

COMUNICATO STAMPA

**Cambio fornitore nel mercato energia: gli italiani decidono di risparmiare partendo dalla luce. Nelle offerte combinate luce&gas l'80% cerca trasparenza e semplicità del servizio.**

**I dati di Altroconsumo B2You raccontano come cambiano le scelte degli italiani nel mercato dell'energia.**

*Si consolida la quota di consumatori che verificano periodicamente le offerte e gestiscono in modo attivo la propria fornitura. Grazie all'analisi di questi dati l'evoluzione reale dei comportamenti di scelta risulta evidente.*

**Milano, 10 febbraio 2026** – Il mercato dell'energia sta cambiando più rapidamente di quanto suggeriscano le sole percezioni. Gli italiani non si limitano più a confrontare le offerte: mostrano una crescente fiducia nel fatto che cambiare fornitore sia una scelta efficace per risparmiare e ottenere un servizio migliore. Il cambio parte quasi sempre dalla luce, che rappresenta il punto di ingresso nella scelta energetica. A rivelarlo è la nuova analisi di Altroconsumo B2You, basata su dati esclusivi provenienti dal comparatore energia dell'organizzazione: un osservatorio unico che permette di leggere come gli utenti si muovono realmente nel momento più significativo, quello in cui valutano di cambiare fornitore.

I risultati dello studio condotto tra maggio e ottobre 2025 mostrano con chiarezza che la competizione nel mercato libero si gioca anzitutto sulla luce, ma anche per le forniture integrate luce&gas si ottengono dei risultati interessanti: qui i clienti sono pronti al cambiamento: il fatto che i provider di provenienza siano radicati e conosciuti incide sempre meno sulla scelta.

I volumi di ricerca rilevati dal comparatore confermano che la luce è il primo fattore preso in considerazione dagli utenti quando valutano un cambio di fornitura: ogni mese, infatti, sono oltre 12.000 le sessioni dedicate alla sola fornitura elettrica, contro le circa 8.700 sessioni riservate alle ricerche di offerte combinate luce&gas e le 4.800 rivolte al solo gas. Una differenza marcata, che indica come l'elettricità sia l'ambito a partire dal quale gli utenti iniziano a valutare le alternative. Questo anche perché la fornitura elettrica riguarda direttamente tutti i consumatori, mentre il riscaldamento, qualora esso sia centralizzato, è a gestione condominiale.

Le ricerche sulla sola fornitura elettrica mostrano un comportamento chiaro dichiarato già nella fase di compilazione del comparatore: **nel 43% dei casi gli utenti indicano come provider di provenienza uno dei grandi operatori del mercato**. Questo dato suggerisce che i consumatori sono consapevoli che in questa fase di mercato hanno la possibilità di trovare opportunità valide anche presso provider medi o medio/piccoli. Un ulteriore **21% proviene invece da provider già partner di Altroconsumo** e rappresenta un segmento più abituato a monitorare periodicamente le proprie condizioni tariffarie, con un approccio più attivo e informato nella gestione dei propri contratti luce e gas.

Nelle ricerche che riguardano la doppia fornitura, il comportamento degli utenti cambia in modo significativo: oltre l'80% ha dichiarato in fase di compilazione del comparatore Altroconsumo, di avere come attuale fornitore uno dei big player. In questa fascia, quindi, il focus è la ricerca di prezzi buoni, qualità del servizio e la semplicità di un unico fornitore per entrambe le offerte. Le soluzioni proposte, infatti, sono le offerte chiamate "Dual fuel", che offrono in un'unica soluzione la fornitura sia di luce che il gas.

Gli utilizzatori con questa combinazione di esigenze non hanno timori ad abbandonare i brand consolidati. La loro familiarità con il digitale e la disponibilità ai pagamenti automatici modificano l'attitudine a rimanere fedeli ai fornitori storici ed evidenzia come la fidelizzazione di questo tipo di clientela si basi su nuovi driver e chiede di ripensare la modalità con cui si riesce a costruire vantaggi competitivi nella filiera commerciale.

Anche nel mercato del gas emergono segnali distintivi: il 28% degli utenti che effettua una ricerca dichiara come provider di provenienza un operatore partner di Altroconsumo, mentre il 24% arriva dai grandi brand. Una distribuzione più equilibrata rispetto al mercato elettrico, che suggerisce comportamenti meno influenzati dalla notorietà del marchio e più legati al tipo di consumo e alla struttura dell'offerta. L'analisi mostra, inoltre, che la scelta di confrontare le offerte non è più motivata unicamente dal prezzo, ma sempre più spesso da fattori legati alla qualità complessiva del servizio: chiarezza delle condizioni, trasparenza dei costi, affidabilità dell'assistenza e semplicità nella gestione delle forniture.

*"I dati raccolti in questa nostra ultima indagine mostrano che la vera competizione nel mercato dell'energia si gioca nel momento in cui l'utente entra in modalità di valutazione, non nella scelta finale", afferma Paolo Cazzaniga, senior energy expert di Altroconsumo. "La luce è il punto in cui si attiva la decisione di cambiare operatore perché è lì che l'utente percepisce maggiormente l'impatto delle tariffe. Quando l'utente entra in modalità confronto, porta con sé anche aspettative legate alla qualità del servizio e alla sua esperienza precedente: è su questo piano che si gioca davvero il vantaggio competitivo".*

Dall'analisi di questi dati emerge chiaro un cambiamento strutturale nel rapporto tra consumatori e mercato dell'energia. Oggi le persone non cercano solo un prezzo più basso,

ma pretendono chiarezza, semplicità e la sensazione di compiere una scelta consapevole. I dati del comparatore consentono di intercettare il consumatore esattamente nel momento in cui prende una decisione, restituendo una fotografia reale dei suoi bisogni, delle sue aspettative e delle sue incertezze. È questo che rende Altroconsumo B2You uno strumento strategico: non descrive il mercato, lo osserva mentre accade.

*“Con Altroconsumo B2You trasformiamo un patrimonio di oltre cinquant’anni di osservazione dei consumatori in insight concreti per le aziende. Non parliamo di proiezioni, ma di comportamenti reali, che permettono di comprendere cosa muove davvero le scelte, quali leve generano fiducia e come stanno evolvendo le aspettative. È su questa conoscenza che le imprese possono costruire offerte, servizi e modelli di relazione più efficaci e sostenibili nel tempo”*, commenta **Benedetta De Michelis, Responsabile Business Development di Altroconsumo B2You.**

[B2You](#) è l’unità di consulenza B2B di Altroconsumo - la più grande organizzazione indipendente per la tutela dei consumatori in Italia – che supporta le aziende nello sviluppo di progetti su misura orientati alla qualità, alla trasparenza e alla sostenibilità. L’approccio di B2You si fonda sul concetto di *consumer transformation*, riconoscendo il consumatore come soggetto dinamico, autonomo e attivo nei processi di scelta, capace di orientare il mercato indipendentemente dalle strategie delle imprese. Comprendere tale trasformazione richiede una prospettiva articolata, che integri la conoscenza del passato - ambito in cui Altroconsumo dispone di un patrimonio unico, frutto di oltre cinquant’anni di analisi dei comportamenti e delle esigenze dei consumatori - con l’osservazione del presente e l’interpretazione dei segnali di cambiamento che delineano i trend futuri. Attraverso servizi che spaziano dal quality check e indagini con i consumatori, fino a iniziative di consumer education e welfare aziendale, B2You affianca le imprese nella costruzione di relazioni più consapevoli, trasparenti e durature con i propri clienti. Con una community composta da oltre 1 milione di persone tra soci, fan e simpatizzanti, un team di 240 professionisti e una piattaforma di oltre 50.000 panelisti attivi, B2You rappresenta un partner strategico per le aziende che vogliono distinguersi sul mercato attraverso scelte responsabili e innovative.

**Ufficio Stampa B2You - Close to Media**

[b2you@closetomedia.it](mailto:b2you@closetomedia.it)

Federico Maggioni | +39 393 8150958

Eleonora Giuseppina Nespola | + 39 331 6882360