



OSSERVATORIO EDISON-CENSIS

**Il buon pragmatismo: i
benefici economici volano per
l'efficientamento energetico**

**INSTANT REPORT REGIONE
VENETO**

Luvigliano di Torreglia (PD), 21 ottobre 2025

INDICE

1.	Il valore di una interpretazione su scala regionale	4
1.1.	<i>Uno strumento per conoscere e agire</i>	4
1.2.	<i>Il pragmatismo come bussola</i>	5
1.2.1.	Le famiglie: i benefici economici come volano per scelte green	5
1.2.2.	Le imprese: l'impegno nell'efficientamento energetico c'è, con supporti finanziari e consulenziali si potrà fare molto di più	7
2.	Un quadro di contesto	10
2.1.	<i>Tra demografia ed economia regionale</i>	10
2.2.	<i>Indicazioni sul sistema di imprese regionale</i>	11
A.	Il punto di vista e le esperienze dei consumatori veneti	13
3.	Il rapporto con il mercato libero dell'energia e del gas	14
3.1.	<i>Una scelta convinta</i>	14
3.1.1.	Il valore della libertà di scelta	14
3.1.2.	Voglia di mercato libero	14
3.1.3.	Impegnarsi per massimizzare i benefici	15
3.2.	<i>La buona attrattività dei servizi aggiuntivi</i>	16
3.2.1.	La consapevolezza di una vera grande novità	16
3.2.2.	Ancora sul valore dei servizi aggiuntivi	16
3.2.3.	Quali servizi aggiuntivi	17
3.3.	<i>Consapevolezze</i>	18
3.3.1.	Supporto esperto per cogliere le buone opportunità	18
3.3.2.	Un brand che rassicura	18
3.4.	<i>Altre condizioni</i>	19
3.4.1.	Trasparenza sempre	19
3.4.2.	L'articolazione dei criteri di quel che conta nelle scelte	20
4.	Cercasi efficientamento energetico	22
4.1.	<i>L'abitudine a consumare meno</i>	22
4.2.	<i>Monitorare con intelligenza</i>	22
4.3.	<i>Tecnologie su cui investire</i>	22
4.4.	<i>Stimoli possibili</i>	23
4.5.	<i>La propensione all'autoconsumo</i>	24
5.	L'esperienza dei condomini	25
5.1.	<i>Le paure di costi e burocrazia</i>	25

5.2.	<i>Contenimento spese e affiancamento esperto</i>	25
6.	La coesistenza necessaria delle sostenibilità	27
6.1.	<i>L'essenziale positivo impatto sui budget familiari</i>	27
6.2.	<i>Autonomia energetica essenziale</i>	28
B.	Il punto di vista e le esperienze imprese venete	29
7.	Tratti del profilo delle imprese intervistate	30
8.	Apertura al supporto esterno	31
8.1.	<i>Il timore della dinamica dei costi</i>	31
8.2.	<i>Vorrei tagliare i consumi ma...</i>	31
8.3.	<i>L'ottimizzazione come strategia</i>	32
8.3.1.	Chi ha agito e chi no	32
8.3.2.	Le ragioni mobilitanti	33
8.3.3.	Opportunità percepite dell'autoproduzione	33
8.4.	<i>Ostacoli e incentivi per investire nell'efficientamento</i>	34
8.5.	<i>Le scelte nei mercati dell'energia</i>	35
8.5.1.	La priorità del contenimento costi	35
8.5.2.	Cosa conta per le aziende in una proposta commerciale di fornitura	36
8.5.3.	Servizi incentivanti	37
9.	Convinzioni sulla transizione energetica	37
9.1.	<i>L'incertezza che paralizza</i>	37
9.2.	<i>Cosa è più importante nell'agenda dell'impresa che investe?</i>	38
	Tabelle e figure	40

1. IL VALORE DI UNA INTERPRETAZIONE SU SCALA REGIONALE

1.1. Uno strumento per conoscere e agire

Il presente Report mette a disposizione un corpus di riferimenti economici, sociali e di stili di vita che permette di interpretare, nelle scelte concrete dei cittadini e delle imprese venete, il nesso tra valori e pratiche diffuse da un lato e trasformazione dei mercati domestici e aziendali di fornitura dell'energia e del gas.

In particolare, il Report analizza le idee, le esperienze, i valori e le strategie operative che guidano cittadini e imprese del Veneto nei mercati e nei consumi dell'energia elettrica e del gas. Consente quindi di delineare un quadro compiuto della molteplicità di fattori di contesto e soggettivi che contribuiscono a determinare la cultura sociale dell'energia della regione.

I risultati sono il portato di un processo di ricerca originale che fonda l'interpretazione e il racconto su un attento intreccio di dati strutturali e di contesto e dati di indagine.

Pertanto, le scelte individuali e aziendali sono collocate in un quadro più ampio, in cui sono messe in relazione dimensioni diverse come, ad esempio, la propensione alla buona gestione dell'energia nel quotidiano con quella ad investire in tecnologie di efficientamento energetico e poi la sensibilità socioculturale all'autonomia energetica con l'attenzione alla sostenibilità ambientale ed economica fino al rapporto con le dinamiche dei mercati residenziali e-business.

La forza dei risultati si fonda anche sulla scelta metodologica alla base delle ricerche realizzate nell'ambito dell'Osservatorio Edison-Censis, vale a dire che cittadini e imprese non sono mai attori solo razionali, mossi dalla logica della massimizzazione del vantaggio economico, ma soggetti storicamente determinati, spesso guidati da emozioni, percezioni di rischio e orientamenti valoriali che, in determinate condizioni, incidono sulle decisioni strategiche.

Il racconto del presente Report ha quindi per protagonisti i cittadini e le imprese venete come attori che si muovono in un contesto di incertezza e di asimmetria informativa, in un'epoca in cui tutti sono costretti a fare esperienza di eventi inediti e inattesi, tra i quali anche le crisi energetiche degli ultimi anni con relativi rialzi dei prezzi e minacce sugli approvvigionamenti.

In definitiva, pur nella complessità e imprevedibilità del nostro tempo, dalla ricerca emergono indicazioni precise sulle convinzioni e le pratiche di cittadini e imprese venete, consentendo così di capire il senso profondo delle scelte e delle aspettative.

Ecco perché il Report non è solo uno strumento euristico potente, ma anche uno straordinario riferimento per i tanti stakeholder che, a diverso titolo, si occupano di culture e pratiche dell'energia nel territorio della regione Veneto.

1.2. Il pragmatismo come bussola

1.2.1. Le famiglie: i benefici economici come volano per scelte green

I veneti apprezzano il mercato libero, lo desiderano se non ne fanno parte, e tuttavia hanno un'elevata consapevolezza che esso non è un contenitore di opportunità da cogliere agevolmente o soluzioni già pronte, come fosse un mondo idilliaco, ma richiede competenze, impegno di tempo e capacità di discernimento.

In altre parole, è un mercato in cui muoversi con competenza esattamente come altri mercati di beni e consumi. Non ci si può avventurare senza solide conoscenze, e laddove non se ne abbiano occorre farsi accompagnare da chi ne ha o da chi si ritiene sia un soggetto di cui fidarsi.

Pertanto, guai a sottovalutare che nell'apprezzamento del mercato libero c'è comunque associata l'esigenza forte di farsi supportare, poiché consapevoli di essere quasi alle prime armi in un nuovo mercato. A questa accessibilità del sapere esperto del mercato è associato l'apprezzamento dei negozi di prossimità, luoghi in cui potersi rivolgere agevolmente per avere indicazioni e, anche, aiuto in caso di bisogno.

Tra le forme di supporto e assicurazione, poi, un ruolo importante lo gioca anche la riconoscibilità distintiva dei *brand*, fondata su affidabilità e fiducia, che è uno straordinario veicolo di conquista e fidelizzazione dei clienti.

Nel processo di maturazione dei veneti in relazione a opportunità del mercato libero dell'energia c'è anche l'attenzione che danno ai tanti e diversi servizi utili, facendo così del mercato libero dell'energia un luogo di scambio di servizi a valore aggiunto, funzionali alla buona qualità della vita delle famiglie.

Ed i veneti, più che i cittadini delle altre regioni, hanno quale criterio di scelta primario il prezzo e altri eventuali servizi, piuttosto che il solo prezzo.

Pertanto, dalla ricerca emerge che tra i veneti è passato il senso profondo del nuovo mercato come ecosistema di servizi. Si tratta di potenziare ulteriormente il trend con l'offerta di una gamma ampia e articolata di servizi utili, funzionali a rispondere a esigenze reali, minute, quotidiane e quindi all'upgrading della qualità della vita.

È evidente dai risultati che nell'approccio al mercato libero dell'energia ci sono aspettative di sua virtuosa evoluzione, con una marginalizzazione dei predatori e una disponibilità di informazioni trasparenti, semplici da comprendere, così da mettere le persone nelle condizioni migliori per scegliere.

La trasparenza delle informazioni è, come rilevato nel Report, un totem per i veneti.

È opportuno comunque rilevare che, pur nelle nuove consapevolezze delle opportunità del mercato libero, i veneti non rinunciano a dare attenzione al prezzo, che in ogni caso gioca nelle scelte.

Del resto, forme di quotidiana sobrietà efficiente dei consumi energetici sono ormai radicate negli stili di vita delle famiglie venete. La fase di alta inflazione ha portato l'attenzione dei veneti, come del resto dei cittadini italiani, sulle quantità consumate anche per l'energia, rendendo permanente l'attenzione all'efficienza dei consumi.

Sembra anche emergere in quote non irrilevanti di veneti la percezione del nesso tra sobrietà energetica, sostenibilità economica e anche tutele dell'ambiente. Da rilevare, che è comunque forte la convinzione che si potrebbe fare meglio e di più nella gestione intelligente dei consumi di energia: anche su questo ambito il supporto esperto è molto apprezzato.

D'altro canto, emerge anche una intenzionalità verso le forme di efficientamento economico che, laddove fossero garantite condizioni di sostenibilità economiche, potrebbero portare a significativi investimenti. Dal fotovoltaico dai sistemi di accumulo di energia alla pompa di calore, sono molteplici le tecnologie che suscitano interesse nei veneti.

Stimolo per eccellenza è la disponibilità di un fornitore unico che gestisca i processi di investimento in efficientamento energetico, emancipando le persone dagli ostacoli burocratico amministrativo e tecnico.

Sulle Comunità energetiche rinnovabili le quote che le conoscono bene o per grandi linee sono simili a quelle medie nazionali, mentre chi le conosce vorrebbe avere informazioni ulteriori perché il tema incuriosisce.

L'attenzione alle Cer emerge anche a livello di condomini dove è piuttosto frequente il lamento per l'eccesso di costi energetici per le parti comuni. In questo caso, poi, la litigiosità strutturale delle riunioni condominiali, secondo una quota significativa di veneti, potrebbe trovare un lenitivo nella presenza di consulenti esperti, in grado dapprima di spiegare le opportunità dell'autoconsumo condominiale e poi in seguito di seguire tutta la procedura di adesione e anche le fasi successive.

Non è tanto e solo un problema di peso economico degli investimenti, piuttosto quello di disporre di un adeguato supporto consulenziale, esperto, in grado di liberare i condomini e i responsabili (in particolare gli Amministratori) dai rischi di complessità tecnologiche e burocratiche.

In definitiva, la cultura sociale dell'energia dei veneti è improntata ad un pragmatismo estremo, certificato dalla convinzione largamente condivisa che la sostenibilità ambientale, in questa fase, deve generare sostenibilità economica, pena il rigetto sociale. La convenienza economica più o meno immediata è un passaggio obbligato per ogni scelta green e di gestione intelligente dei consumi energetici. Inoltre, nel pragmatismo veneto c'è anche la convinzione maggioritaria che l'autosufficienza energetica del paese è una priorità, che richiede scelte urgenti, come avviare un nuovo diverso mix di fonti energetiche.

1.2.2. Le imprese: *l'impegno nell'efficientamento energetico c'è, con supporti finanziari e consulenziali si potrà fare molto di più*

Preoccupazione per le dinamiche reali o percepite dei costi dell'energia: ecco la retorica che le imprese venete condividono con le altre imprese italiane. Non a caso, nei criteri di scelta del fornitore sul mercato dell'energia tra le imprese venete prevale largamente il riferimento al solo prezzo, il resto conta molto meno.

Tuttavia, la preoccupazione diffusa ad oggi non fa delle iniziative di contenimento delle quantità consumate di energia la priorità. Infatti, alta è la quota di imprese i cui responsabili dichiarano di essere presi da altre più stringenti priorità.

In ogni caso, non è distante dal 40% la quota di imprese ad aver fatto una diagnosi dei consumi energetici, presupposto per una gestione più efficiente dell'energia in azienda.

Decisiva sarebbe la disponibilità di consulenza esterna esperta, in grado di emancipare i responsabili aziendali da pratiche di verifica dei consumi energetici e di individuazione di sentieri di efficientamento.

In pratica, i dati rilanciano una realtà locale complessa, poiché a fronte delle preoccupazioni esplicitate sulla dinamica dei prezzi dell'energia, la quota di imprese che ha realizzato investimenti in tecnologia di efficientamento energetico non è ancora maggioritaria e tuttavia va segnalato che è superiore alla media nazionale.

Inoltre, sono di più in Veneto le imprese che dichiarano l'intenzione nel futuro di investire in tecnologie di efficientamento energetico. Le difficoltà che incontrano nel ridefinire qui e ora la struttura dei consumi energetici, non impedisce comunque a quote non irrilevanti di imprese venete di puntare a consumare meglio in futuro, ricorrendo alle tecnologie appropriate.

Vincolo all'ampliamento degli investimenti in efficientamento energetico è, secondo i responsabili intervistati, il costo degli stessi, insieme al timore potentissimo di finire in labirinti amministrativi e burocratici.

Da segnalare, poi, che più di un terzo delle imprese venete sono interessate ad autoprodurre energia col fotovoltaico e, tra le imprese che conoscono le Cer, una quota significativa sarebbe interessata a saperne di più per valutare l'eventuale adesione.

Quel che più preoccupa le imprese venete è la percepita complessità tecnica, strutturale, di impianti e anche di vincoli edilizi. Nel caso veneto, poi, è superiore alla media nazionale la quota di imprese che dichiara di non aver ricevuto proposte allettanti, come se la struttura di offerta ad oggi non avesse elaborato proposte in linea con i connotati più tipici del sistema di imprese venete.

Comunque, finanziamenti agevolati ad hoc e fornitore che operi secondo una logica *chiavi in mano*, sono i due fattori incentivanti un approccio più operativo all'autoconsumo diffuso, secondo le imprese venete intervistate. E, ovviamente c'è un riferimento quasi trasversale rispetto alle tematiche di ricorso a nuove tecnologie di gestione efficiente dell'energia: il supporto di consulenti esperti e, meglio ancora, di un fornitore in cui avere fiducia, capace di affiancare nelle scelte e fluidificare i processi materiali di installazione e poi funzionamento.

In definitiva, nelle imprese venete in questa fase prevale un'incertezza estrema, esito anche della proiezione sui mercati globali colpiti dalla moltiplicazione di eventi geopolitici inediti. L'incertezza ovviamente avvolge anche l'evoluzione possibile del prezzo dell'energia, e il rischio maggiore è che le imprese venete, assorbite da altre priorità, finiscano per considerare il costo dell'energia come una variabile esogena su cui niente è possibile fare.

Ecco perché diventa vitale promuovere una capillare comunicazione alle aziende volta a guidarle verso scelte appropriate nella gestione quotidiana dei consumi energetici e anche negli investimenti per una razionalizzazione futura di tali consumi.

Adottare stili più efficienti di consumo dell'energia in azienda consentirebbe di allentare la pressione dell'incertezza, almeno sul fronte degli effetti sui conti economici di rialzi del costo dell'energia nei mercati internazionali.

2. UN QUADRO DI CONTESTO

2.1. Tra demografia ed economia regionale

È particolarmente utile la contestualizzazione delle dinamiche soggettive emerse dalle indagini su popolazione e imprese in relazione ai principali trend demografici, economici e anche di consumo di energia.

Nel 2024 la popolazione del Veneto conta 4.851.851 abitanti, distribuiti in modo relativamente equilibrato tra le province di Padova (932.704), Verona (928.907), Treviso (877.565), Vicenza (854.131), Venezia (833.934), con numeri più contenuti per Rovigo (227.052) e Belluno (197.558).

Tra il 2015 e il 2025, la regione registra una leggera diminuzione della popolazione pari all'1%, inferiore rispetto al calo medio nazionale del -2,3%.

Gli indicatori demografici evidenziano un progressivo invecchiamento della popolazione: nel 2025 l'indice di invecchiamento del Veneto è del 24,9%, con un aumento di 3,2 punti negli ultimi dieci anni, in linea sia con il dato del Nord-Est (24,9%) che con quello nazionale (24,7%).

Altamente indicativo è l'indice di vecchiaia pari al 211,9%: per ogni 100 giovani (0-14 anni) ci sono oltre 212 persone con almeno 65 anni, con un incremento notevole negli ultimi dieci anni (+56,6 punti percentuali, a fronte dei 49,3 punti percentuali del nazionale).

Una popolazione sempre più anziana preme inevitabilmente sulla componente attiva. Nel 2024, l'indice di dipendenza strutturale del Veneto è pari al 57,9%, sostanzialmente in linea con la media nazionale (57,8%). Negli ultimi dieci anni, l'indice è aumentato di 2,2 punti percentuale, sempre in linea con il dato nazionale (+2,4 punti percentuali).

Sul fronte economico, nel 2023 il Pil nominale della regione è risultato pari a 197 miliardi di euro, con un incremento del 4,2% rispetto al 2019, dato più alta della media nazionale pari a +4,8%.

Il Pil per abitante è pari a 40,6mila euro (superiore ai 36,1mila euro medi nazionali) con una variazione percentuale reale, tra il 2019 e il 2023 del +4,9%. La spesa per consumi pro-capite ammonta a 22,6 mila euro (21,1 mila euro dato medio nazionale) con una riduzione dello 0,1% nello stesso periodo, a fronte di un aumento dell'1,3% in Italia.

Per quanto riguarda i consumi energetici, nel 2024 il Veneto si colloca al 4° posto nella graduatoria delle regioni per distribuzione di energia elettrica nel settore domestico, con un consumo totale di 5.141 GWh. Mentre, nello stesso

anno, il consumo medio di energia si attestava sui 2.156 kWh, in calo del 2,3% rispetto al 2019.

Sul fronte del gas, la regione registra un consumo complessivo di 1.704 milioni di metri cubi, con un consumo medio per famiglia di 815 m³ (665 m³) in diminuzione del 19,2% rispetto al 2019, sostanzialmente in linea con la media nazionale (-20,5%).

2.2. Indicazioni sul sistema di imprese regionale

È utile un sintetico inquadramento del sistema di imprese del Veneto in grado di contestualizzare il tema specifico del rapporto tra imprese ed energia, restituendo un quadro preciso capace di enucleare aspetti chiave utili per l'individuazione dei fabbisogni energetici delle imprese e le criticità legate all'uso dell'energia nel tessuto produttivo veneto.

Nel 2024 le imprese attive in Veneto erano 418.367, diminuite del 4,7% tra il 2014 e il 2024 a un ritmo superiore alla media nazionale del -1,9% e in linea rispetto alle regioni del Nord-Est (-4,6%).

Si tratta per il 53,8% di imprese individuali (56,3% nel contesto nazionale), per il 27,3% di società di persone (28,3% in Italia) e per il 17,4% di società di capitale (13%).

Riguardo al settore di attività economica spicca la rilevante presenza di imprese manifatturiere che, nel 2024, costituiscono l'11,1% delle imprese venete (46.335 imprese in valore assoluto), presenza più marcata rispetto al totale Italia dove la quota delle imprese nel settore manifatturiero si attesta all'8,7%.

Per il resto, il 21,2% delle imprese attive in Veneto sono nel settore del commercio (88.814 imprese in valore assoluto), mentre il 14,6% opera nei settori dell'agricoltura, silvicoltura e pesca (61.097 imprese), percentuali in linea con i dati medi nazionali riflettendo un sistema di imprese coerente con il panorama industriale italiano.

Il settore manifatturiero è anche quello dove si concentra il maggior numero di addetti poiché nel 2024 in Veneto gli addetti nelle imprese manifatturiere erano 547.509 ovvero il 30,6% del totale delle imprese venete, quota nettamente superiore alla media nazionale del 20,8%.

Seguono poi gli addetti nelle imprese del settore del commercio, che rappresentano il 19,4% del totale delle imprese venete, e quelli in imprese nel settore di alloggio e ristorazione (10,5% del totale). Si tratta di percentuali in linea con i valori medi nazionali.

Nonostante la riduzione del numero di imprese nel lungo periodo, un fenomeno particolarmente marcato nel contesto veneto, il sistema industriale regionale si conferma comunque altamente competitivo.

Nel 2024 il sistema di imprese della regione ha esportato beni per un valore di circa 80,2 miliardi di euro, pari al 12,9% del totale nazionale. Tra il 2015 e il 2024 le esportazioni hanno avuto una variazione percentuale reale del +12,3%, mentre tra il 2022 e il 2024 si è osservata una contrazione del 3,8%.

Germania e Francia sono i principali mercati di destinazione, con rispettivamente il 13,1% e l'11,4% delle esportazioni regionali.

La forte presenza dell'industria manifatturiera e l'elevata competitività del sistema produttivo veneto evidenziano la necessità di adottare strategie di efficientamento energetico, fondamentali per rafforzare ulteriormente l'attrattività delle imprese.

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

3. IL RAPPORTO CON IL MERCATO LIBERO DELL'ENERGIA E DEL GAS

3.1. Una scelta convinta

3.1.1. Il valore della libertà di scelta

Tra i veneti che sono già nel mercato libero dell'energia, e sono nettamente la maggioranza, è particolarmente apprezzata la possibilità di esercitare scelte, quali in particolare per il 75% quella tra diversi fornitori e per il 70,6% tra offerte contrattuali alternative (**fig. 1**).

Sono poi valutati positivamente aspetti quali la disponibilità di informazioni e la trasparenza, indicata dal 62,4% e la semplicità e facilità di passaggio da un fornitore all'altro (69,1%).

I dati emersi dall'indagine sui cittadini veneti sono sostanzialmente in linea con quelli del Nord-Est e della media nazionale. Pertanto, anche per i veneti vale il principio emerso a livello nazionale: il mercato libero interpreta uno dei desideri maggiori dei cittadini, cioè la possibilità di esercitare la libertà di scelta tra una molteplicità di opportunità diverse, scegliendo tra i fornitori e tra le loro offerte commerciali.

Dalle opinioni dei veneti emerge quindi un'idea virtuosa, positiva, di mercato in cui il consumatore è messo nelle condizioni di esercitare una scelta consapevole, disponendo delle informazioni di cui ha bisogno e potendo accedere ad esse in totale trasparenza.

Per una regione che si connota per una tradizione di alta propensione all'imprenditorialità, in cui è forte l'orientamento socioculturale all'economia, è evidente che la cultura di mercato rientra nello stile mentale e di vita della grande maggioranza.

L'apprezzamento del mercato riflette anche un'aspettativa dei consumatori veneti che si trasforma in una vera e propria richiesta: servono meccanismi fluidi ed efficaci, capaci di dare concretezza a quella sovranità del consumatore che rappresenta la promessa più attraente per i veneti.

3.1.2. Voglia di mercato libero

Il 40,8% dei veneti che non sono nel mercato libero vorrebbe trasmigrare in esso: è una quota significativa, superiore a quella del Nord-Est (38,7%), anche se inferiore al dato medio nazionale (50,2%).

Riguardo alle motivazioni che soggettivamente spiegano questa voglia di entrare nel mercato libero, emerge ancora una volta la potenza attrattiva dell'esercizio della libertà di scelta poiché il 20,6% dei consumatori non nel mercato libero sostiene che vorrebbe poter scegliere offerte in linea con le proprie preferenze e/o esigenze.

Così la cultura di mercato trova senz'altro spazio anche tra chi oggi non ne beneficia o, comunque, opera ancora in contesti regolati.

L'attrattività del mercato libero, infatti, è potente sul piano socioculturale, perché risponde alla volontà diffusa di modellare anche le forniture di energia sulla base delle proprie necessità. Poter scegliere è il formidabile volano di micro-scelte di vita, di cui anche quelle economiche relative al quotidiano sono parte integrante.

D'altro canto, la voglia di autonomia nelle scelte si intreccia con una più generale attenzione ai costi dell'energia, che rende acquisto e consumo di quest'ultima uno spazio in cui esercitare responsabilità individuale, confrontandosi con il mercato per trasformarlo in opportunità e benefici anche economici.

3.1.3. Impegnarsi per massimizzare i benefici

Colpisce anche presso i cittadini veneti intervistati la consapevolezza che il mercato libero sia un contenitore di opportunità da cogliere e non di soluzioni già pronte, come fosse un mondo idilliaco.

I veneti, in linea con il resto dei cittadini italiani, mostrano una notevole maturità rispetto al rapporto con il mercato poiché l'83,8%, in linea con il dato del Nord-Est (83,8%) e anche con quello nazionale (84,2%), è consapevole che nel mercato dell'energia dovrà agire come in altri mercati, cioè informandosi e capendo così da diventare capace di scegliere il fornitore e/o il contratto migliore (**fig. 2**).

Non emerge l'ingenua convinzione, troppo spesso attribuita ai cittadini, che sia sufficiente entrare nel mercato libero per avere il meglio. È al contrario evidente la percezione che la responsabilità consapevole, informata, competente del consumatore è comunque decisiva per massimizzare concretamente i benefici ottenibili da un contesto di mercato che rende disponibili delle opportunità.

3.2. La buona attrattività dei servizi aggiuntivi

3.2.1. La consapevolezza di una vera grande novità

Il 46,3% dei veneti, di contro al 48,7% dei residenti del Nord-Est e al 49,8% degli italiani valuta positivamente del mercato libero la disponibilità di servizi aggiuntivi alla fornitura di energia nelle proposte commerciali.

È un dato significativo, poiché segnala una diffusa sensibilità alla novità più rilevante del mercato libero che consiste nella sua complessa evoluzione da attività di compravendita di una *commodity* di energia a mercato altamente articolato di servizi e prodotti che ruotano, quasi a cerchi concentrici, intorno a quel che un tempo era il *core* del mercato ovvero l'energia.

Che quote non distanti dal 50% delle varie comunità, inclusa quella veneta, segnalino tra gli aspetti positivi del mercato libero dell'energia la disponibilità commerciale di servizi diversificati è un dato di maturità socioculturale dei consumatori su cui è importante lavorare.

Per certi versi può essere considerato come la certificazione della maturazione in corso nei consumatori verso la piena comprensione del senso profondo del mercato libero dell'energia: oltre al prezzo a contare dovranno sempre più essere anche i tanti e diversi servizi utili su cui le persone possono esercitare la propria scelta.

3.2.2. Ancora sul valore dei servizi aggiuntivi

Riguardo ai criteri di scelta del fornitore di energia sul mercato libero, il 40,9% dei consumatori veneti indica come fattore primo il prezzo e altri eventuali servizi, il 37,1% solo il prezzo, il 19,7% la fiducia, sicurezza e affidabilità del fornitore e il 2,3% i soli servizi aggiuntivi, non il prezzo (**fig. 3**).

Anche questi sono dati che confermano ulteriormente il racconto di una evoluzione della cultura di mercato a livello micro, del singolo consumatore che nella scelta del fornitore non si limita più a considerare il solo prezzo.

Se quest'ultimo viene rappresentato nei *media* come ancora il criterio praticamente unico che monopolizza le scelte dei consumatori in tema di energia in realtà, come rilevato, nella materialità dei comportamenti di consumo esso è inserito in un modello multicriterio di scelta.

Si può quindi dire che i consumatori veneti stanno seguendo l'evoluzione del mercato libero da luogo di approvvigionamento al miglior prezzo possibile della *commodity* energia a ecosistema di offerta di una molteplicità crescente

di servizi aggiuntivi, funzionali al benessere quotidiano delle persone, poiché ne risolve eventuali problematiche con positivo impatto sulla qualità della vita.

Su questa dimensione precisa dell'evoluzione della cultura di mercato, i veneti mostrano di essere tra i più avanzati.

3.2.3. Quali servizi aggiuntivi

È pertanto molto utile delineare lo spettro dei servizi aggiuntivi che più incontrano l'interesse dei veneti. E, dai risultati dell'indagine emerge che:

- l'82,3% dei veneti considera fondamentale un servizio di assistenza in caso di guasti fruibile telefonicamente o tramite app/chat;
- il 50% polizze assicurative per coprire i costi di eventuali guasti;
- il 40,9% servizi di riparazione per elettrodomestici;
- il 27% altri servizi per la casa e le persone, come pulizie, stiraggio abiti, lavaggio auto e moto, visite mediche di vario tipo ecc. (**fig. 4**).

Sono dati che confermano la citata dinamica di crescente consapevolezza sul valore dei servizi aggiuntivi, che diventano per i veneti elementi di qualità delle offerte e di attrattività dei fornitori.

La fornitura energetica nel mercato libero per i consumatori veneti non si esaurisce nella semplice erogazione di luce o gas, ma diventa il perno di offerte funzionali alla gestione dei rischi domestici e alla semplificazione della vita quotidiana.

Servizi di assistenza immediata, polizze che coprono eventuali costi di guasti o interventi di riparazione sono altrettanti strumenti per ridurre l'incertezza, sentendo di poter contare su supporti appropriati in caso di imprevisti.

I dati, poi, mostrano che ci sono ancora ampi margini di sviluppo ulteriore per gli operatori di mercato: c'è infatti spazio per costruire offerte integrate che alla fornitura energetica affiancano una gamma ampia e articolata di servizi aggiuntivi, così da creare un legame più stabile e di lungo periodo tra consumatore e fornitore.

Con l'offerta di servizi aggiuntivi è possibile per i fornitori attrarre nuovi clienti e anche consolidare la fiducia in quelli già conquistati, valorizzando le proprie offerte come veicoli di una virtuosa differenziazione competitiva.

Nelle famiglie venete il messaggio del senso profondo del nuovo mercato è, in generale, passato: ora si tratta di consolidarlo promuovendo sempre più

servizi utili, funzionali a rispondere a esigenze reali, minute, quotidiane e quindi all'upgrading della qualità della vita.

3.3. Consapevolezze

3.3.1. Supporto esperto per cogliere le buone opportunità

Il 57,5% dei consumatori veneti, di contro al 57,1% del dato medio nazionale, ogni volta che deve scegliere un fornitore legge direttamente o fa leggere a una persona di fiducia le condizioni contrattuali. È evidente la percezione che per esercitare la scelta migliore occorre essere vigili e, laddove non si è in grado di farlo da soli, occorre essere affiancati così da essere poi rassicurati rispetto al contenuto reale di quel che viene offerto.

Così, sempre nell'ottica del supporto per ben scegliere, il 39,2% dei veneti valuta molto positivamente il supporto da professionisti nella scelta di fornitori e contratti. La quota è poco distante dal dato medio nazionale pari al 41,2%

La voglia e disponibilità a farsi supportare esprimono la consapevolezza di consumatori che si auto-riconoscono quasi alle prime armi in un nuovo mercato, in linea con l'idea già affrontata in precedenza di una cultura e competenze in costruzione.

Ecco perché quasi il 59% dei veneti dichiara di desiderare e apprezzare i negozi fisici delle aziende fornitrici in cui è possibile accedere direttamente al contributo di esperti (**fig. 5**).

Il mercato dell'energia è un contenitore eccezionale di opportunità originali per i veneti e, tuttavia, è ancora un'entità poco conosciuta in cui farsi affiancare da supporto esperto.

Così il 72,4% dei veneti ritiene indispensabile la presenza di negozi fisici dei fornitori sul territorio, dove appunto poter avere supporto e indicazioni in caso di problemi. Il dato è di poco superiore a quello del Nord-Est (68,9%) e praticamente in linea con quello nazionale (75,1%).

Avere accesso a persone dotate di *sapere esperto* è per i veneti un fattore importante per beneficiare delle opportunità e quindi scegliere per il meglio.

3.3.2. Un brand che rassicura

Di fronte alle incertezze di un mercato ancora troppo giovane o, comunque, frequentato da troppo poco tempo per poterne cogliere da soli il meglio, i veneti ricercano forme varie di supporto e assicurazione.

Così non sorprende che il 58% dei consumatori veneti che sono nel mercato libero dell'energia è attento al *brand* dell'azienda, del fornitore perché gli dà fiducia. Una quota nettamente maggioritaria, anche se inferiore al dato medio del Nord-Est (63,8%) e a quello medio nazionale (65,3%).

Ma è fondamentale cogliere il senso profondo di questo dato in linea con quelli indicati in precedenza sulla voglia di supporto dal sapere esperto: i veneti apprezzano molto le opportunità del mercato libero, ma con grande pragmatismo sono consapevoli che da soli non è certo facile discernere con cognizione di causa tra fornitori, proposte contrattuali, servizi aggiuntivi ecc.

Ecco perché la riconoscibilità distintiva dei *brand*, costruita su affidabilità e fiducia diventa uno straordinario veicolo di conquista e fidelizzazione dei clienti. E questi ultimi lo apprezzano particolarmente.

Del resto, anche i veneti sono preoccupati dalle derive patologiche del mercato, che rinviano alle iniziative dei predatori. A questo proposito, dall'indagine emerge che:

- il 43% dei veneti ha ricevuto offerte che si sono poi rivelate false, una quota solo leggermente inferiore alla media del Nord Est del 46,1% e nazionale del 48,1% (**fig. 6**);
- il 71,5% ha avuto chiamate, SMS o e-mail di marketing aggressivo legate a offerte nel mercato dell'energia. Anche questo dato è in linea sia con quello del Nord Est (71,4%) che con quello nazionale (73,4%).

È evidente che in un mercato in cui si è intimoriti dalla presenza di predatori, la capacità di taluni fornitori di proporsi come garanti affidabili di offerte solide e utili diventa decisiva.

3.4. Altre condizioni

3.4.1. Trasparenza sempre

Si è visto che per i veneti, come per i cittadini italiani più in generale, il buon funzionamento del mercato significa sostanzialmente trasparenza e accesso semplificato a informazioni utili a elaborare scelte consapevoli.

Ecco perché non sorprende che ben l'86,9% dei veneti, quota analoga al dato medio nazionale (89,7%), valuta molto positivamente l'idea di una bolletta più semplice e trasparente nelle informazioni veicolate.

Anche il documento per eccellenza del rapporto tra fornitori e consumatori, la bolletta, deve per i veneti diventare agile, chiara, semplice, funzionale, cioè in linea con un mercato in cui le persone sono chiamate a fare scelte reversibili

nel tempo, vale a dire modificabili in base alle informazioni corrette sui cambiamenti reali.

In ogni caso, ben l'89,4% dei veneti, in linea con il dato medio nazionale pari al 91,4%, dichiara di informarsi quando deve valutare l'offerta di un fornitore di energia. E le fonti di informazioni sono le più varie, con una forte ricorso ai portali ai negozi specializzati sino al passaparola con parenti, amici o colleghi.

3.4.2. L'articolazione dei criteri di quel che conta nelle scelte

Il 90% dei veneti reputa essenziale la trasparenza delle tariffe e delle condizioni contrattuali in una proposta commerciale perché sia valutata positivamente (**fig. 7**). Ancora una volta la trasparenza delle informazioni è un totem per i veneti, proprio perché considerata essenziale per poter scegliere in modo efficace.

Ci sono poi gli aspetti più prettamente economici, con l'80,4% dei veneti che valuta positivamente gli sconti su voci di costo in bolletta (ad esempio, quelli di commercializzazione). E, ancora, il 70,7% che indica la modulazione dei prezzi dell'energia in relazione a determinati orari, il 66,2% che apprezza offerte a prezzo fisso per un determinato periodo (esempio, 12 mesi), e il 55,4% che valuta positivamente offerte a prezzo variabile, aggiornato periodicamente in base all'andamento del mercato.

I veneti quindi, pur nelle nuove consapevolezze sul mercato libero, non rinunciano certo a dare attenzione al prezzo che resta un argomento significativo della funzione di scelta. Anche su questa dimensione, ovviamente, occorre una certa competenza per scegliere le offerte appropriate in relazione agli stili di vita delle famiglie.

Ci sono poi altri aspetti che i veneti valutano positivamente, come ad esempio, il 75,1% la possibilità di gestire in digitale la fornitura (come gestire bollette e pagamenti in app o tramite sito web), ed è il 76,7% a livello nazionale. Inoltre:

- il 69,6% (il 75,8% dato medio nazionale) apprezza la disponibilità di strumenti per controllo e analisi intelligente dei consumi energetici per contenerli;
- il 62,4% (il 71% dato medio nazionale) programmi fedeltà con possibili sconti, bonus e premialità;
- il 49,2% (56,2%) offerte con sole energie rinnovabili;
- il 33,9% (il 41%) la possibilità di aggiungere anche una connessione internet/Wi-fi.

È uno spettro ampio di fattori che contano con una graduatoria simile a quella che si rileva a livello nazionale, anche se con alcune differenze rispetto al peso relativo in termini di percentuali.

4. CERCASI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

4.1. L'abitudine a consumare meno

Il 90,7% dei cittadini veneti dichiara di avere ormai interiorizzato comportamenti di risparmio quotidiano – dall'uso parsimonioso del riscaldamento allo spegnimento dei dispositivi non utilizzati – evidenziando come la gestione dei consumi energetici sia entrata stabilmente nelle abitudini di vita (**fig. 8**). Non solo come portato di una vocazione alla scelta di offerte più convenienti, ma come esito di una spinta che va oltre il calcolo economico immediato. Infatti:

- l'84,8% è stimolato da crisi energetiche e rialzi dei prezzi a consumare meno energia;
- l'84,5% contiene i consumi di energia anche per tutelare l'ambiente

Pertanto, alla naturale reazione all'urto dei costi si va affiancando un più profondo cambiamento di mentalità in cui si mixano preoccupazione per l'oggi e sensibilità per il domani. Sono segnali di una evoluzione culturale, ovviamente ancora non consolidata e suscettibile di regressione, in cui il risparmio energetico si impone come una pratica in cui interesse individuale e responsabilità collettiva si intrecciano, trasformando la necessità in una scelta che assume anche un valore etico.

4.2. Monitorare con intelligenza

Il 54,5% dei veneti controlla regolarmente i consumi energetici tramite app o altri strumenti digitali. E addirittura il 36,8% dei veneti, di contro al 42,4% dato medio nazionale, è convinto che potrebbe ridurre ulteriormente i propri consumi di energia con l'aiuto di un fornitore o comunque di un esperto.

Sono comportamenti che da un lato indicano una crescente consapevolezza e attenzione ai costi e alla gestione energetica domestica, con una forte inclinazione a monitorare, comprendere e ottimizzare le scelte personali in maniera autonoma e dall'altro però segnalano la consapevolezza che sono processi complessi, che sarebbe possibile realizzare in modo più efficiente ed efficace grazie all'aiuto di esperti.

4.3. Tecnologie su cui investire

Riguardo alle tecnologie per l'efficientamento energetico che i veneti sono propensi a investire emerge che il 51,2% dei consumatori vorrebbe adottare l'impianto fotovoltaico, il 49,6% sistemi di accumulo di energia, il 35,5% il

solare termico, il 37,3% l'isolamento termico dell'involucro edilizio, il famoso cappotto termico, il 27,6% la pompa di calore (**tab. 1**).

Altre tecnologie sono già state più largamente adottate come la sostituzione dell'attuale illuminazione con Led o anche un sistema di climatizzazione più efficiente, anche se ci sono ancora quote che sono pronte a investire per averle.

I dati sono sostanzialmente in linea con quelli medi nazionali, evidenziando come il Veneto sia oggi attraversato da una spinta all'investimento in efficientamento energetico che, nel tempo, potrebbe portare a risultati molto positivi dal punto di vista del risparmio energetico.

I dati consentono di evidenziare che i consumatori sono pronti a adottare più tecnologie di efficientamento energetico poiché tranne l'11,2% che adotterebbe una sola tecnologia:

- il 16,4% ne adotterebbe due;
- il 20,1% tre;
- l'14,9% quattro;
- il 14% cinque;
- l'11% sei o sette.

In sintesi, sulle sette diverse tecnologie di efficientamento energetico indicate il 60,1% dei consumatori veneti ne adotterebbe almeno tre, dato superiore a quello medio nazionale del 56,5%.

4.4. Stimoli possibili

E, a questo proposito, il 60,2% dei cittadini veneti ritiene che sarebbe altamente incentivante la possibilità di affidarsi a un fornitore che gestisca l'intero processo (*chiavi in mano*). Un dato in linea con la media del Nord Est (60%) e leggermente inferiore rispetto al dato nazionale (64,4%).

È evidente che nei processi di efficientamento energetico la semplificazione dei processi di accesso e gestione sia una condizione decisiva in grado di accelerare le adesioni. Dalla consulenza iniziale all'installazione è un processo composto da una molteplicità di passaggi che i veneti sentono come troppo complessi, proceduralmente intricati. Pertanto, potersi emancipare dai rischi di finire inghiottiti dalla complessità burocratica rappresenta un moltiplicatore della volontà di investire nelle tecnologie indicate.

I veneti più che frammenti di consulenza, richiedono una sorta di regia complessiva che gli consenta di non dover fronteggiare quella dispersione di responsabilità che troppo spesso diventa insormontabile.

4.5. La propensione all'autoconsumo

Qual è la propensione dei veneti a investire e coinvolgersi in soluzioni di auto-consumo come, in particolare, le Comunità energetiche rinnovabili (Cer)? Notoriamente se ne parla in Italia dal 2019, prima che in altri paesi Ue, ma il processo regolatorio per completarsi è durato più anni.

Attualmente questa soluzione comunitaria si va diffondendo, tanto da poter dire che sta diventando parte del *mainstream* della cultura sociale collettiva.

In Veneto dichiara di conoscere le Comunità energetiche rinnovabili il 51,9% delle persone (**fig. 9**): bene il 9,9% e per grandi linee il 42%. I dati sono sostanzialmente in linea con quelli medi nazionali.

Comunque, oltre metà di coloro che non le conoscono vorrebbe avere informazioni in proposito.

È evidente quanto sia importante e utile in questa fase uno sforzo di comunicazione sui vantaggi ambientali ed economici delle *Cer*, così da stimolare chi le conosce e magari accendere il desiderio di adesione in chi ancora oggi non ne ha alcuna conoscenza.

Anche perché, tra chi conosce le *Cer* ben la metà dichiara che sarebbe propenso ad aderire. Pertanto, il Veneto è dentro il trend nazionale di tipo socioculturale che per l'energia ritiene che sia possibile andare oltre la tradizionale distinzione tra produttori e consumatori.

La figura del *prosumer*, produttore e consumatore, può diffondersi nei territori del Veneto, con relativa partecipazione attiva a pratiche collettive in ambito energetico che poi contribuiscono all'affermarsi di una cultura della condivisione e della sostenibilità.

5. L'ESPERIENZA DEI CONDOMINI

5.1. Le paure di costi e burocrazia

Un fronte decisivo per la diffusione concreta delle forme di autoconsumo è senz'altro quello del condominio che, ovviamente, in Veneto è importante, anche se meno di altri contesti vista la diffusione di villette unifamiliari in cui le scelte non richiedono una condivisione con altri proprietari.

Comunque, tra i veneti al 37,8% è capitato qualche volta di partecipare a riunioni di condominio in cui si è discusso di questioni relative all'energia riguardanti le parti comuni degli immobili.

Al 29,9% di coloro che partecipano a riunioni di condominio, invece è capitato che si parlasse di autoproduzione di energia e di eventuali partecipazioni a Cer. Il dato è inferiore a quello del Nord-Est (34,2%), ma superiore a quello nazionale (28,5%).

Altri dati interessanti riguardano: l'installazione di un impianto fotovoltaico nel proprio condominio apprezzato dal 55,6% dei veneti che partecipano a tali riunioni. Tuttavia, il 50,9% segnala che i condòmini hanno espresso timori sui costi iniziali e sulla complessità gestionale di un impianto fotovoltaico o della scelta di aderire a una Cer.

Inoltre, il 20,8% dichiara che le verifiche sull'edificio hanno evidenziato la presenza di vincoli strutturali che impediscono l'installazione di un impianto fotovoltaico.

Emerge quindi un certo interesse, che tuttavia incontra molti ostacoli, fatti di paure soprattutto per costi e rischi burocratici.

5.2. Contenimento spese e affiancamento esperto

In tanti condomini del Veneto emerge che i costi dell'energia restano un problema molto sentito, tanto che il 34,1% dei partecipanti a riunioni condominiali ha avuto l'esperienza di lamentare per le alte spese legate ai costi dell'energia.

Operativamente, emerge la propensione dei veneti a valutare molto positivamente la partecipazione alle riunioni condominiali di un esperto di autoproduzione di energia: infatti, il 55,1% dei partecipanti alle riunioni condominiali in Veneto reputa che sarebbe utile vi partecipasse una persona competente capace guidare e orientare la discussione mettendo all'attenzione generale conoscenze precise sul piano tecnico, regolatorio e burocratico.

Più in generale, poi, in Veneto chi partecipa alle riunioni di condominio valuta come dispositivi incentivanti l'adesione a Comunità energetiche:

- il 79% un taglio drastico dei costi per la progettazione, l'acquisto e la realizzazione dell'impianto;
- il 75,6% l'azzeramento dei costi relativi alla manutenzione dell'impianto;
- il 75,7% poter contare su un esperto di riferimento che si occupi della questione anche nella fase seguente l'installazione;
- il 74,5% supporto per gli adempimenti burocratici;
- il 75,6% una consulenza all'installazione puramente informativa, senza impegno a procedere;
- il 68,9% la certezza di vendere l'energia prodotta (**fig. 10**).

Oltre al contenimento dei costi di adesione e gestione c'è la questione burocratico-amministrativo, per cui è valutato molto positivamente l'eventuale affiancamento dell'Amministratore del condominio o del responsabile del progetto con consulenti esperti, meglio se dell'azienda fornitrice.

6. LA COESISTENZA NECESSARIA DELLE SOSTENIBILITÀ

6.1. L'essenziale positivo impatto sui budget familiari

L'85,1% dei cittadini veneti ritiene che la sostenibilità ambientale, in questa fase, debba generare anche sostenibilità economica, altrimenti rischia di non essere accolta. Un valore leggermente inferiore rispetto al Nord Est (89,2%) e alla media italiana (89,5%), ma che conferma un orientamento largamente condiviso.

La mentalità prevalente nel contesto regionale è segnata da un pragmatismo molto operativo: senza convenienza economica immediata con relativi ritorni tangibili, la transizione verde rischia di restare un principio astratto, lontano dalla vita quotidiana delle famiglie.

La sostenibilità, per essere accettata e condivisa, deve dimostrarsi capace di migliorare non solo l'ambiente, ma anche i budget familiari e la qualità concreta della vita.

Pertanto, per i veneti non c'è transizione ecologica o energetica che possa dispiegarsi senza la garanzia di tutela della sostenibilità economica delle famiglie.

Se ci sono investimenti da fare, allora le famiglie vanno supportate e se ci sono sforzi economici da fare, ad esempio per finanziare investimenti in tecnologie del risparmio energetico, occorre siano in linea con le concrete disponibilità delle famiglie.

Questo pragmatismo sostanziale è costitutivo della cultura sociale prevalente tra i veneti relativamente anche alla transizione energetica e a una società ed economia più sostenibile. Spicca il consenso all'idea che solo un equilibrio solido tra le sostenibilità può mettere al riparo da rigetto sociale.

Va infatti detto che emerge un senso di responsabilità individuale diffuso tra i veneti: il 54,8% ritiene di dover ridurre i propri consumi di energia e acqua indipendentemente dal comportamento dei ricchi e potenti, mentre il 45,2% aspetta prima segnali concreti da chi ha più risorse.

Tuttavia, i veneti non usano questa attesa come scusa per non agire personalmente: certo che si attendono che anche chi ha maggiori disponibilità economiche, e presumibilmente maggiori consumi, sia coinvolto in stili di vita più sobri, ma ciò non viene visto come un escamotage per rinviare ad altri

momenti o altri soggetti scelte che sono individuali, che chiamano in causa anche la responsabilità dei singoli al di là della condizione socioeconomica.

6.2. Autonomia energetica essenziale

Altra dimensione vitale è quella dell'autonomia energetica con il 57,5% dei cittadini veneti che la considera una priorità per il nostro Paese (**fig. 11**). Il richiamo alla sovranità energetica è più forte tra i veneti rispetto alla media nazionale (53,3%). Non si tratta solo di attenzione alla disponibilità di energia con relative conseguenze, piuttosto del segnale della consapevolezza che l'energia non è tema puramente domestico ed economico, piuttosto chiama in causa aspetti decisivi della vita collettiva.

Così costruire le condizioni dell'autonomia energetica è considerata condizione necessaria di stabilità e sicurezza, in un tempo segnato da crisi geopolitiche e oscillazioni dei mercati.

In questa ottica, è importante anche la convinzione del 68,6% dei veneti che è tempo di mixare rinnovabili e nucleare per avere energia sostenibile a buon prezzo in futuro. Garantire l'approvvigionamento di energia a prezzi sostenibili significa modificare il mix energetico nazionale, emancipando l'Italia, la società e il sistema produttivo, da una dipendenza che finisce per incidere su benessere, autonomia politica e, anche, qualità della vita.

**B. IL PUNTO DI VISTA E LE ESPERIENZE DELLE
IMPRESE VENETE**

7. TRATTI DEL PROFILO DELLE IMPRESE INTERVISTATE

E' utile delineare alcuni tratti delle imprese venete coinvolte nell'indagine. Il 95% delle imprese dispone di una sola sede, il 2,6% di due o tre e il 2,4% più di tre. È un dato che indirettamente conferma la realtà di imprese di piccola dimensione, in cui presumibilmente le decisioni operative e strategiche sono prese in modo diretto e centralizzato.

Riguardo al profilo degli intervistati, nel 68,9% dei casi si tratta del titolare o socio dell'impresa che, peraltro nel 78,2% dei casi è anche il responsabile della gestione dell'energia nell'impresa. Pertanto, le scelte legate ai consumi e agli investimenti energetici sono in capo prevalentemente a soggetti chiamati a combinare, per funzione, visione imprenditoriale e responsabilità operativa.

Una condizione che dovrebbe, teoricamente, ridurre la distanza tra decisione e implementazione anche in ambito energetico, sebbene poi occorra fare i conti con l'intasamento del tempo di lavoro quotidiano di tali responsabili.

Per quanto riguarda il rapporto con l'energia, il 69,6% delle imprese utilizza potenze impegnate comprese tra 0 e 12 kW. Un fabbisogno energetico contenuto tipico appunto di realtà produttive di dimensioni ridotte che comunque sono costrette a fare i conti con costi e approvvigionamento energetico.

Riguardo alla distribuzione delle imprese per spesa annua in energia emerge che:

- il 32,6% delle imprese spende tra 1.601 e 3.000 euro (Italia 27,5%, Nord Est 27,3%);
- il 24,9% fino a 1.600 euro (Italia 23,7%, Nord Est 24,4%);
- il 24,7% tra 3.001 e 9.000 euro (Italia 32%, Nord Est 31,9%).

Sono livelli di spesa per l'energia chiaramente coerenti con i livelli dimensionali delle imprese, che comunque condividono una notevole attenzione alle dinamiche dei costi dell'energia, che connota il sistema di imprese italiano.

Il 61,3% utilizza solo energia elettrica, il 29,8% sia energia elettrica che gas e l'8,9% solo energia elettrica poiché ha sostituito il gas con tecnologie rinnovabili (ad esempio con pompa di calore, impianti fotovoltaici ecc.).

8. APERTURA AL SUPPORTO ESTERNO

8.1. Il timore della dinamica dei costi

Il 76% delle imprese venete coinvolte nell'indagine dichiara di temere rialzi ulteriori del costo dell'energia a causa di gravi eventi internazionali, come la guerra in Ucraina (**fig. 12**). Il timore si proietta in avanti, poiché è l'82,6% delle imprese venete ad essere preoccupato per l'evoluzione possibile della spesa per l'energia. I timori per il futuro sono tra le imprese venete più alti rispetto sia alla media del Nord Est (78,4%) sia a quella nazionale (76%).

Si può dire che le imprese venete sono oggi pervase dal timore che la dinamica del costo, considerata già oggi intensa, sia destinata ad intensificarsi ulteriormente. Sono timori diffusi, condivisi, legati solo in parte alle dinamiche reali del mercato dell'energia che però vanno presi in considerazione, tuttavia, è oggi costitutivo del *sentiment* prevalente del sistema produttivo Veneto.

8.2. Vorrei tagliare i consumi ma...

Il 61,5% delle imprese venete rileva che non ha tempo da dedicare alle questioni relative all'energia, che sia la scelta del fornitore o l'individuazione di modalità per risparmiare nei consumi (**fig. 13**).

È un paradosso che è condiviso dal sistema di imprese a livello nazionale ma che tra le venete è ancor più stridente, poiché a fronte di una preoccupazione diffusa c'è poi una sottovalutazione operativa delle questioni afferenti alla gestione dell'energia.

Quest'ultima per le imprese pesa molto sui conti economici, è alto il timore che potrebbe pesare ancor di più nel futuro, e tuttavia nell'agenda delle cose da fare per le imprese ci sono altre priorità al punto da non lasciare sufficiente tempo per occuparsi di una gestione più sobria ed efficiente dell'energia.

Allo stato attuale nel 38% delle imprese venete è stata realizzata una diagnosi energetica con valutazione sui consumi, individuazione delle criticità e dei possibili miglioramenti.

In pratica, la grande maggioranza delle imprese ha un approccio non sistematizzato relativamente ai propri consumi energetici poiché non hanno un'idea precisa dei consumi e quindi anche dei possibili risparmi.

Ecco perché è il 23,9% delle imprese venete a segnalare la propria volontà di contare sul supporto di consulenti esperti per affrontare meglio la gestione dei consumi energetici in azienda.

È chiaro che sulla capacità concreta di cambiare passo nella gestione dei consumi energetici pesa il modello dimensionale e organizzativo delle imprese, con una sorta di sovraccarico dei responsabili apicali che così ritengono di non poter dedicare tempo e impegno a una voce di spesa che pesa sui conti economici e su cui, comunque, sarebbe possibile intervenire con scelte appropriate.

Non è sufficientemente attrattiva per gli imprenditori veneti la logica che di fronte ad un prezzo alto, o percepito come tale, è indispensabile spostare il baricentro della propria azione sulle quantità, e quindi diventa vitale avere una conoscenza puntuale dei consumi per poi adottare opportune strategie di razionalizzazione.

Il richiamo al supporto di una consulenza esperta segnala una volontà frustrata di gestire meglio i consumi, poiché si ritiene che trasferendo su un soggetto altro rispetto ai responsabili aziendali sarebbe possibile finalmente avere delineato il sentiero dell'ottimizzazione dei consumi energetici aziendali.

8.3. L'ottimizzazione come strategia

8.3.1. Chi ha agito e chi no

È il 26,7% delle imprese venete a dichiarare di avere adottato qualche tipo di intervento e relativi investimenti di efficientamento energetico (**tab. 2**): il 10,3% lo farà sicuramente nel futuro prossimo, un ulteriore 14,6% non ne ha le risorse economiche, e il 48,4% non ce l'ha in programma.

I dati segnalano un più alto impegno del sistema di imprese veneto poiché la quota che semplicemente non ha in programma iniziative o investimenti di efficientamento energetico è nettamente inferiore al dato nazionale pari al 64,8% ed a quello medio del Nord-Est pari al 56,4%.

In fondo, quindi, le difficoltà organizzative che le imprese venete richiamano in relazione a processi puntuali di gestione dei consumi energetici, non hanno impedito ad una quota significativa di misurarsi con iniziative concrete, in alcuni casi già implementate e in altri comunque programmate.

È poi pari al 30,5% la quota di imprese venete, di contro al 33,8% del dato medio nazionale, a dichiarare che nei prossimi anni è deciso ad investire sia per diventare più green che per innestare tecnologie e progetti di efficientamento energetico.

Tuttavia, non bisogna trascurare quella ancora ampia quota di imprese che anche in Veneto, pur riconoscendo l'importanza degli investimenti per l'efficientamento energetico, ritiene di non avere le risorse necessarie.

In pratica, esiste un ampio margine per un'attività capillare di promozione delle soluzioni di efficientamento energetico, partendo proprio dalle preoccupazioni economiche delle imprese venete che sono fortemente influenzate dall'andamento attuale e futuro dei costi dell'energia.

8.3.2. Le ragioni mobilitanti

Quali sono le principali motivazioni che hanno messo in movimento coloro che hanno adottato interventi di efficientamento energetico? Dai dati dell'indagine emerge che:

- per l'87% la riduzione dei costi dell'energia;
- per il 35% la necessità di sostituire impianti obsoleti o non più funzionanti;
- per il 15,2% l'accesso a incentivi o agevolazioni fiscali;
- per il 17,5% l'occasione di ristrutturazioni già in programma;
- per l'11,6% l'implementazione di una strategia orientata alla sostenibilità (Esg);
- per il 10,8% l'adempimento di obblighi normativi;
- per il 7,6% il potenziamento o il recupero di competitività (**fig. 14**).

La graduatoria delle motivazioni, tutto sommato, differisce da quella fondata sui dati medi nazionali in modo molto limitato e, pertanto, emerge che a stimolare verso gli investimenti in efficientamento energetico è stata soprattutto la voglia di dare un taglio ai costi dell'energia, il cui prezzo visibilmente si rileva che è solo in piccola parte modificabile.

Con scelte opportune, chi si è messo in moto ritiene che i conti economici possano trarre un importante beneficio tramite la razionalizzazione dei consumi energetici aziendali.

Poi, le scelte di efficientamento energetico sono state anche fatte da una quota superiore a un terzo nelle occasioni in cui dovevano procedere alla sostituzione di impianti obsoleti o comunque da rimpiazzare con tecnologie più efficienti.

8.3.3. Opportunità percepite dell'autoproduzione

Quasi il 35% delle imprese venete dichiara che gli piacerebbe autoprodurre energia, ad esempio installando un impianto fotovoltaico. Un dato superiore

a quello medio nazionale del 31,4%, anche se ovviamente ha ampi margini di espansione.

Riguardo alle Comunità energetiche rinnovabili, è il 17% delle imprese venete a dichiara di averne una buona conoscenza, il 36,3% le conosce per grandi linee, mentre il 46,7% dichiara di non saperne nulla (**fig. 15**).

È evidente che il coinvolgimento delle imprese che conoscono le Cer generebbe una ottima base di riferimento di energia autoprodotta e consumabile localmente, con benefici economici e ambientali.

Peraltro, come noto, l'autoconsumo è in questa fase una buona opportunità economica per le imprese, viste le incentivazioni e la disponibilità delle risorse Pnrr, e che ha la possibilità di beneficiare di tariffa premio, valorizzazione trasmissione e contributo in conto capitale fino al 40%.

Peraltro, gli incentivi sono in piena evoluzione e espansione, almeno in termini di attori locali che possono beneficiarne. Investire in autoproduzione di energia, infatti, consente premialità in conto esercizio con riduzione del costo dell'energia, e anche di supporto all'investimento fino ad un valore pari al 40% per la realizzazione di un impianto Fer in comuni con al massimo 50 mila abitanti.

Per le imprese attivare l'autoproduzione e relativo autoconsumo consente di risparmiare sui costi e assicurarsi forniture abbattendo i rischi.

Ecco perché è importante per le imprese venete essere supportate per far coincidere quanto più possibile picchi di domanda con momenti di generazione dell'energia, tenuto conto dei noti problemi di stoccaggio.

Poi c'è il beneficio ulteriore della possibile vendita che diventa una fonte ulteriore di ricavi massimizzando il ritorno dell'investimento. È chiaro che gli effetti dell'investimento tendono ad espandersi se al fotovoltaico è affiancato le tecnologie di accumulo, le quali beneficiano comunque dell'incentivazione da Pnrr.

8.4. Ostacoli e incentivi per investire nell'efficientamento

Secondo le imprese venete coinvolte nell'indagine sono ostacoli principali alla realizzazione di investimenti in efficienza energetica le difficoltà tecniche strutturali, di impianto, di vincoli edilizi (64,3%), i costi troppo elevati (43,6%), e, in misura molto minore, l'indisponibilità di proposte allettanti (29,1%), la complessità delle procedure burocratiche (10,1%) e difficoltà nell'accedere agli incentivi (4,3%).

La graduatoria degli ostacoli indicate dalle imprese venete è sostanzialmente simile a quella fondata sui dati medi nazionali, anche se spicca l'indisponibilità di proposte allettanti, come se gli operatori dell'offerta non fossero riusciti a tarare le soluzioni proposte sullo specifico delle esigenze regionali.

È interessante focalizzare quali sono le condizioni, al di là degli incentivi statali, capaci secondo le imprese di amplificare la loro voglia di investimento in efficientamento energetico.

Per il 50,5% delle imprese venete la possibilità di ottenere finanziamenti, per il 50% un fornitore che si occupa di tutto il processo, dalla consulenza iniziale fino all'installazione, senza che l'azienda debba gestire e coordinare più interlocutori (**tab. 3**). Poi, ancora, per il 44,8% poter contare su monitoraggio e manutenzione incluse nell'acquisto delle tecnologie.

Il 40,7% la possibilità di pagare ricorrendo ad un finanziamento con restituzione di rate e possibilità di deciderlo prima o anche dopo l'avvenuta installazione e poi il 27,8% disporre di leasing finanziario.

Ancora una volta spicca la richiesta di avere supporto e affiancamento di esperti, in linea con la convinzione diffusa che l'agenda delle priorità aziendali è strutturata in modo da collocare la gestione dell'energia non ai vertici. Solo con un efficace outsourcing della competenza è possibile procedere a realizzare gli investimenti appropriati.

8.5. Le scelte nei mercati dell'energia

8.5.1. La priorità del contenimento costi

Anche le imprese devono prendere decisioni e fare scelte relativamente ai mercati di fornitura di energia elettrica e gas, facendo riferimento ad una matrice di criteri che ne riflette le priorità, gli orientamenti, le aspettative ed esigenze.

È pertanto un primo importante indicatore la matrice dei criteri con cui procedono alla scelta dell'operatore.

Per il 57,3% criterio principale di scelta del fornitore è il prezzo, per il 25,3% il prezzo e servizi aggiuntivi, per il 16,6% la fiducia, la sicurezza e l'affidabilità del brand del fornitore e per lo 0,7% solo i servizi aggiuntivi (**fig. 16**).

La matrice di criteri indicata è espressione diretta del *sentiment* prevalente rispetto all'energia: è un costo che pesa sui conti economici e che occorre mettere sotto controllo. Ecco perché è il prezzo il perno principale della scelta, in misura nettamente preponderante rispetto a quanto accade sul mercato residenziale.

Certo che ci sono quote di imprese per le quali, comunque, i servizi aggiuntivi o anche il brand e l'affidabilità del fornitore contano, e tuttavia risulta evidente che per le imprese i mercati di energia elettrica e gas stentano a muovere in avanti rispetto al modello tradizionale di pura compravendita dell'energia.

8.5.2. Cosa conta per le aziende in una proposta commerciale di fornitura

Tenuto conto dell'articolazione indicata dei criteri, è comunque utile delineare quali siano eventualmente fattori incentivanti la scelta.

A questo proposito, ve ne sono una molteplicità, guidata dalla dimensione della convenienza economica con:

- l'89,8% che indica sconti su voci di costo in bolletta, ad esempio su quelli di commercializzazione;
- l'83,4% offerte a prezzo fisso per un certo periodo, un anno o due;
- il 58,6% programmi di fedeltà con possibili sconti, bonus, premialità
- il 47,4% offerte che modulano i prezzi dell'energia in relazione a determinati orari;
- il 45,3% offerte a prezzo variabile (prezzo aggiornato periodicamente in base all'andamento del mercato) (**tab. 4**);

Poi conta anche l'eventuale buon funzionamento di mercato con, ad esempio:

- per il 90,5% la trasparenza delle tariffe e delle condizioni contrattuali;
- per l'85,5% la possibilità di cambiare fornitore senza costi aggiuntivi evitando l'eventuale interruzione del servizio.

L'uso intelligente del digitale che vuol dire:

- per il 57,4% la disponibilità di strumenti per controllo e analisi intelligente dei consumi energetici per contenerli;
- per il 77% avere la possibilità di gestire in digitale la fornitura (ad es. gestire bollette e pagamenti in app/sito web ecc.).

Infine, il 44,8% segnala la disponibilità di offerte con sole energie rinnovabili.

È una gamma ampia e articolata di elementi che possono rendere particolarmente attraente una proposta commerciale sui mercati dell'energia.

8.5.3. Servizi incentivanti

Su un altro piano è possibile individuare servizi in grado di attivare interesse nelle imprese venete e, senza mai perdere di vista la valutazione economica, comunque contribuire a motivare l'adesione dell'impresa.

Il 56,1% delle imprese venete indica 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 (**tab. 5**).

Il 43,9% il supporto nell'installazione di un impianto di climatizzazione (sopralluogo gratuito, servizio di montaggio ecc.) e il 40,9% per lo smaltimento del vecchio impianto di climatizzazione. E poi ancora il 56,4% consulenza e supporto per affrontare adempimenti burocratici e amministrativi (ad es. richieste di allaccio, permessi comunali ecc.). Mentre, il 57,8% segnala la consulenza per accedere a bandi regionali o nazionali su incentivi, detrazioni fiscali

Ancora una volta le imprese venete sono sensibili all'attivazione di forme di supporto che gli consentano di alleviare il peso sul personale dell'organico aziendale dei diversi aspetti gestionali, burocratici e amministrativi, oltre che tecnici legati ad una diversa gestione dell'energia.

9. CONVINZIONI SULLA TRANSIZIONE ENERGETICA

9.1. L'incertezza che paralizza

Le imprese hanno un approccio molto operativa ai temi dell'energia, condizionate anche dalla convinzione che a contare è fondamentalmente il prezzo. Quindi, anche nel caso delle imprese venete ad oggi è poco sviluppata sia l'idea del mercato libero dell'energia come luogo di scambio di servizi anche a valore aggiunto, sia quella della necessità di puntare sulle quantità consumate, investendo per ridurle nell'immediato e, più ancora, in prospettiva futura.

Tuttavia, sarebbe un errore sganciare la questione energetica dal quadro più generale in cui si inseriscono le scelte delle imprese. Ecco perché è utile anche delineare il punto di vista rispetto a dinamiche più generali che poi sono fondamentali anche nel determinare la traiettoria delle questioni energetiche.

A questo proposito, dall'indagine emerge che il 74,7% delle imprese venete, quota superiore a quella media nazionale pari al 68,9%, è preoccupato per gli effetti dell'incertezza economica, esito di guerre, dazi e moltiplicazione di eventi geopolitici e di altro tipo assolutamente imprevedibili.

Le imprese venete condividono con quelle delle altre regioni la convinzione che il rischio d'impresa oggi è amplificato all'estremo dalla volatilità inedita del contesto globale, che significa fronteggiare cambi improvvisi nelle filiere, nelle forniture come nei mercati di sbocco.

Questa incertezza pervasiva è diventata basica e condiziona ogni tipo di scelta e, presumibilmente, assorbe energie aziendali per cercare di rimettere sotto controllo le variabili che, almeno nella percezione degli imprenditori, afferiscono direttamente alle loro scelte.

È chiaro che in un contesto così volatile, il rischio maggiore rispetto all'energia è quello di considerarlo un ambito su cui alla fin fine la singola impresa può fare poco o nulla. Pertanto, si finisce per considerare il prezzo dell'energia una variabile esogena a cui adattarsi, magari da maledire, però distante da ogni possibilità di controllo.

Pertanto, se in generale l'incertezza ha spesso come esito nell'azione delle imprese una sorta di siderazione, in questo caso comunque il rapporto con l'energia non viene considerato come prioritario, poiché ci sarebbero altri ambiti in cui, con maggior probabilità di riuscita, l'impresa può condensare i suoi sforzi.

9.2. Cosa è più importante nell'agenda dell'impresa che investe?

È chiaro che laddove le imprese, come quelle venete peraltro molto orientate anche a competere sui mercati globali, capiscono gli effetti virtuosi che possono nascere dalla buona gestione dell'energia, allora l'investimento in efficienza energetica e la scelta di autoprodurre diventano componenti di un mosaico di scelte che sono in grado di modificare il sentiero di crescita di un'azienda.

L'esito, infatti, di tali scelte è il risparmio energetico con relative positive ricadute sui budget economici di impresa. Se tale prospettiva diventasse evidente fino a trasformarsi in scelte conseguenti è probabile che cambierebbe il destino di una quota non irrilevante di microimprese e studi professionali, che attualmente continuano a ritenere che la buona gestione dell'energia non rientra nelle priorità.

Occorre infatti considerare che in questa fase le imprese venete in linea con quelle delle altre regioni sono alle prese con le sfide tecnologiche che assorbono investimenti. Così, ad esempio il 24,4% delle imprese venete dichiara di stare investendo in Intelligenza Artificiale, quota superiore a quella media nazionale pari al 16,9%. Inoltre, il 60,9% è impegnata nella radicale riorganizzazione digitale dei processi, con relativo sforzo di investimento e anche in questo caso la quota è nettamente superiore a quella media nazionale pari al 46,2%.

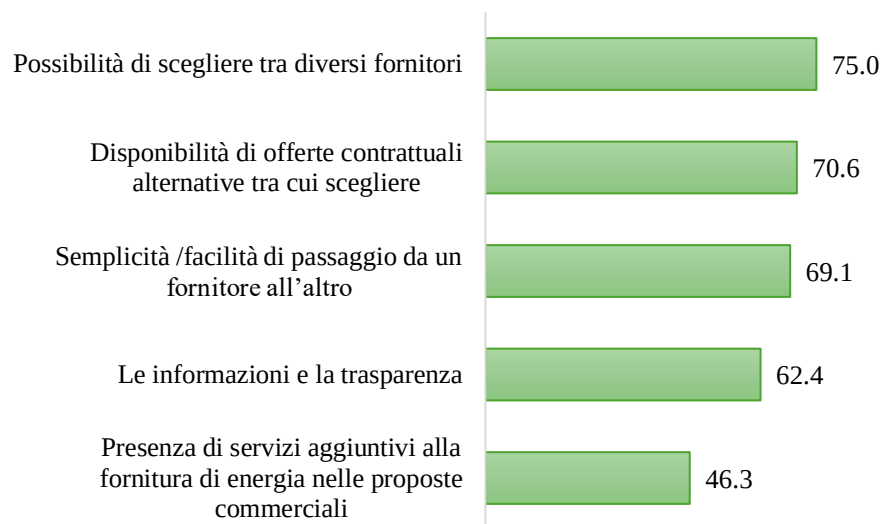
Così il 35,5% delle imprese venete, è il 29,6% a livello nazionale, segnala che, anche se avesse la volontà di farlo, avrebbe difficoltà nell'investire nell'efficienza energetica (**fig. 17**).

Pertanto, anche se le imprese venete hanno mostrato maggiore propensione a investire in efficientamento energetico, tuttavia quelle che si sono messe in movimento sono una minoranza. Le imprese vigili e attive in Veneto, quindi, sono ancora una minoranza il cui esempio, però, non riesce ancora ad essere trainante.

Esiste il dato economico della necessità di stimolare gli investimenti con opportuni incentivi, ma esiste quello più aziendale di percezione di intasamento di aziende e tempi di lavoro tanto da ritenere essenziale un supporto esterno ed esiste poi un'agenda delle priorità aziendali in cui le innovazioni tecnologiche, dall'IA al digitale in generale, prevalgono su ogni altra destinazione di risorse.

TABELLE E FIGURE

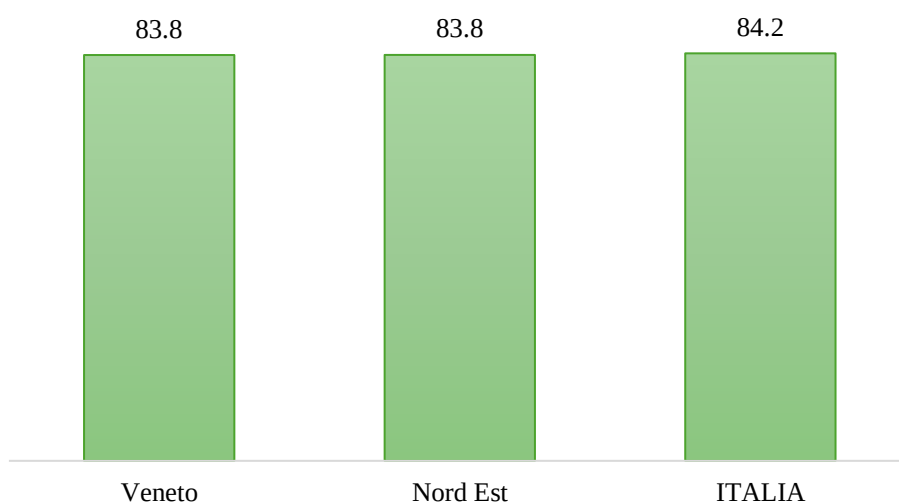
**Fig. 1 – Aspetti del mercato libero dell’energia più apprezzati dai
consumatori veneti (val. %)**



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

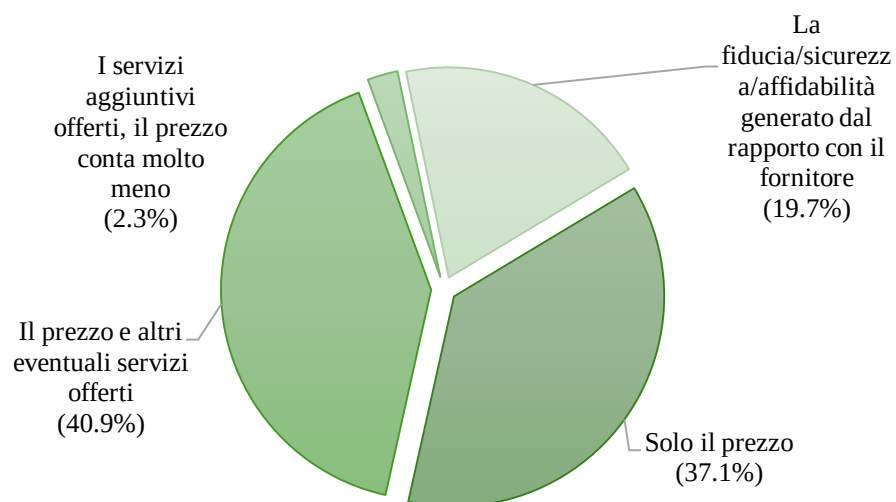
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 2 – Consumatori veneti convinti che nel mercato libero dell'energia dovranno imparare ad agire come in altri mercati, informandosi per poter scegliere il fornitore e il contratto migliore: confronto Veneto, Nord-Est, Italia (val. %)



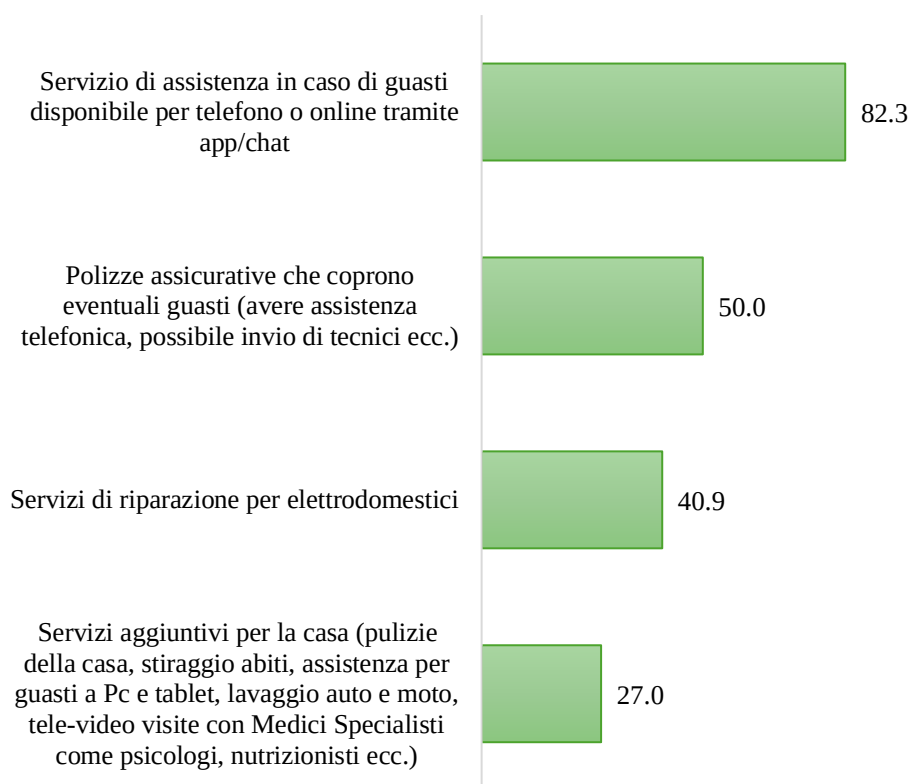
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 3 – I criteri di scelta del fornitore di energia nel mercato libero indicati dai consumatori veneti (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025

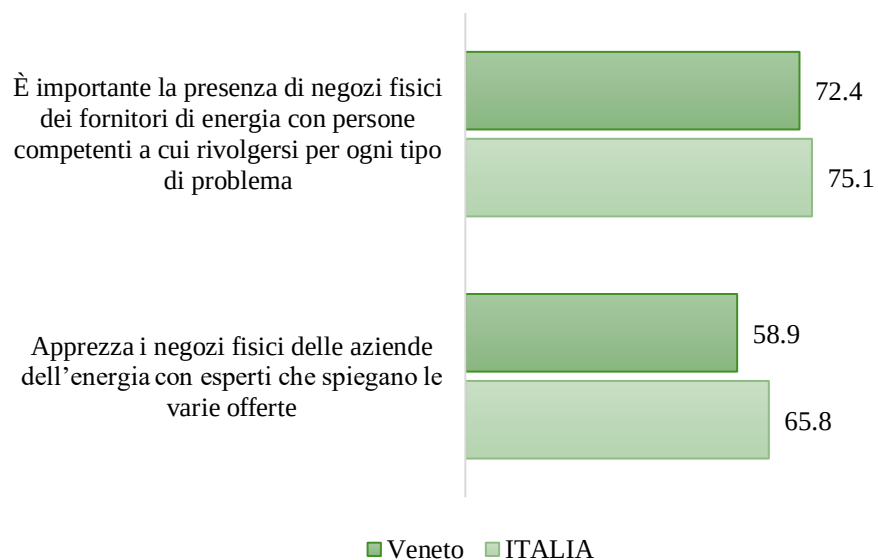
Fig. 4 – Servizi aggiuntivi che per i consumatori veneti sono più importanti nel valutare le proposte commerciali nel mercato dell’energia (val. %)



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

Fonte: indagine Censis, 2025

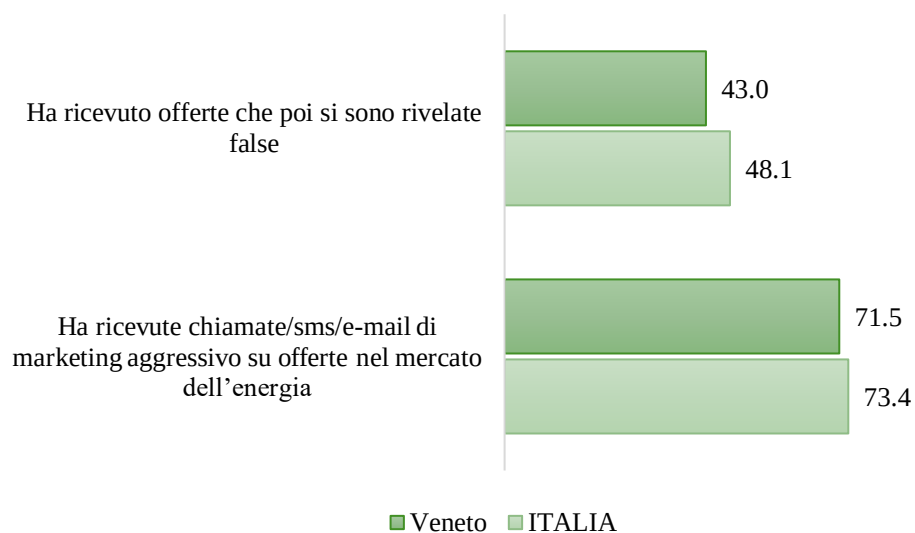
Fig. 5 – Consumatori veneti che apprezzano i negozi fisici di prossimità dei fornitori con esperti: confronto Veneto, Italia (val. %)



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

Fonte: indagine Censis, 2025

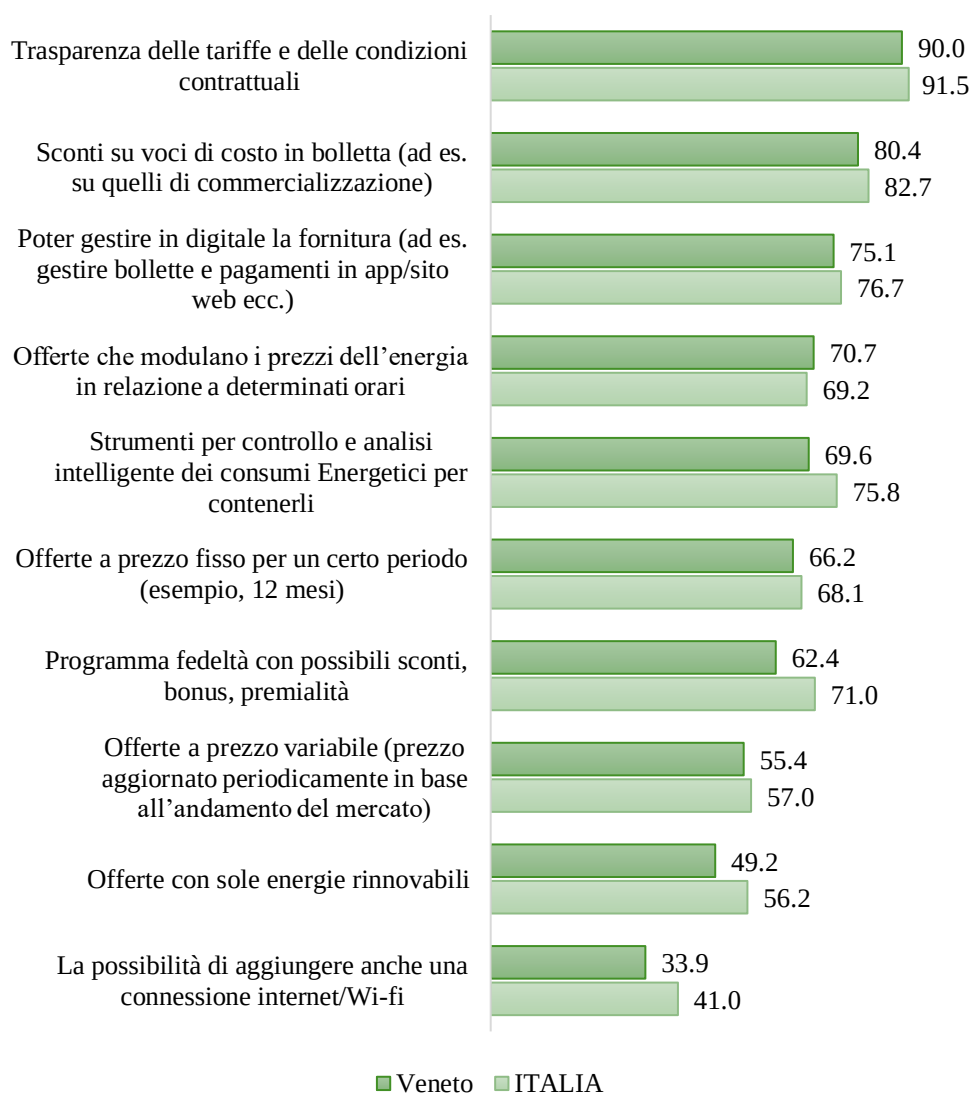
Fig. 6 – Esperienze negative sperimentate dai consumatori veneti nel mercato libero dell'energia: confronto Veneto, Italia (val. %)



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

Fonte: indagine Censis, 2025

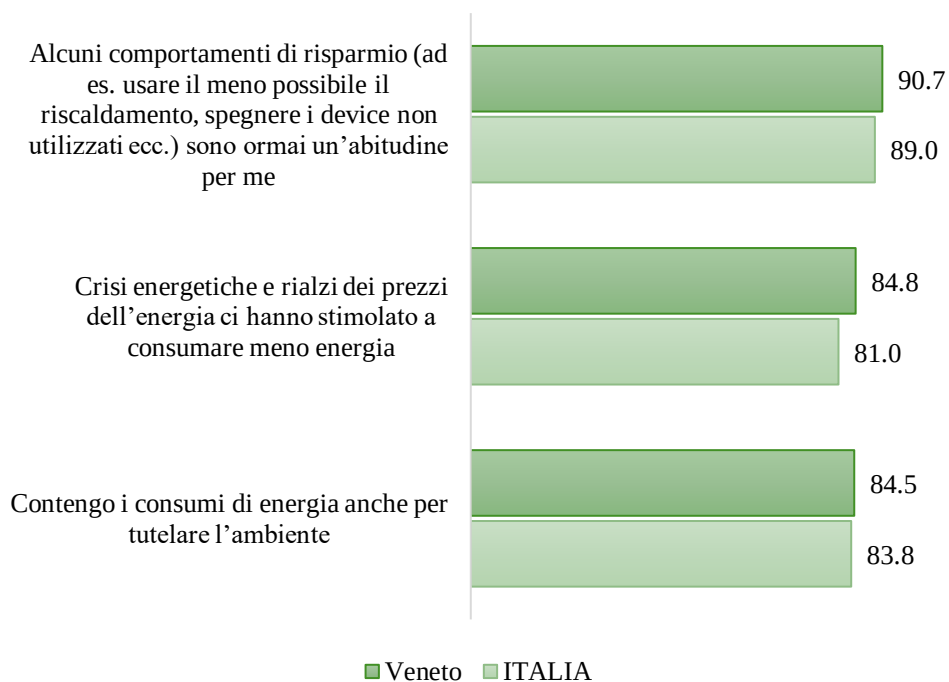
Fig. 7 – Aspetti che i consumatori veneti reputano importanti nella valutazione di una proposta commerciale per la fornitura dell'energia: confronto Veneto, Italia (val. %)



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

Fonte: indagine Censis, 2025

**Fig. 8 – I comportamenti di contenimento dei consumi di energia:
confronto Veneto, Italia (val. %)**



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

Fonte: indagine Censis, 2025

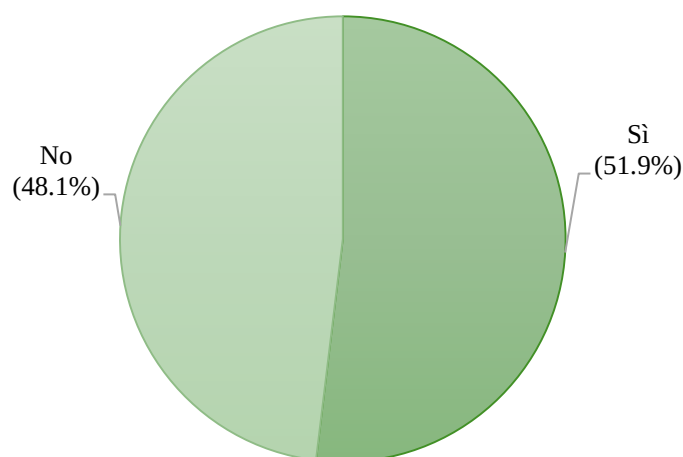
Tab. 1 – Tecnologie di efficientamento energetico che i consumatori veneti vorrebbero adottare: confronto Veneto, Nord-Est, Italia (val. %)

	Veneto	Nord Est	ITALIA
Impianto fotovoltaico	51,2	53,5	55,2
Sistemi di accumulo di energia	49,6	47,6	53,4
Isolamento termico dell'involucro edilizio (cappotto termico, isolamento tetto e solaio ecc)	37,3	37,4	39,0
Solare termico	35,5	33,7	42,7
Sistema di climatizzazione più efficiente nell'impiego di energia	31,1	23,8	34,7
Pompa di calore	27,6	28,9	32,6

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

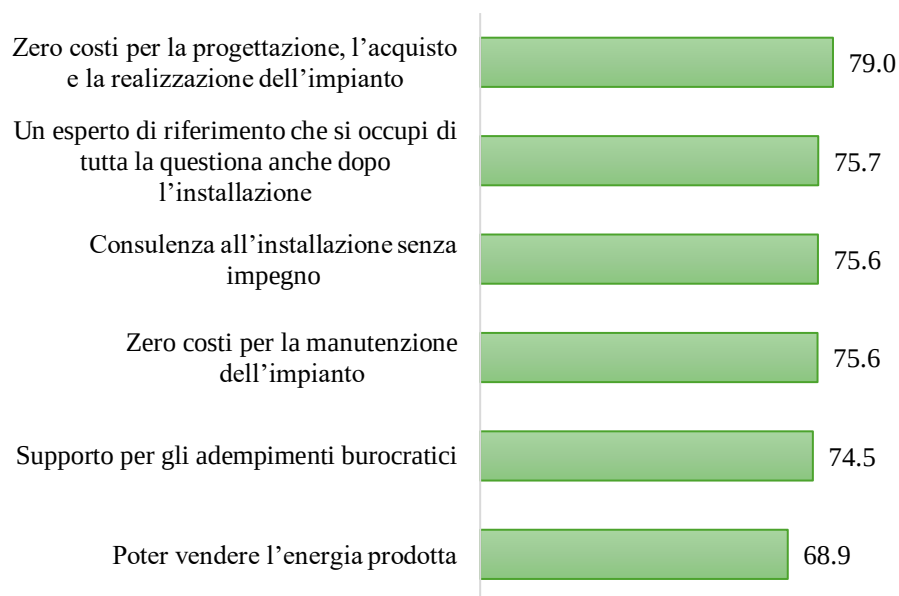
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 9 – Consumatori veneti che dichiarano di conoscere le Comunità Energetiche Rinnovabili (Cer) (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025

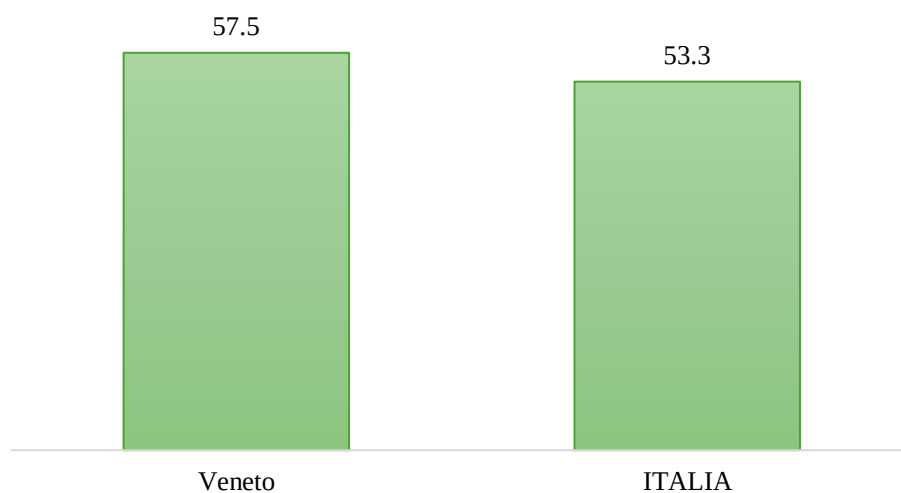
Fig. 10 – Fattori importanti per i condomìni veneti nella scelta dell'autoproduzione (val. %)



Risposte fornite da coloro che hanno indicato di partecipare alle riunioni di condominio. La somma delle percentuali è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

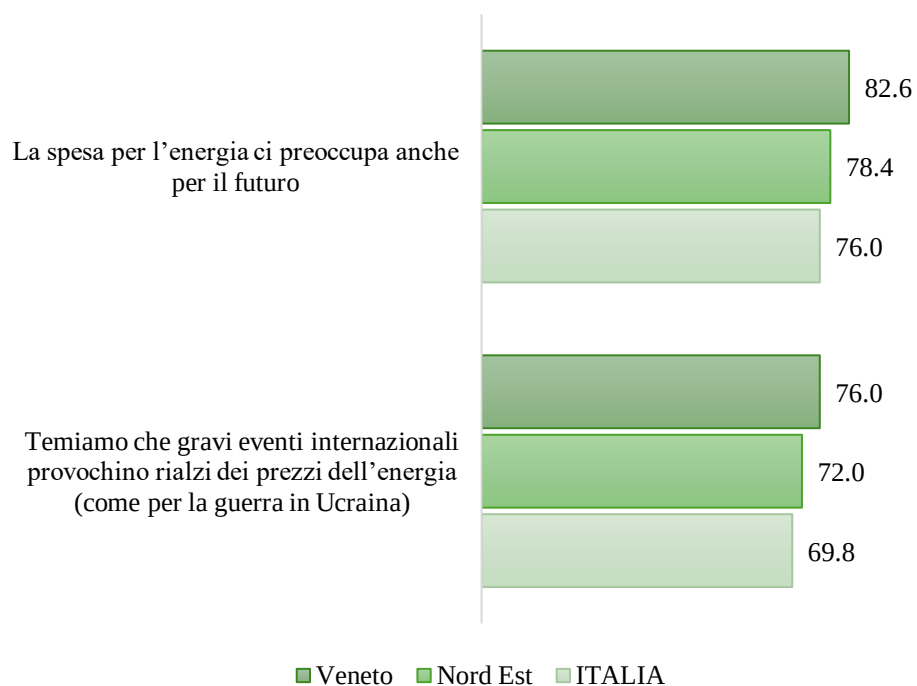
Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 11 – Importanza per i consumatori veneti della conquista di una più alta autonomia energetica per l'Italia: confronto Veneto, Italia (val.%)



Fonte: indagine Censis, 2025

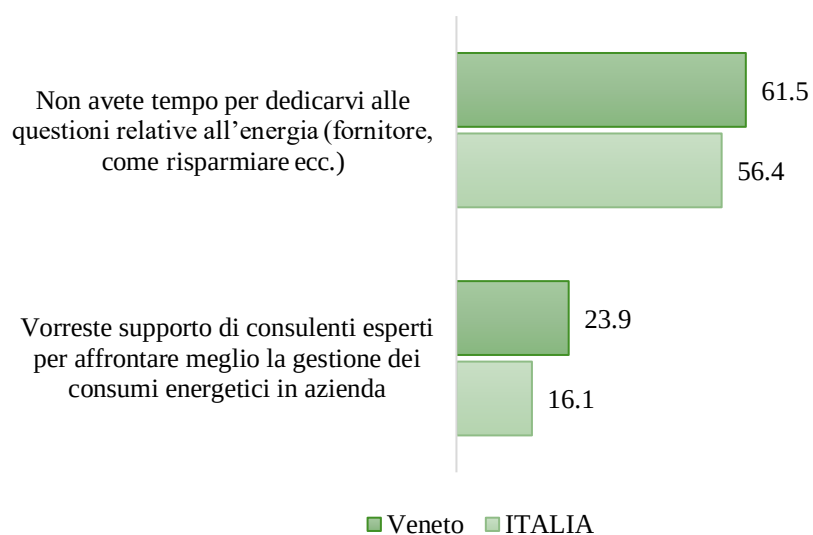
Fig. 12 – Preoccupazioni delle imprese venete per la spesa per l'energia: confronto Veneto, Nord-Est, Italia (val. %)



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

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 13 – La difficoltà delle imprese venete nella gestione dell’energia: confronto Veneto, Italia (val. %)



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

Fonte: indagine Censis, 2025

Tab. 2 – Imprese venete ed efficientamento energetico: confronto Veneto, Italia (val %)

<i>La sua azienda ha adottato interventi/investimenti di efficientamento energetico?</i>	Veneto	Italia
Sì, abbiamo già adottato delle misure	26,7	23,4
No	73,3	76,6
<i>di cui:</i>		
<i>Non ancora, ma lo faremo sicuramente</i>	10,3	6,0
<i>Vorremo farlo ma non ne abbiamo le possibilità</i>	14,6	5,7
<i>Per ora non è in programma</i>	48,4	64,8
Totale	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2025

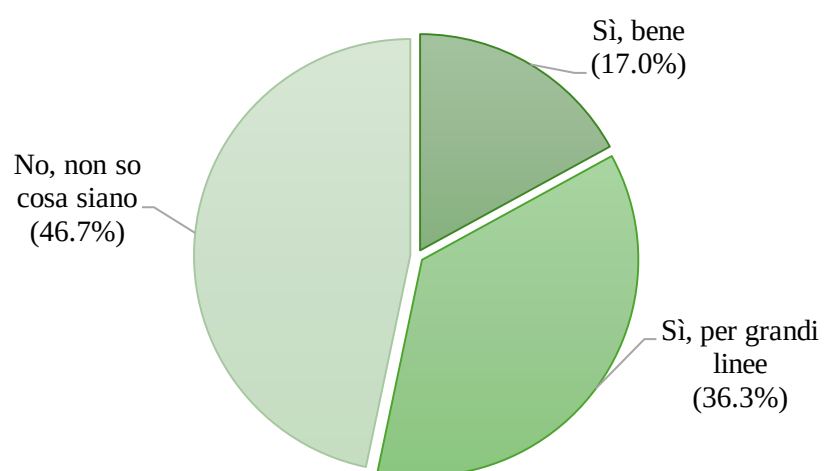
Fig. 14 – Ragioni che hanno spinto le imprese venete ad adottare misure di efficientamento energetico (val%)



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

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 15 – Conoscenza delle Comunità Energetiche Rinnovabili (Cer) da parte delle imprese venete (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025

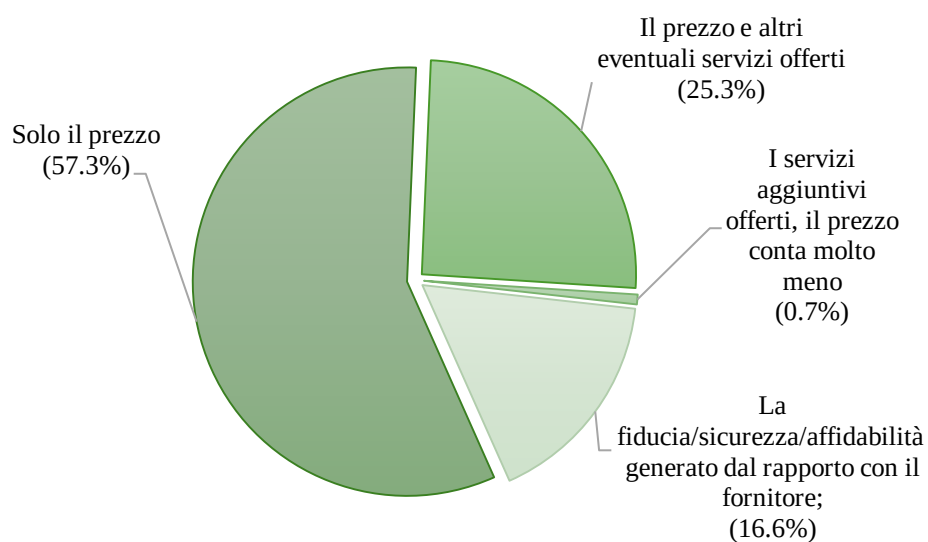
Tab. 3 – Condizioni che stimolerebbero le imprese venete a investire in tecnologie per l'efficientamento energetico: confronto Veneto, Italia (val. %)

<i>A prescindere dagli incentivi statali, la sua azienda sarebbe più disposta a investire in tecnologie per l'efficientamento energetico se fossero disponibili le seguenti condizioni?</i>	Veneto	Nord Est	ITALIA
La possibilità di ottenere finanziamenti	50,5	47,7	41,9
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	50,0	52,4	46,5
Monitoraggio e manutenzione inclusa nell'acquisto della tecnologia	44,8	48,7	40,3
Pagamento con finanziamento da restituire a rate della tecnologia prima o dopo l'installazione	40,7	41,3	37,4
Pagamento tramite leasing finanziario	27,8	31,0	25,5

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

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 16 – Matrice dei criteri di scelta del fornitore di energia da parte delle imprese venete (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025

Tab. 4 – Aspetti che le imprese venete reputano importanti nella valutazione di una proposta commerciale per la fornitura di energia: confronto Veneto, 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>	Veneto	ITALIA
Trasparenza delle tariffe e delle condizioni contrattuali	90,5	86,5
Sconti su voci di costo in bolletta (ad es. su quelli di commercializzazione)	89,8	92,0
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)	83,4	78,0
Poter gestire in digitale la fornitura (ad es. gestire bollette e pagamenti in app/sito web ecc.)	77,0	68,2
Programma fedeltà con possibili sconti, bonus, premialità	58,6	51,8
Strumenti per controllo e analisi intelligente dei consumi Energetici per contenerli	57,4	52,3
Offerte che modulano i prezzi dell'energia in relazione a determinati orari	47,4	38,0
Offerte a prezzo variabile (prezzo aggiornato periodicamente in base all'andamento del mercato)	45,3	30,9
Offerte con sole energie rinnovabili	44,8	30,7

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

Fonte: indagine Censis, 2025

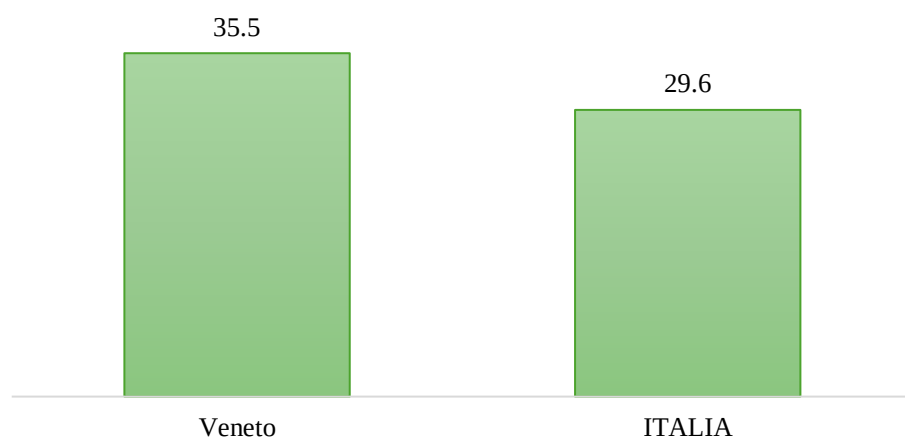
Tab. 5 – Aspetti che incentivano le imprese venete nella scelta di una proposta commerciale nel mercato dell'energia (val. %)

<i>Indichi se i seguenti servizi sono per Lei importanti nel valutare una proposta commerciale nel settore dell'energia?</i>	<i>%</i>
Consulenza per accedere a bandi regionali o nazionali su incentivi, detrazioni fiscali	57,8
Consulenza e supporto per affrontare adempimenti burocratici e amministrativi (ad es. richieste di allaccio, permessi comunali ecc.)	56,4
Supporto per le fasi di installazione relative a fotovoltaico, batteria di accumulo e/o solare termico, impianto di riscaldamento a pompa di calore che sfrutti l'energia solare, impianti solari, fotovoltaici e sistemi di accumulo elettrico ecc.	56,1
Supporto nell'installazione di un impianto di climatizzazione (sopralluogo gratuito, servizio di montaggio ecc.)	43,9
Supporto nello smaltimento del vecchio impianto di climatizzazione	40,9

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

Fonte: indagine Censis, 2025

Fig. 17 – Imprese venete che hanno difficoltà nell' investire in tecnologie per l'efficientamento energetico: confronto Veneto, Nord-Est, Italia (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2025