e al 29% della media italiana.

Utile l'analisi delle ragioni di chi ha preso in considerazione queste tecnologie, ma alla fine non è riuscito ad adottarle. In linea con il contesto nazionale l'ostacolo principale rimane il costo: il 50,9% non ha adottato pompa di calore, solare termico, ecc., per i costi di intervento troppo elevati.

Tuttavia, non è solo una questione economica, poiché emergono anche altri fattori che contribuiscono a frenare il passaggio. In particolare:

- il 33% richiama i disagi che i lavori necessari per l'installazione creerebbero (21,9% Centro, 28,2% Italia);
- il 23,6% la complessità delle procedure burocratiche (18,7% Centro, 18,1% Italia).

Pertanto, oltre alle caratteristiche strutturali degli edifici, spesso poco adatti alle soluzioni indicate, ci sono le già più volte citate difficoltà legate ai percorsi burocratico-amministrativi.

4.3. La spinta verso l'autoproduzione

4.3.1. La voglia di partecipare alle Comunità Energetiche

Riguardo alle Comunità energetiche (Cer), nel Lazio è il 57,1% dei cittadini a dichiarare di conoscerle, valore superiore sia alla media nazionale (51,5%) che a quella del Centro (52,1%) (**fig. 7**). Le conoscono bene l'11,7% e per grandi linee il 45,3%.

Tra i cittadini del Lazio che dichiarano di sapere cosa siano le Cer, il 67,6% amerebbe aderire. La quota è nettamente superiore a quella rilevata al Centro (56,9%) e in Italia (59,8%) (**fig. 8**).

L'idea del *prosumer*, inteso come il consumatore-produttore che partecipa attivamente alla gestione collettiva dell'energia, sta trovando ampio riscontro nella società laziale. Tuttavia, affinché la propensione dichiarata si traduca in scelte effettive, occorre un notevole sforzo aggiuntivo su vari piani, a

cominciare da una più ampia e capillare comunicazione sui benefici economici e ambientali delle Cer.

4.4. Le sfide dei condomini

4.4.1. Alti costi e bassa capacità decisionale

Il tema dell'energia, e in particolare quello delle Comunità energetiche, riguarda non solo le singole abitazioni, ma anche ovviamente i condomini.

Intanto, è utile comprendere in che misura i temi dell'energia sono oggetto di attenzione in sede di riunioni condominiali, notoriamente segnate da dispersione e conflittualità. Ebbene, al 46,2% dei cittadini del Lazio che partecipa alle riunioni di condominio è capitato di assistere a discussioni relative alle spese condominiali indotte dall'energia consumata nelle parti comuni (**fig. 9**).

Al 28,4% è capitato di partecipare ad una riunione di condominio in cui si è discusso di autoproduzione di energia e di eventuale partecipazione a una Cer.

Inoltre, il 67,5% dei cittadini del Lazio apprezzerrebbe l'installazione di un impianto fotovoltaico nel condominio, dato superiore al 65,3% del Centro e al 64,6% dell'Italia. Sono, però, emersi dalle interviste ostacoli di varia natura all'attivazione di forme di autoproduzione.

Infatti, il 65,5% di chi partecipa a riunioni di condominio evidenzia come tra i condòmini siano emersi timori sui costi iniziali e sulla complessità gestionale di un impianto fotovoltaico o della scelta di aderire a una Cer, il dato è superiore rispetto al Centro (51%) e alla media nazionale (58,6%).

Esiste quindi un paradosso nei condomini: a un'elevata percezione degli alti costi dell'energia, si affianca una ridotta capacità di prendere decisioni operative conseguenti.

Le ragioni sono molteplici e interconnesse: difficoltà a delineare maggioranze nelle assemblee, carenza di capacità tecniche per valutare progetti e anche timori per gli oneri iniziali e la complessità gestionale.

A questo stadio è chiaro che, se non interverranno significative novità, le assemblee condominiali rischiano di restare più un luogo di sfogo per eventuali alti costi dell'energia che un incubatore di possibili soluzioni.

4.4.2. Abbattimento dei costi, condizione necessaria

Il tema dell'energia, quando viene affrontato nelle riunioni di condominio, è quasi sempre trattato con un focus sui costi: infatti nel Lazio il 57,8% di

coloro che partecipano a riunioni di condominio afferma che gli è capitato di assistere a lamentele per le elevate alte spese condominiali per l'energia. Un dato di molto superiore rispetto alla media del Centro (47,6%) e del contesto nazionale (47,2%).

Ma di cosa avrebbero bisogno i condomini per procedere all'adozione di soluzioni di autoconsumo, innovazione in grado di contribuire al contenimento delle spese?

Il 69,1% dei partecipanti alle riunioni condominiali nel Lazio reputa utile coinvolgere un esperto in grado di dare chiarimenti e indicazioni sull'autoproduzione. È il 61,1% tra i residenti del Centro e il 62,8% tra gli italiani.

Più in generale, poi, nel Lazio chi partecipa alle riunioni di condominio valuta come dispositivi incentivanti l'adesione a Comunità energetiche (**fig. 10**):

- l'83,7% l'azzeramento dei costi relativi alla manutenzione dell'impianto;
- l'80,4% un taglio drastico dei costi per la progettazione, l'acquisto e la realizzazione dell'impianto;
- il 79,9% poter contare su un esperto di riferimento che si occupi della questione anche nella fase seguente l'installazione;
- il 79,7% supporto per gli adempimenti burocratici;
- il 76,6% una consulenza all'installazione puramente informativa, senza impegno a procedere;
- il 67,8% la certezza di vendere l'energia prodotta.

L'adesione su larga scala alle Cer in questa fase passa attraverso la rimozione di barriere molto concrete di tipo finanziario, amministrativo e tecnico, con il supporto di figure professionali in grado di facilitare il percorso decisionale e realizzativo.

5. QUALE ENERGIA PER L'ITALIA

Se in passato l'energia veniva considerata una risorsa infinitamente disponibile a costi ridotti, oggi il contesto internazionale impone una riflessione critica sulle varie fonti di energia e sulle strategie da adottare. A questo proposito, quali sono le opinioni dei cittadini del Lazio?

Pur riconoscendo il ruolo centrale delle fonti rinnovabili e apprezzandone il loro valore, il 52,1% dei cittadini del Lazio ritiene che il costo dell'energia da fonti rinnovabili rimarrà elevato ancora per un lungo periodo. È una opinione in linea con il punto di vista prevalente al Centro e a livello nazionale (**fig. 11**).

Guai a pensare che sia un segno di disinteresse o scetticismo dei laziali nei confronti della transizione energetica, piuttosto esprime la consapevolezza che le fonti rinnovabili da sole non potranno essere sufficienti a coprire il fabbisogno energetico nazionale o a garantire prezzi contenuti dell'energia.

Ecco perché il 73,8% degli abitanti del Lazio sostiene che solo potenziando l'energia rinnovabile e il nucleare sarà possibile garantire l'approvvigionamento di energia sostenibile a buon prezzo. È un dato che può sorprendere ma che, in pratica, segnala la consapevolezza degli abitanti della regione che la sfida del costo dell'energia richiede scelte di sistema in grado di modificare in modo strumentale la situazione

Ciò è in linea con la notevole attenzione alla necessità di garantire l'autonomia energetica nazionale, poiché è l'88,7% dei cittadini laziali a considerare ciò prioritario.

B. IL PUNTO DI VISTA E LE ESPERIENZE
DELLE IMPRESE LAZIALI

6. PROFILO DELLE IMPRESE

L'indagine ha coinvolto principalmente imprese piccole e piccolissime, tra le quali è naturale che sia disponibile una sola sede: il 92,2% delle imprese intervistate ne possiede una sola, mentre il 7% dispone di due o tre sedi.

Nel 74,5% dei casi, l'intervistato è il titolare o un socio dell'impresa, e nel 79,1% dei casi questa figura coincide anche con il responsabile della gestione energetica.

Le decisioni in materia di energia sono quindi assunte da chi ha la piena responsabilità strategica e gestionale dell'attività. È una configurazione che, in linea teorica, potrebbe agevolare un approccio coerente e integrato alle scelte energetiche.

Tuttavia, nella realtà quotidiana, l'eccessiva concentrazione di funzioni su una sola persona finisce per comprimere la capacità di pianificazione: le priorità operative assorbono tempo e attenzione, relegando la questione energetica a un piano secondario rispetto alle urgenze dell'impresa.

Relativamente al fabbisogno energetico, il 66,3% delle imprese utilizza potenze impegnate tra 0 e 12 kW, mentre il 23,4% si colloca nella fascia 12–20 kW. Riguardo alla spesa annua emerge che:

- il 32,3% delle aziende spende tra 3.001 e 9.000 euro (Italia 32%, Centro 26,2%);
- il 26,2% fino a 1.600 euro (Italia 23,7%, Centro 23,6%);
- il 21,4% tra 1.601 e 3.000 euro (Italia 27,5%, Centro 29,4%).

Il 56,3% utilizza solo energia elettrica, il 30,9% sia energia elettrica che gas e il 12,8% solo energia elettrica poiché ha sostituito il gas con tecnologie rinnovabili (ad esempio con pompa di calore, impianti fotovoltaici ecc.).

Prendendo in considerazione un totale di 10 possibili tecnologie o device oltre all'illuminazione, il 67,2% utilizza l'energia elettrica per almeno altri 3 device o tecnologie e il 69,3% per almeno 4.

7. SUPPORTO CERCASI

7.1. Incertezza e timori sui costi

L'81,3% delle imprese laziali dichiara di temere rialzi ulteriori del costo dell'energia a causa di gravi eventi internazionali, come la guerra in Ucraina, una quota nettamente superiore alla media nazionale (68,9%) e a quella relativa al Centro (71,2%) (**fig. 12**).

Inoltre, il 77,6% dichiara che la spesa per l'energia preoccupa anche per il futuro, quota di poco superiore al dato del 74,1% delle imprese del Centro e del 76% del totale delle imprese italiane.

Il costo dell'energia è oggi all'attenzione delle imprese del Lazio, così come è condiviso il timore di possibili rialzi futuri a causa delle turbolenze internazionali.

L'impatto dei costi dell'energia sui conti economici delle imprese del Lazio le ha di fatto costrette a porre attenzione alla questione, anche perché è condivisa la convinzione che sia una criticità destinata a restare nel tempo.

7.2. Non ho tempo da dedicare all'energia

Il 58,5% delle imprese dichiara di non avere tempo per dedicarsi alle questioni relative all'energia, dalla scelta del fornitore alle modalità per risparmiare nei consumi.

È una risposta che può sorprendere, considerata la rilevanza che viene attribuita alle elevate spese per l'energia. Tuttavia, è una risposta in linea con le caratteristiche strutturali delle imprese intervistate che, come rilevato, sono piccole e piccolissime.

Si tratta di realtà aziendali a bassa strutturazione interna, in cui spesso e volentieri le problematiche ampie e articolate di gestione aziendale ricadono su una singola persona o, nella migliore delle ipotesi, su un organico ridotto.

E la complessità delle problematiche relative alla buona gestione dell'energia, dalla realizzazione di una diagnosi iniziale all'avvio di procedure più complesse di investimento in efficientamento energetico o anche di promozione di forme di autoproduzione, finisce per generare una ricaduta di impegni burocratico-amministrativi-tecnici-pratici che l'azienda sente di non poter affrontare.

Così una buona gestione dell'energia diventa per le imprese una delle tante incombenze da assolvere, finendo per essere scavalcata da molte altre priorità.

È nel 39,4% delle imprese del Lazio che è stata realizzata una diagnosi energetica con valutazione dei consumi, individuazione delle criticità e dei possibili miglioramenti. È una quota comunque positiva poiché, ad esempio, è superiore alla media del Centro (34,2%) e a quella nazionale (35%).

Quindi, da un lato non si può non rilevare una maggiore propensione delle imprese più piccole del Lazio a realizzare una pratica quasi iniziale di gestione intelligente dell'energia e dall'altro però va detto che si è ancora su percentuali ridotte, che segnalano si tratta di una questione non facilmente affrontabile nell'attuale contesto dalle piccole e piccolissime imprese.

L'energia preoccupa e, tuttavia, nelle imprese minori è percepita come una tematica ad alta complessità, che richiede tempo, competenze e risorse, di cui in questa fase ritengono di non essere dotate.

7.3. Chi si muove e chi resta indietro

L'indagine ha evidenziato, comunque, come le imprese del Lazio si siano messe in movimento più di quelle di tante altre regioni nell'attivare strategie di efficientamento energetico per abbattere nel futuro i costi energetici.

Allo stato attuale è il 34,3% delle imprese nel Lazio ad avere già realizzato interventi di efficientamento energetico, una quota significativamente superiore sia alla media nazionale (23,4%) che a quella del Centro Italia (24,5%) (**tab. 3**). Inoltre, l'8,5% lo farà sicuramente nel futuro prossimo; il 10,5% dichiara di non avere sufficienti risorse economiche per farlo, mentre il 46,8% ad oggi non ha in programma iniziative di questo tipo.

I dati evidenziano un maggior dinamismo del sistema imprenditoriale laziale nelle strategie d'efficientamento energetico. Pur nella condivisione con le piccole e piccolissime imprese di altre regioni di una molteplicità di difficoltà, nel Lazio lo shock dei prezzi non ha avuto un effetto così siderante come accaduto altrove.

È però evidente che la maggiore propensione all'efficientamento energetico delle imprese del Lazio ha assoluto bisogno di essere incentivata e stimolata ulteriormente, anche perché può diventare nel tempo un esempio virtuoso.

7.4. Cosa motiva le imprese

Per le imprese del Lazio che hanno effettuato investimenti in interventi di efficientamento energetico la principale leva motivazionale è stata di natura economica. Infatti, nel 93,3% dei casi la spinta alla realizzazione di misure di

risparmio energetico è nata dal desiderio di ridurre i costi, e le altre motivazioni sono (**fig. 13**):

- per il 32,9% la necessità di sostituire impianti obsoleti o non più funzionanti;
- per il 19% l'accesso a incentivi o agevolazioni fiscali;
- per l'8,8% l'adempimento di obblighi normativi;
- per il 7,2% l'occasione di ristrutturazioni già in programma;
- per il 6% il potenziamento o il recupero di competitività;
- per il 4,4% l'implementazione di una strategia orientata alla sostenibilità (Esg).

È chiaro che la necessità di abbattere i costi dell'energia è lo stimolo più importante a investire per riuscire in futuro a consumare meno e meglio, così come emerge chiaramente che talune tecnologie vengono adottate solo quando quelle in uso diventano assolutamente obsolete.

I dati mostrano che le imprese del Lazio, malgrado la maggiore propensione a occuparsi delle tematiche dell'energia, nei fatti hanno difficoltà a mettere in campo strategie sistematiche di adozione di pratiche di efficientamento energetico, e piuttosto le considerano come una virtuosa conseguenza di scelte dettate da altre motivazioni.

7.5. Ostacoli e possibili soluzioni

La buona intenzione delle imprese laziali di investire in soluzioni più sostenibili si scontra con ostacoli concreti e diversificati.

Il 53,6% delle imprese del Lazio richiama limiti di natura tecnica legati alla struttura degli impianti o degli edifici, il 50,3% evidenzia come fattore critico i costi iniziali percepiti come eccessivi. In misura minore, il 18,8% indica la difficoltà nel capire come accedere agli incentivi disponibili e l'8,8% il non aver ricevuto proposte allettanti.

La graduatoria degli ostacoli indicati dalle imprese laziali è sostanzialmente simile a quella rilevata a livello nazionale, anche se spiccano le quote che richiamano i costi troppo elevati (39,5% delle imprese italiane e 48,2% di quelle del Centro) e, soprattutto, la difficoltà a capire come accedere agli incentivi disponibili (3,4% delle imprese italiane, 7,4% di quelle nel Centro).

Nel Lazio, nonostante l'area di imprese *energy attentive* sia un po' più ampia che altrove, resta la difficoltà nel mettere in campo la risorsa tempo necessaria per orientarsi nella selva degli incentivi, soprattutto considerando che la

maggior parte delle imprese non dispone di figure dedicate specificamente alla gestione dell'energia.

Per questo, al di là degli incentivi statali, il 53,5% delle imprese laziali dichiara che un potente incentivo ad investire in efficientamento energetico sarebbe un fornitore in grado di occuparsi di tutto il processo, dalla consulenza iniziale all'installazione, emancipando l'azienda da impegni diretti (**tab. 4**).

Ulteriori incentivi a investire sarebbero per il 53% delle imprese la possibilità di ottenere finanziamenti, per il 48,5% poter contare su monitoraggio e manutenzione incluse nell'acquisto delle tecnologie, per il 41,9% la possibilità di pagare ricorrendo ad un finanziamento con restituzione di rate e possibilità di deciderlo prima o anche dopo l'avvenuta installazione e per il 26,1% disporre di leasing finanziario.

Più in generale, per incentivare efficacemente le imprese laziali, comprese quelle che attualmente non sono interessate a investire in efficientamento energetico, sono necessari due elementi chiave:

- *un supporto continuativo da parte di esperti*: un fornitore capace di seguire l'iter burocratico è essenziale per far risparmiare tempo alle imprese e semplificare l'accesso alle tecnologie di efficientamento. La complessità e frammentazione delle informazioni disponibili unite alla mancanza di competenze specifiche nell'ambito energetico da parte di chi gestisce le imprese, rendono difficile orientarsi tra opportunità e procedure. Un supporto competente e continuativo sicuramente aumenterebbe la voglia di investire in efficientamento;
- *ridurre l'impatto economico dei costi*: soluzioni flessibili, come finanziamenti o leasing finanziario, consentirebbero alle imprese laziali di diluire i costi delle tecnologie di efficientamento nel tempo, allentando gli attuali vincoli economici.

7.6. L'autoproduzione incuriosisce

Il 34% delle imprese del Lazio manifesta interesse per l'autoproduzione di energia, ad esempio, installando un impianto fotovoltaico, dato superiore a quello medio nazionale del 31,4%.

Dichiara di conoscere bene le Cer il 18% delle imprese, il 26,8% per grandi linee, mentre il 55,3% non le conosce (**fig. 14**).

È evidente la necessità di potenziare all'estremo la comunicazione specificamente rivolta al mondo delle imprese, poiché le pratiche da *prosumer*

sono una delle opportunità maggiori del nostro tempo per mettere sotto controllo i costi energetici e, al contempo, provare a garantire continuità e sicurezza nell'approvvigionamento.

È una sfida culturale per il sistema di imprese del Lazio, poiché notoriamente l'autoproduzione e l'eventuale partecipazione a Comunità energetiche apre una fase completamente diversa di rapporto con i consumi di energia, abbattendo non solo i costi, ma creando una possibile fonte di ricavo.

La novità culturale consisterebbe nella capacità delle singole imprese di costruire un sentiero di autonomizzazione nell'approvvigionamento energetico, con positive ricadute sulla capacità gestionale oltre che sui costi.

8. NEL MERCATO DELL'ENERGIA

8.1. Priorità prezzo

Come si comportano le imprese laziali nel mercato dell'energia? Quali sono i principali criteri che guidano la scelta di un fornitore di elettricità o gas?

Per il 62,9% criterio principale di scelta del fornitore è il prezzo, per il 21,2% il prezzo e servizi aggiuntivi, per il 15,5% la fiducia, la sicurezza e l'affidabilità del *brand* del fornitore e per lo 0,4% solo i servizi aggiuntivi (fig. 15).

Risulta evidente che, anche per le imprese laziali, la scelta del fornitore di energia è fortemente influenzato dall'impatto sui costi aziendali, che rende prioritario il contenimento della spesa e quindi la convenienza delle offerte esistenti.

8.2. Flessibilità, prezzo fisso e strumenti digitali

Nella valutazione di una proposta commerciale le imprese guardano a una molteplicità di aspetti, a cominciare da quelli economici con (tab. 5):

- il 90,1% che valuta positivamente gli sconti sulle voci di costo in bolletta;
- l'84,8% offerte a prezzo fisso per un certo periodo, un anno o due;
- il 56,8% poter beneficiare di un programma fedeltà con possibili sconti, bonus, premialità;
- il 35,8% offerte che modulano i prezzi dell'energia in relazione a determinati orari;
- il 31% offerte a prezzo variabile (prezzo aggiornato periodicamente in base all'andamento del mercato).

È una graduatoria in linea con il contesto nazionale, ma nel caso del Lazio risultano particolarmente apprezzate le offerte a prezzo fisso, che invece sono indicate dal 78% indicato dalle imprese italiane.

Sono importanti poi le dimensioni riguardanti le buone regole di mercato poiché:

- l'85,5% considera importante poter cambiare fornitore senza costi aggiuntivi e senza il rischio di rimanere senza fornitura. Un'esigenza più sentita rispetto al Centro (79%) e al contesto nazionale (77,4%);
- l'86,5% indica la trasparenza delle tariffe e delle condizioni contrattuali, in linea con la media nazionale e del Centro.

L'uso del digitale poi è apprezzato dalle imprese laziali poiché:

- il 74,7% considera importante la possibilità di gestire in digitale la fornitura (ad es. gestire bollette e pagamenti in app/sito web ecc.), quota superiore rispetto al dato del Centro e nazionale;
- il 51,7% la disponibilità di strumenti per controllo e analisi intelligente dei consumi energetici per contenerli.

Infine, il 32,2% segnala la disponibilità di offerte con sole energie rinnovabili.

Un set articolato di preferenze in cui emergono con forza tre aspetti: la libertà di cambiare fornitore in qualsiasi momento senza vincoli o costi, la sicurezza di un prezzo fisso nel tempo e la possibilità di gestire la fornitura in modo semplice e autonomo attraverso strumenti digitali.

Sono aspetti che rispondono all'esigenza delle imprese di avere maggiore controllo, prevedibilità e semplicità nella gestione dell'energia con l'obiettivo di snellire le procedure, ridurre tempi e costi indiretti per aumentare l'efficienza interna.

8.3. Meno burocrazia, *please*

Per le imprese laziali nel rapporto con l'energia il prezzo assume un ruolo fondamentale e solo dopo di esso entrano in gioco altri aspetti delle offerte. In ogni caso, il 77% delle imprese del Lazio dichiara di apprezzare le offerte che attivano servizi aggiuntivi che possono essere utili per l'impresa. Una quota superiore rispetto al 63% del Centro e al 65,1% della media nazionale.

In generale, l'approccio delle imprese si sintetizza nell'attenzione primaria al prezzo con un riconoscimento del valore aggiunto rappresentato dai servizi qualora siano offerti a condizioni economiche vantaggiose. E quali sono i servizi che più attraggono le imprese laziali?

Il 51,5% indica la consulenza e il supporto per affrontare adempimenti burocratici e amministrativi (ad es. richieste di allaccio, permessi comunali ecc.) (**fig. 16**). Il 49,4% segnala la consulenza per accedere a bandi regionali o nazionali su incentivi, detrazioni fiscali. Altri servizi apprezzati sono: per il 49,3% il supporto per le fasi di installazione relative a fotovoltaico, batteria di accumulo e/o solare termico, impianto di riscaldamento a pompa di calore, cioè per eventuali tecnologie di efficientamento energetico, per il 43,4% il supporto nell'installazione di un impianto di climatizzazione (sopralluogo gratuito, servizio di montaggio ecc.) e per il 40,5% lo smaltimento del vecchio impianto di climatizzazione.

8.4. Criticità

Il mercato libero per le imprese laziali è un contenitore di opportunità che bisogna saper cogliere. Ci sono, tuttavia, delle criticità, non ultimi operatori aggressivi e inaffidabili, infatti:

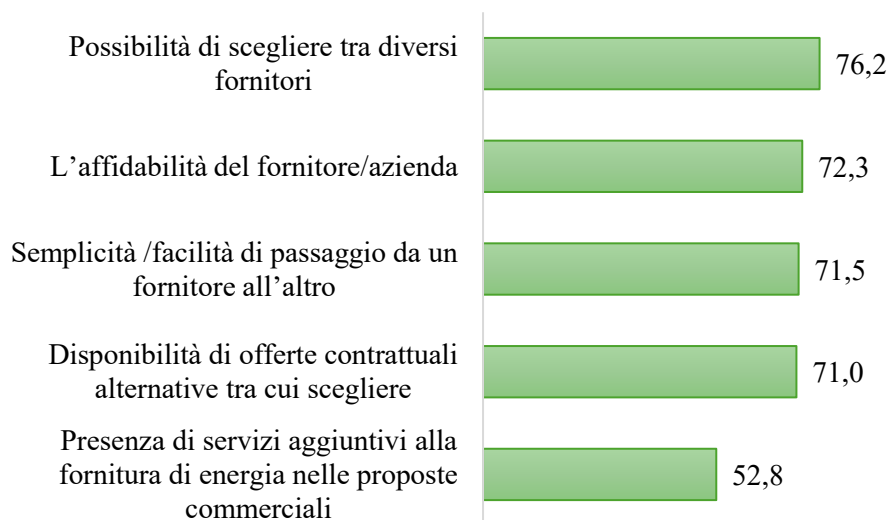
- l'84% delle imprese laziali dichiara di avere ricevuto chiamate/sms/e-mail di marketing aggressivo su offerte (è il 68,3% delle imprese italiane);
- il 35,7% ha ricevuto offerte che poi si sono rivelate false, (il 32,9% nel contesto nazionale).

La presenza di marketing aggressivo e le altre forme non ortodosse di concorrenza sul mercato contribuiscono a spiegare perché il 49,9% delle imprese laziali valuta come importante il *brand* del fornitore di energia poiché gli dà fiducia. La quota laziale è nettamente più alta rispetto al 35,6% del Centro e al 38% della media nazionale (**fig. 17**).

È evidente che le imprese hanno bisogno di un contesto di mercato trasparente e affidabile per riuscire ad apprezzare al meglio quel che può offrire.

TABELLE E FIGURE

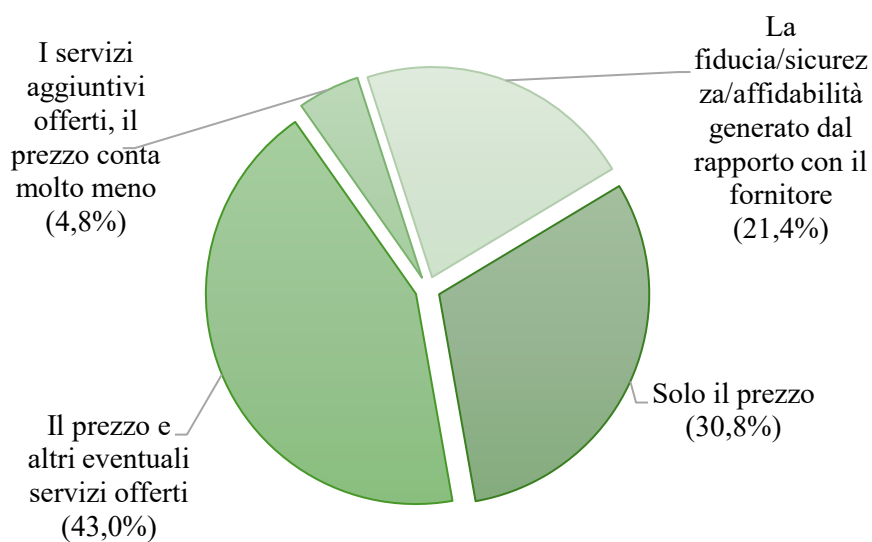
**Fig. 1 – Aspetti del mercato libero dell’energia più apprezzati dai
consumatori laziali (val. %)**



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

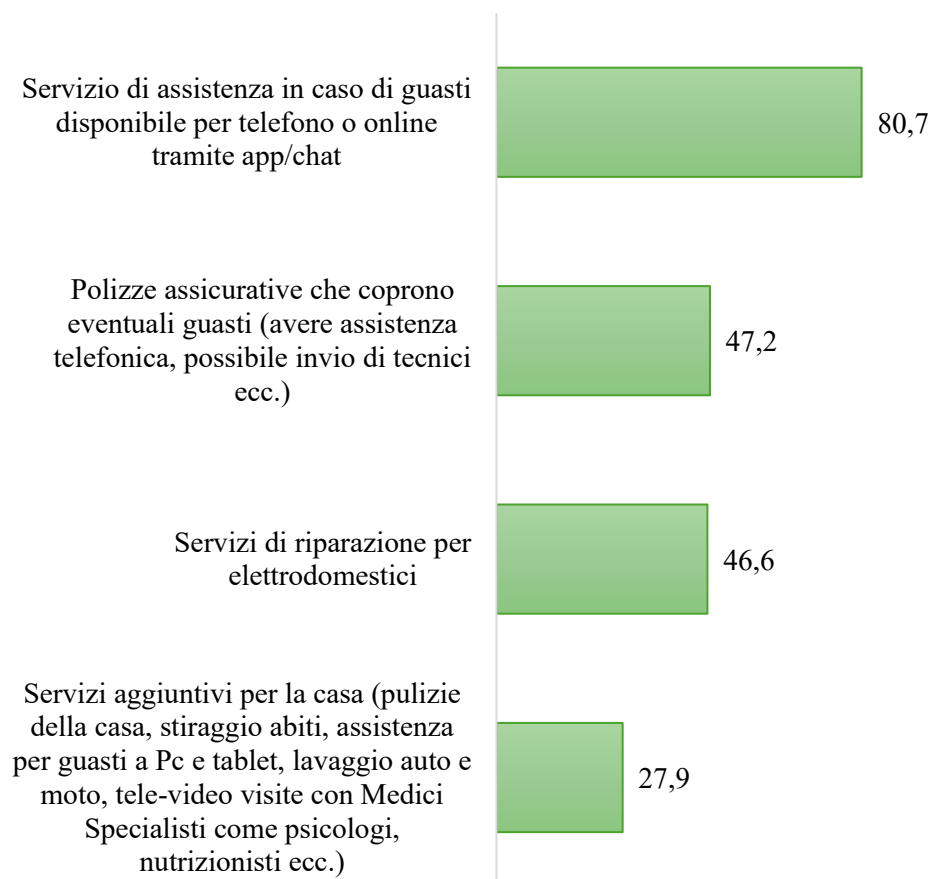
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 2 – Quel che più conta per i consumatori laziali nella scelta del fornitore nel mercato libero dell'energia (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025

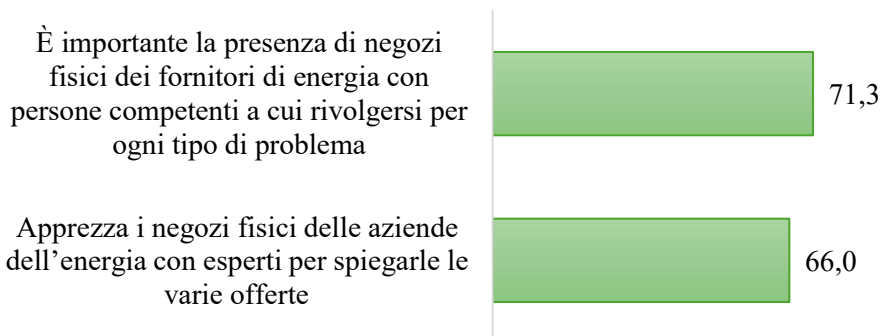
Fig. 3 - Servizi aggiuntivi che per i consumatori laziali sono più importanti nel valutare le proposte commerciali nel mercato dell'energia (val. %)



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

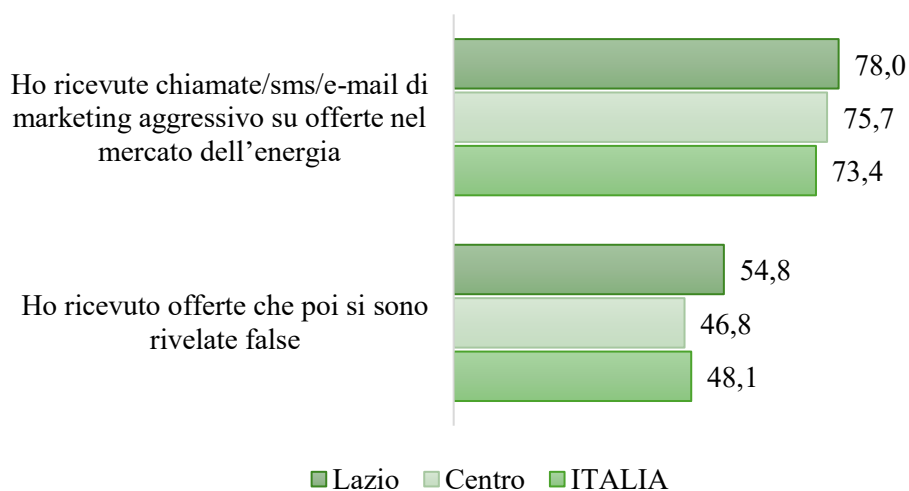
Fig. 4 – Consumatori laziali che apprezzano i negozi fisici di prossimità dei fornitori con esperti (val. %)



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 5 – Esperienze negative sperimentate dai consumatori laziali nel mercato libero dell'energia: confronto Lazio, Centro, Italia (val. %)



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

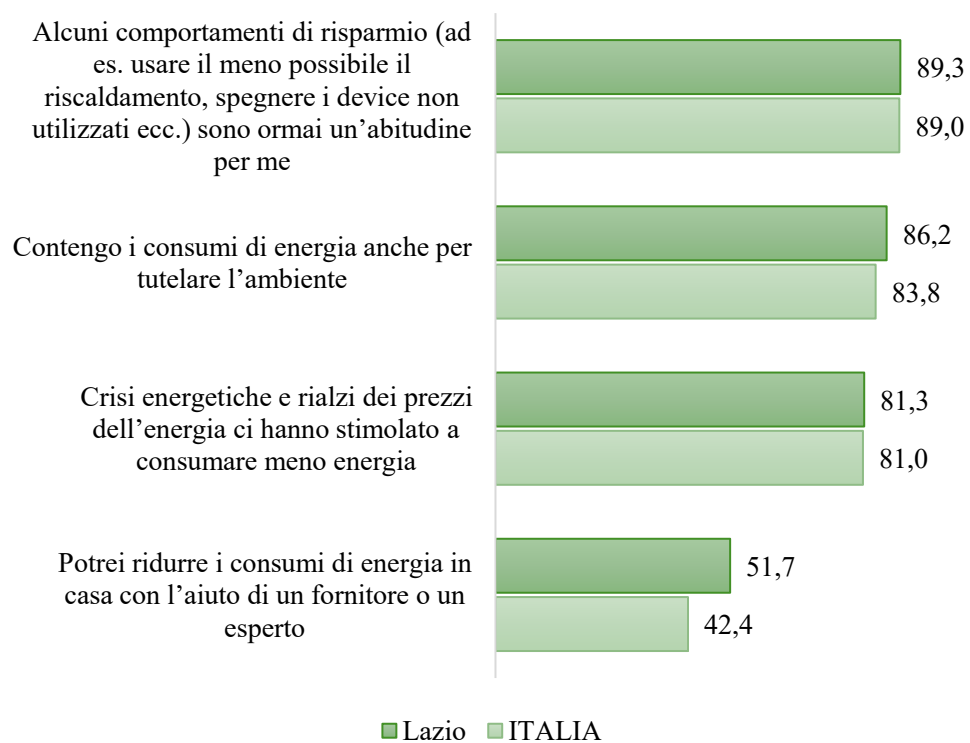
Tab. 1 – Aspetti che i consumatori laziali reputano importanti nella valutazione di una proposta commerciale per la fornitura dell’energia: confronto Centro, Italia (val. %)

| | Lazio | Centro | ITALIA |
|---|-------|--------|--------|
| Trasparenza delle tariffe e delle condizioni contrattuali | 91,2 | 95,3 | 91,5 |
| Sconti su voci di costo in bolletta (ad es. su quelli di commercializzazione) | 80,5 | 78,5 | 82,7 |
| Poter gestire in digitale la fornitura (ad es. gestire bollette e pagamenti in app/sito web ecc.) | 75,9 | 73,4 | 76,7 |
| Strumenti per controllo e analisi intelligente dei consumi Energetici per contenerli | 72,9 | 76,6 | 75,8 |
| Programma fedeltà con possibili sconti, bonus, premialità | 72,6 | 74,3 | 71,0 |
| Offerte che modulano i prezzi dell’energia in relazione a determinati orari | 67,1 | 72,2 | 69,2 |
| Offerte a prezzo fisso per un certo periodo (esempio, 12 mesi) | 66,8 | 67,7 | 68,1 |
| Offerte a prezzo variabile (prezzo aggiornato periodicamente in base all’andamento del mercato) | 56,4 | 62,8 | 57,0 |
| Offerte con sole energie rinnovabili | 53,7 | 61,7 | 56,2 |
| La possibilità di aggiungere anche una connessione internet/Wi-fi | 37,1 | 44,5 | 41,0 |

La somma delle percentuali di colonna è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

**Fig. 6 – I comportamenti di contenimento dei consumi di energia:
confronto Lazio, Italia (val. %)**



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

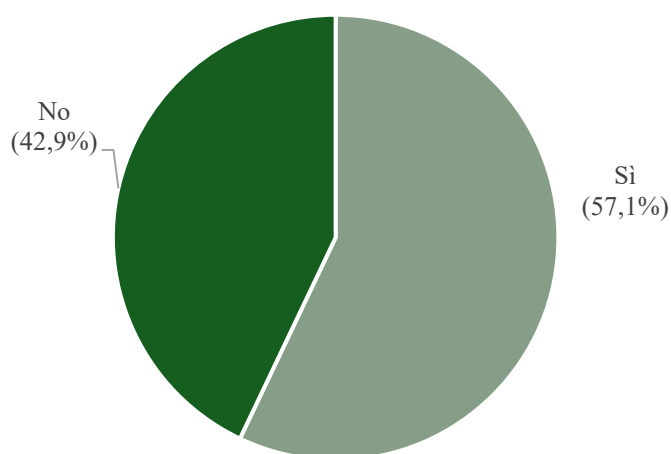
Tab. 2 – Tecnologie di efficientamento energetico che i consumatori laziali vorrebbero adottare: confronto Lazio, Centro, Italia (val. %)

| <i>Vorrebbe adottare:</i> | Lazio | Centro | ITALIA |
|--|-------|--------|--------|
| Impianto fotovoltaico | 54,0 | 55,4 | 55,2 |
| Sistemi di accumulo di energia | 51,8 | 53,8 | 53,4 |
| Solare termico | 45,4 | 44,7 | 42,7 |
| Isolamento termico dell'involucro edilizio (cappotto termico, isolamento tetto e solaio, ecc.) | 40,2 | 38,7 | 39,0 |
| Sistema di climatizzazione più efficiente nell'impiego di energia | 37,0 | 40,7 | 34,7 |
| Pompa di calore | 33,5 | 35,0 | 32,6 |

La somma delle percentuali di colonna è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

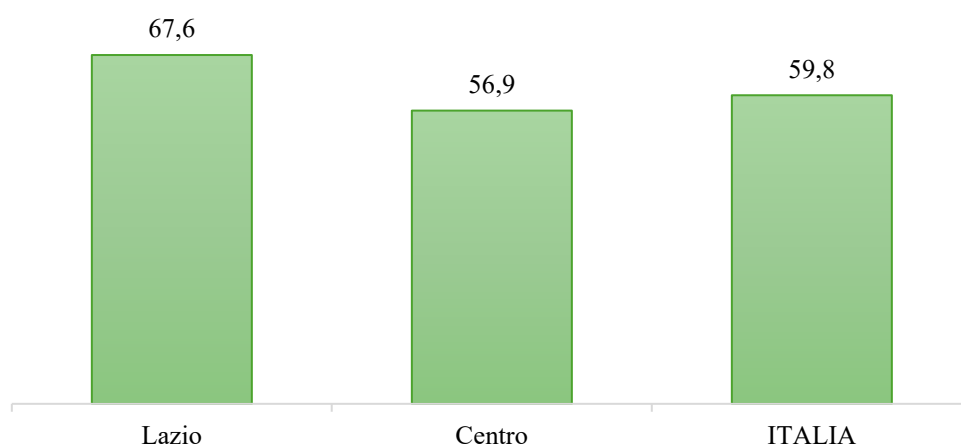
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 7 – Consumatori laziali che dichiarano di conoscere le Comunità Energetiche Rinnovabili (Cer) (val. %)



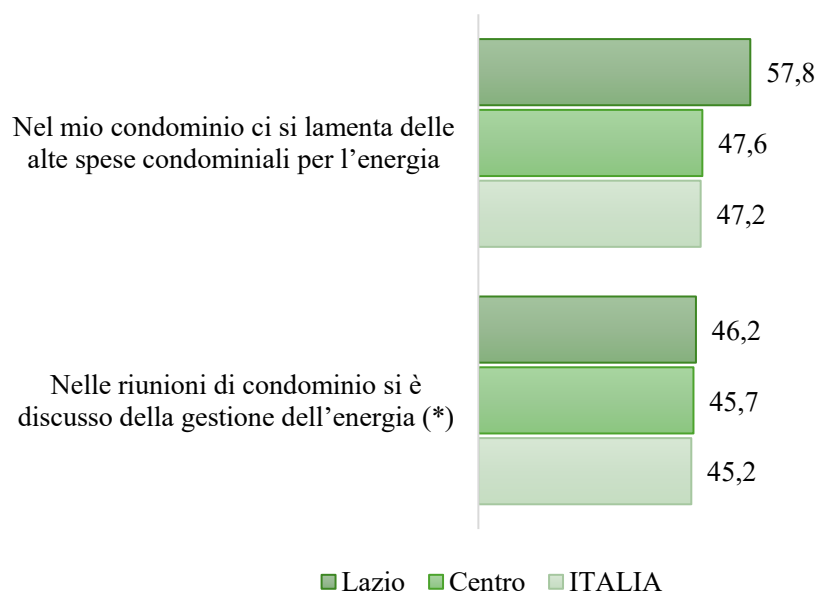
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 8 - Consumatori Laziali che vorrebbero aderire a Comunità Energetiche*: confronto Lazio, Centro, Italia (val%)



() Sono considerati solo gli intervistati che conoscono le Comunità Energetiche o che, pur non conoscendole, vorrebbero saperne di più*

Fig. 9 – Condomini laziali ed energia: confronto Lazio, Centro, Italia
(val %)

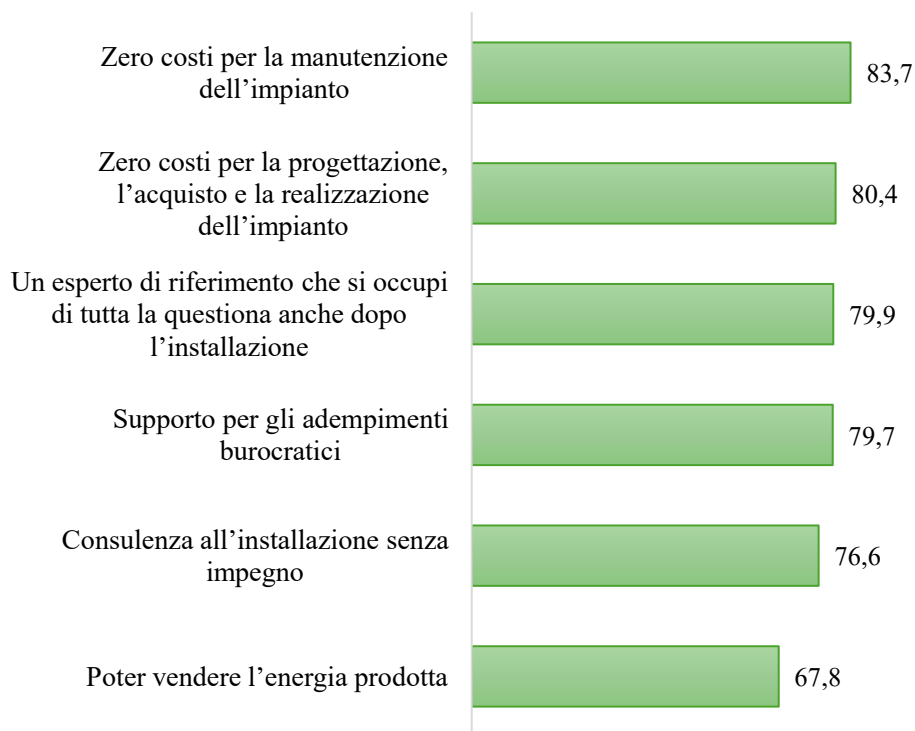


(*) Sono considerati solo gli intervistati che hanno partecipato a riunioni di condominio

La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 10 – Fattori importanti per i condomìni laziali nella scelta dell'autoproduzione* (val. %)

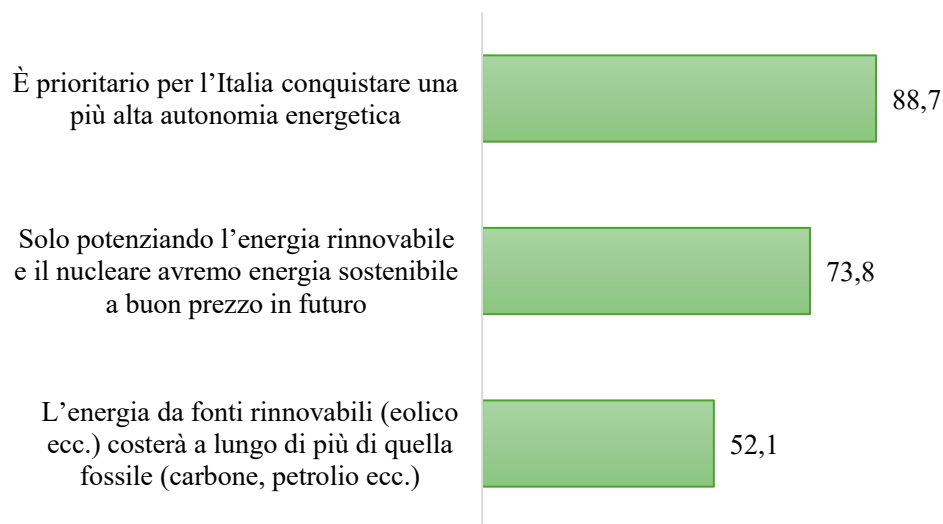


() Sono considerati solo gli intervistati laziali che hanno partecipato a riunioni di condominio*

La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

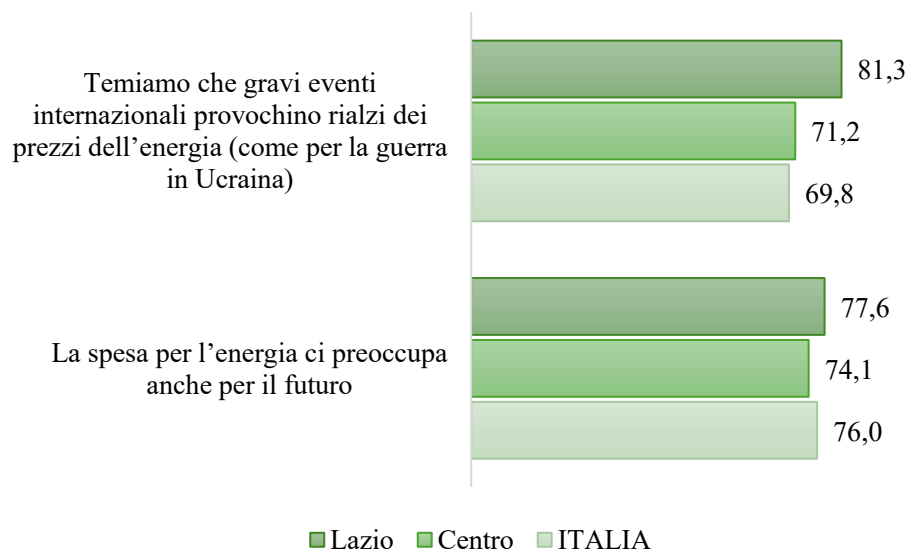
Fig. 11 – Il punto di vista dei consumatori laziali riguardo alla transizione energetica e la sostenibilità (val. %)



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

**Fig. 12 – Preoccupazioni delle imprese laziali per la spese per l’energia:
confronto Lazio, Centro, Italia (val. %)**



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

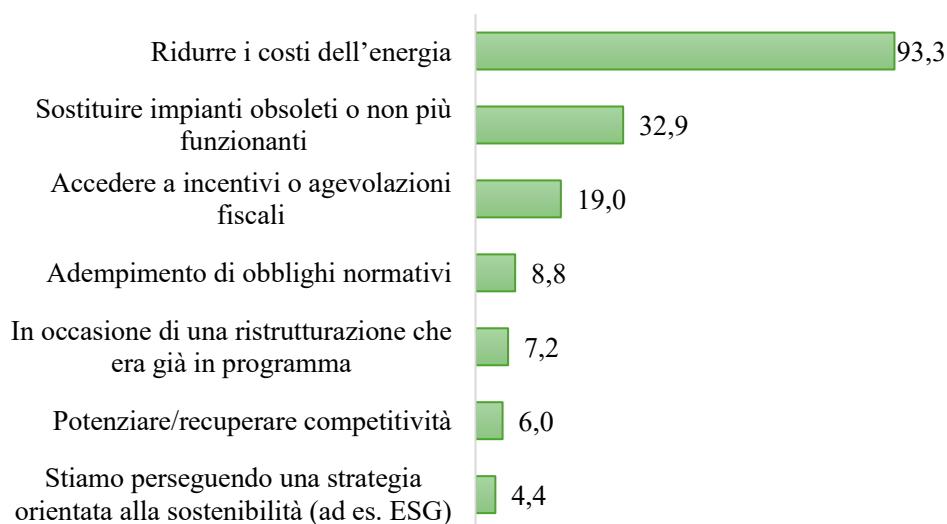
Fonte: indagine Censis, 2025

Tab. 3 – Imprese laziali ed efficientamento energetico: confronto Lazio, Italia (val. %)

| <i>La sua azienda ha adottato interventi/investimenti di efficientamento energetico?</i> | Lazio | ITALIA |
|--|--------------|--------------|
| Sì, abbiamo già adottato delle misure | 34,3 | 23,4 |
| No | 65,7 | 76,6 |
| <i>di cui:</i> | | |
| <i>Non ancora, ma lo faremo sicuramente</i> | 8,5 | 6,0 |
| <i>Vorremo farlo ma non ne abbiamo le possibilità</i> | 10,5 | 5,7 |
| <i>Per ora non è in programma</i> | 46,8 | 64,8 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 13 – Ragioni che hanno spinto le imprese laziali ad adottare misure di efficientamento energetico (val. %)



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

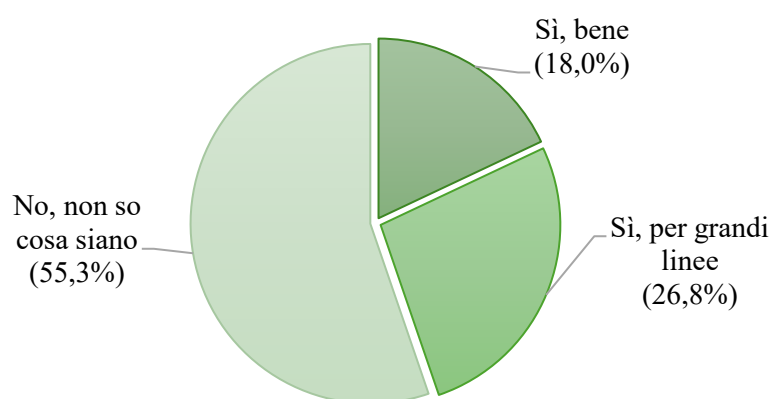
Fonte: indagine Censis, 2025

Tab. 4 – Condizioni che stimolerebbero le imprese laziali a investire in tecnologie per l'efficientamento energetico: confronto Lazio, Italia (val. %)

| <i>A prescindere dagli incentivi statali, la sua azienda sarebbe più disposta a investire in tecnologie per l'efficientamento energetico se fossero disponibili alcune delle seguenti condizioni?</i> | Lazio | ITALIA |
|---|-------|--------|
| Un fornitore che si occupi di tutto il processo, dalla consulenza iniziale fino all'installazione, senza che l'azienda debba gestire e coordinare più interlocutori | 53,5 | 46,5 |
| La possibilità di ottenere finanziamenti | 53,0 | 41,9 |
| Monitoraggio e manutenzione inclusa nell'acquisto della tecnologia | 48,5 | 40,3 |
| Pagamento con finanziamento da restituire a rate della tecnologia prima o dopo l'installazione | 41,9 | 37,4 |
| Pagamento tramite leasing finanziario | 26,1 | 25,5 |
| <i>La somma delle percentuali di colonna è superiore a 100 perché erano possibili più risposte</i> | | |

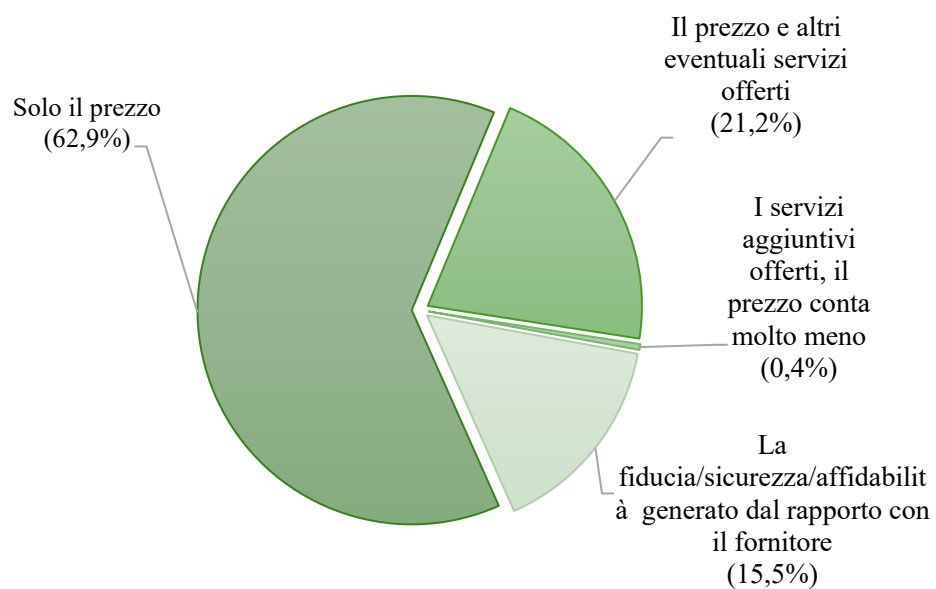
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 14 – Conoscenza delle Comunità Energetiche Rinnovabili (Cer) da parte delle imprese laziali (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 15 – Matrice dei criteri di scelta del fornitore di energia da parte delle imprese laziali (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025

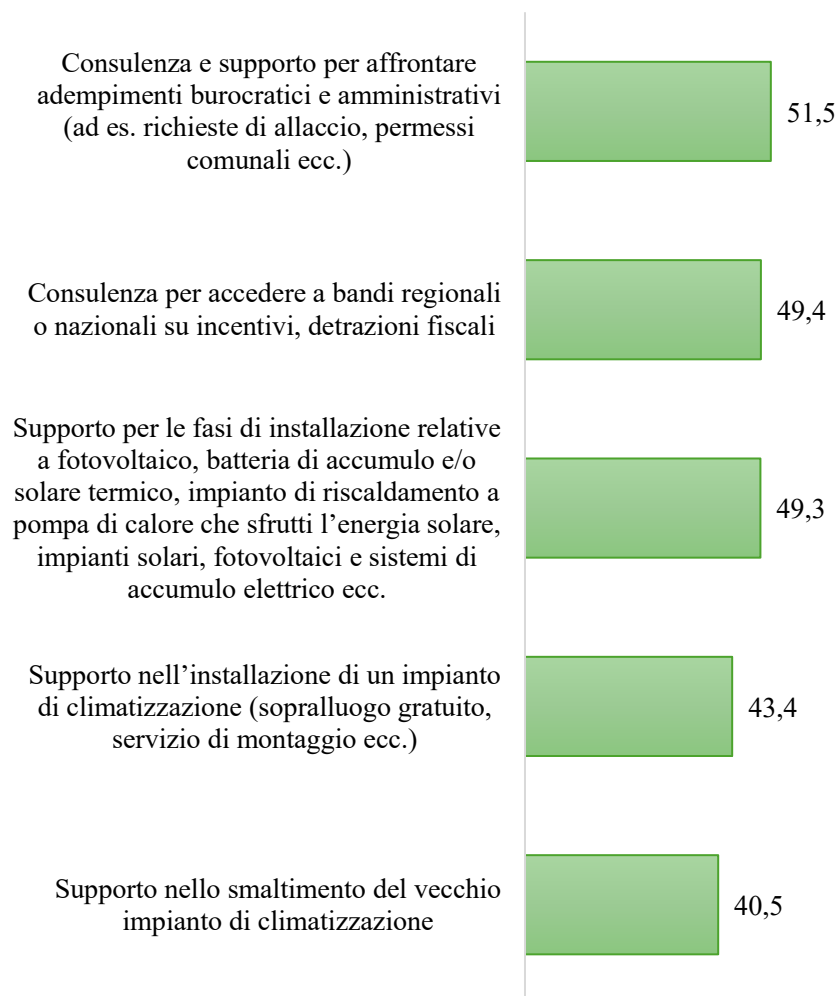
Tab. 5 - Aspetti che le imprese laziali reputano importanti nella valutazione di una proposta commerciale per la fornitura di energia: confronto Lazio, Italia (val. %)

| <i>Nella sua eventuale valutazione di una proposta commerciale per la sua fornitura di energia, indichi se sarebbero importanti o meno i seguenti aspetti</i> | Lazio | ITALIA |
|---|-------|--------|
| Sconti su voci di costo in bolletta (ad es. su quelli di commercializzazione) | 90,1 | 92,0 |
| Trasparenza delle tariffe e delle condizioni contrattuali | 88,8 | 86,5 |
| Poter cambiare fornitore senza costi aggiuntivi e senza il rischio di rimanere senza fornitura | 85,5 | 77,4 |
| Offerte a prezzo fisso per un certo periodo (es. 12 o 24 mesi) | 84,8 | 78,0 |
| Poter gestire in digitale la fornitura (ad es. gestire bollette e pagamenti in app/sito web ecc.) | 74,7 | 68,2 |
| Programma fedeltà con possibili sconti, bonus, premialità | 56,8 | 51,8 |
| Strumenti per controllo e analisi intelligente dei consumi Energetici per contenerli | 51,7 | 52,3 |
| Offerte che modulano i prezzi dell'energia in relazione a determinati orari | 35,8 | 38,0 |
| Offerte con sole energie rinnovabili | 32,2 | 30,7 |
| Offerte a prezzo variabile (prezzo aggiornato periodicamente in base all'andamento del mercato) | 31,0 | 30,9 |

La somma delle percentuali di colonna è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

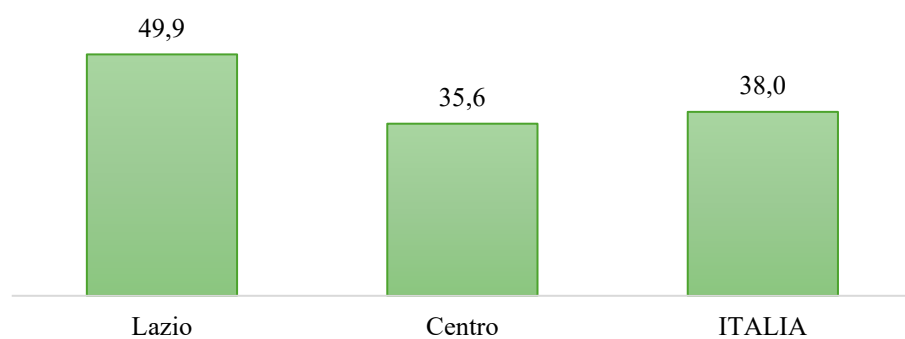
Fig. 16 – Aspetti che incentivano le imprese laziali nella scelta di una proposta commerciale nel mercato dell'energia (val. %)



La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 17 – Imprese laziali per cui è importante la fiducia nel *brand* nella selezione del fornitore di energia: confronto Lazio, Centro, Italia (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025