

SONDAGGIO CHE SORPRESA!

Dal sondaggio commissionato dal WWF Italia a Makno emerge un'inedita fotografia del consumatore europeo ed in particolare di quello italiano.

Circondato da campagne pubblicitarie delle imprese di fornitura energetica, delle quali si fida ben poco, e guidato da un'amministrazione pubblica che poco ha fatto e spesso è d'ostacolo agli obiettivi del Protocollo di Kyoto, il consumatore italiano con le sue risposte mostra un paese fortemente indirizzato a contribuire alla sfida globale dei cambiamenti climatici.

Il sondaggio ribalta la percezione comune per cui il consumatore italiano sia poco attento alle tematiche ambientali.

Sembra proprio il contrario! Su molte domande è più lucido e ben disposto, spesso ancor più dei concittadini europei, a difendere l'ambiente con il proprio ruolo di consumatore.

E se ad essere indietro fossero le imprese e l'amministrazione?

La liberalizzazione dei mercati elettrici offre un importante spunto d'analisi dei comportamenti dei cittadini europei.

L'indagine condotta su più paesi dell'Unione europea mostra come **l'avanzamento del processo di liberalizzazione nel settore domestico già anticipato da Svezia e Gran Bretagna ed esteso dal primo luglio a tutti i paesi dell'Unione** sia un elemento che offra opportunità per fare coincidere mercati elettrici con politiche di salvaguardia dell'ambiente ma di per sé non garantisca tale sintesi.

I risultati nei diversi paesi sono per lo più allineati sulle aspettative della liberalizzazione, sul ruolo del consumatore nella scelta delle tariffe verdi, sulle responsabilità delle emissioni di CO₂ dai diversi impianti, sulla conoscenza dei contenuti della direttiva 54/2003 (che estende in tutti i paesi dell'Unione la liberalizzazione della fornitura ai clienti domestici). **Due paesi emergono per sensibilità ambientale.**

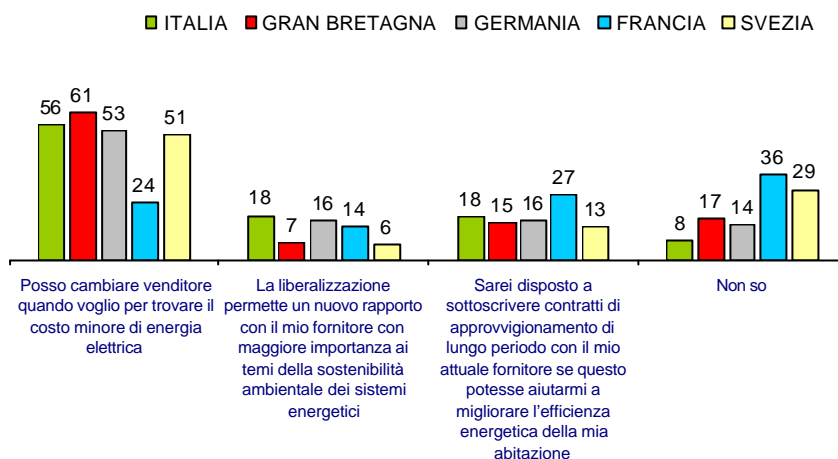
L'Italia (la cui liberalizzazione del settore domestico, sulla carta al primo luglio 2007, non si è di fatto ancora realizzata) risulta insieme alla **Svezia** il paese i cui consumatori sono più propensi a svolgere un ruolo benefico per la salvaguardia ambientale.

Le aspettative sulla liberalizzazione: è questa la voce più sorprendente del sondaggio; anche se le valutazioni in merito al prezzo d'acquisto del kWh rimangono preponderanti, sezioni significative di consumatori, il **36% in Italia**, il **41% in Francia**, il **32% in Germania** sono alla ricerca di un *"rapporto nuovo con il proprio fornitore di energia elettrica"* con il quale intraprendere anche attraverso contratti pluriennali la strada dell'efficienza e la protezione dell'ambiente.

E'una conferma importante di come con la liberalizzazione ci sia spazio per nuove offerte commerciali "non convenzionali" di come il prezzo del kWh per il settore domestico non sia più l'unico driver sul quale investire gli sforzi commerciali delle società di fornitura.

In tutti i paesi oggetto del sondaggio le aspettative rispetto una diminuzione dei prezzi dell'energia elettrica per merito della concorrenza raccolgono il 50% degli intervistati; con l'eccezione della Francia, ancora poco coinvolta dal processo di liberalizzazione, e della Gran Bretagna, al contrario oggetto di un'elevata concorrenza, dove il prezzo convince il 60% del campione.

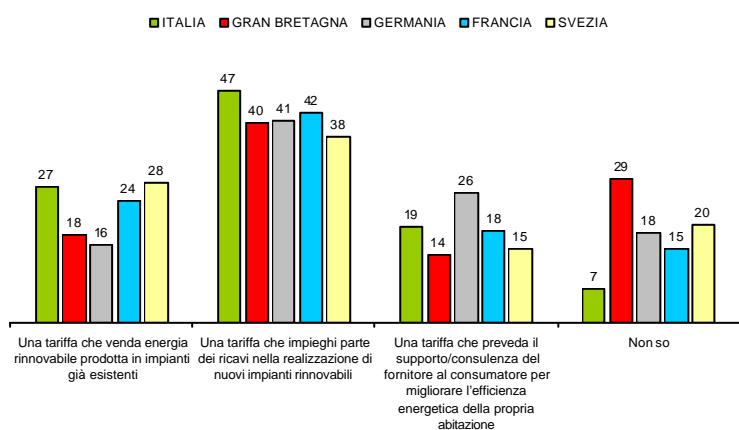
Le aspettative dei cittadini dalla liberalizzazione del mercato dell'energia elettrica



Le conferme di un consumatore più “avanzato” rispetto alle offerte commerciali disponibili sul mercato arrivano da valutazioni in merito alle tariffe verdi ed alla responsabilità di emissione di CO2 dalle diverse fonti.

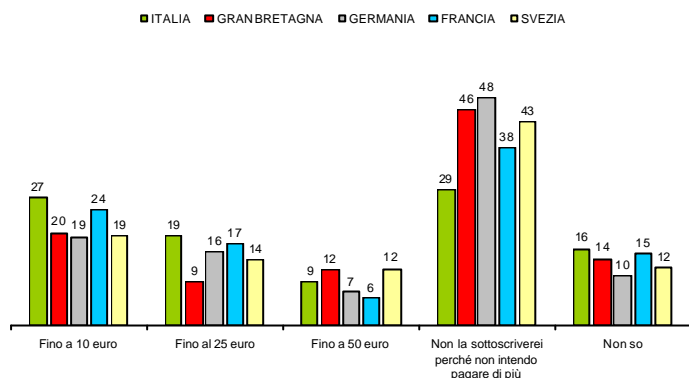
La tariffe verdi oggi presenti sui mercati europei vendono energia rinnovabile prodotta da impianti esistenti. La gran parte dei sistemi tariffari in atto non è in grado di dimostrare in maniera convincente (confronta anche i risultati del sondaggio in merito alla fiducia dei consumatori rispetto all’informativa delle società) investimenti in nuovi impianti rinnovabili addizionali ai meccanismi d’incentivazione. Eppure è questa **la richiesta dei consumatori (oltre il 40%)** con una **punta al 47% proprio in Italia**. Significativo è anche il nesso tra **efficienza energetica e tariffe “verdi”** circa **il 20%** dei consumatori italiani identifica nell’efficienza energetica la migliore espressione di una tariffa verde. Addirittura un quarto del campione in Germania, dove effettivamente, questa opzione è già presente sul mercato. E’ una porzione considerevole di consumatori che permetterebbe la nascita di offerte commerciali finalmente in linea con obiettivi di risparmio; un campo del tutto disatteso dai fornitori di energia elettrica.

Cosa dovrebbe essere la tariffa “verde”?



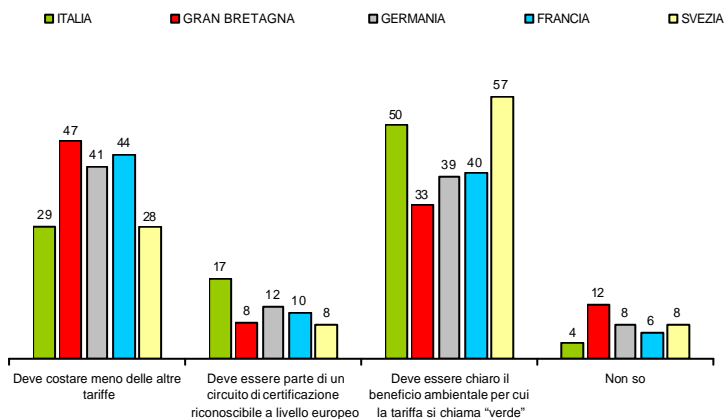
Eppure il potenziale di guadagno per offerte realmente verdi non è trascurabile. **Anche in questo caso è il consumatore italiano il più propenso a spendere di più.** Neanche il 30% degli intervistati identifica il prezzo come discriminante per la scelta della tariffa verde. Tenendo presente un consumo medio di circa 2700 kWh anno per famiglia, la maggioranza degli italiani è disposta a spendere dal 2% al 10% in più all’anno per una tariffa verde per la quale sia chiaro il beneficio ambientale.

Quanto si è disposti a pagare in più all'anno per sottoscrivere una tariffa verde?



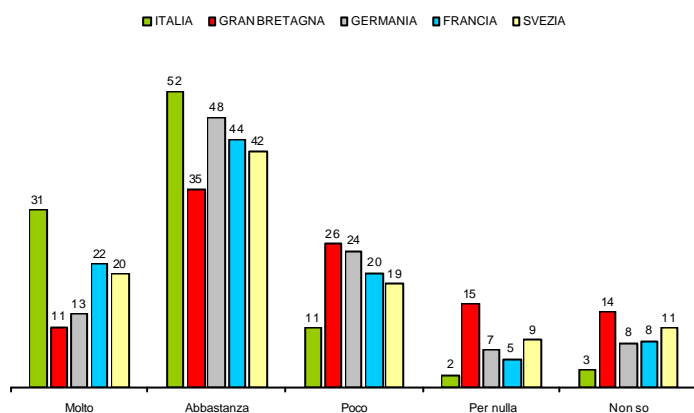
Il 50% degli intervistati in Italia infatti chiede che sia chiaro il beneficio ambientale delle tariffe verdi. **Nuovamente l'Italia risulta appaiata alla Svezia come capacità del consumatore nello spendere "bene" in ambiente.** Diversi al contrario gli esiti della liberalizzazione in Gran Bretagna. Nuovamente il consumatore inglese si dimostra prevalentemente interessato al prezzo dell'energia più che al reale beneficio ambientale e la gran mole di pubblicità fornita sull'argomento dalle società fornitrici di energia elettrica l'ha portato di fatto ad una maggiore confusione che negli altri paesi europei .

Cosa può condizionare nella scelta di una tariffa verde?



Ancora più evidenti gli esiti per quanto riguarda la volontà di responsabilizzazione dei consumatori in merito alle emissioni di CO2. Percentuali altissime di consumatori (oltre l'80% in Italia oltre il 60% negli altri paesi ad eccezione della Gran Bretagna, nuovamente maglia nera) ritengono molto o abbastanza importante la variabile CO2 nella scelta dei propri fornitori di energia elettrica.

Importanza delle emissioni dei gas responsabili dell'effetto serra nella scelta del fornitore di energia elettrica ?



Eppure poco conosciuto è l'articolo 6 della Direttiva europea 54/2003 che obbligherebbe i fornitori di energia elettrica a specificare il proprio mix di combustibili fossili nell'offerta tariffaria ed indicare il livello di CO2 emesso in atmosfera dai diversi combustibili.

La direttiva è disattesa in tutti i paesi europei oggetto del sondaggio. In tutti i paesi (un po' meglio in Germania) oltre l'80% degli intervistati non ha mai ricevuto o non sa di avere ricevuto comunicazioni in tal senso da parte del proprio fornitore.

In Italia questo è dovuto alla mancata applicazione della normativa europea da parte del legislatore. Mancanza che ci si auspica venga sanata entro i tempi previsti dalla legge sulla liberalizzazione del mercato elettrico (14 agosto 2007 n.125), ovvero entro il novembre di quest'anno.

E proprio in tema di comunicazione vengono bocciate le società elettriche. In tutti i paesi solo un campione tra il 4% e il 10% giudica "chiara e comprensibile" la pubblicità, l'80-90% al contrario la reputa poco chiara se non addirittura ingannevole. Non è una sorpresa: anche dal nostro osservatorio del WWF non può non emergere una contraddizione continua nella comunicazione delle grandi imprese. A parole molto attente all'ambiente ma che nei fatti sono in grado di offrire unicamente opzioni tariffarie in senso opposto alla salvaguardia ambientale, alla promozione delle rinnovabili e dell'efficienza energetica, alla riduzione della CO2.

Ed a proposito d'inganni la campagna sul "carbone pulito" portata avanti dai produttori tradizionali di energia elettrica in Europa ha avuto i suoi successi, ingannando i consumatori. Mentre i consumatori riescono a fare una graduatoria in maniera più o meno corretta gli impianti maggiormente responsabili di emissioni di CO2 dal fotovoltaico alla centrale a carbone, in tutti i paesi intervistati, i consumatori ritengono che una centrale nuova a carbone emetta meno CO2 di una centrale ad olio combustibile. Il dato è particolarmente falsato in Gran Bretagna dove gli intervistati ritengono le centrali nuove a carbone meno inquinanti in termini di CO2 addirittura di una centrale a gas.

Conclusioni:

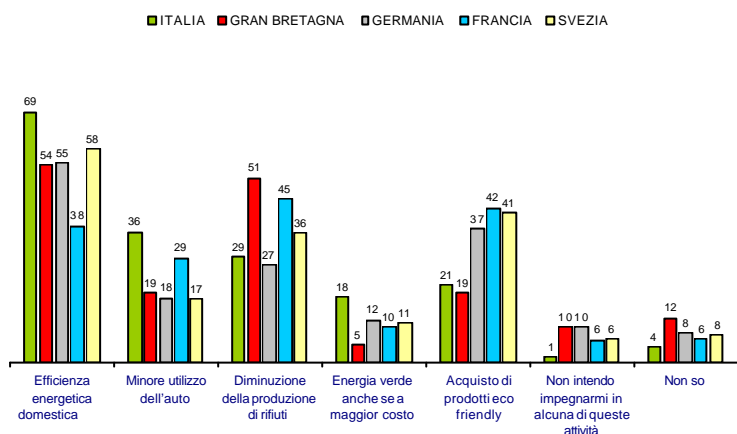
I consumatori europei risultano più avanzati nelle proprie aspettative ambientali delle offerte che le società tradizionali di fornitura di energia sono in grado di offrire. La liberalizzazione è uno strumento per permettere a nuovi entranti di differenziare l'offerta con tariffe in grado di accogliere le aspettative dei consumatori ma questo processo non è ancora evidente nei paesi europei.

Il consumatore domestico italiano rientra appieno in questa categoria, non particolarmente ossessionato dal prezzo dell'energia elettrica sarebbe molto ben disposto a riversare risorse nell'ambiente, ma non incontra un'offerta di tariffe affidabili che gli garantiscano un vantaggio ambientale trasparente. Tariffe verdi ed emissioni di CO2 del proprio fornitore sono valutazioni

preponderanti nella scelta del fornitore, ma il mix energetico e gli impatti degli impianti in termini di CO2 non sono ancora comunicati nelle bollette. Questo dato sulla mancata trasparenza è confermato dall'idea nettamente negativa, e diffusa in tutta Europa, circa la chiarezza e la veridicità della pubblicità delle società elettriche.

A completare il quadro positivo sull'avanzata propensione dei consumatori italiani nella difesa dell'ambiente emergono i dati relativi agli aspetti su cui si è più disponibili a impegnarsi per ridurre le emissioni dei gas responsabili dell'effetto serra

Aspetti su cui si è più disponibile a impegnarsi per ridurre le emissioni dei gas responsabili dell'effetto serra



Più che in ogni altro paese (69%) gli italiani si dimostrano disponibili a migliorare l'efficienza energetica nelle proprie abitazioni. **Più che in ogni altro paese (36%)** sono disponibili ad usare meno la macchina. **Addirittura travolgente** è il dato relativo a quanti non intendono impegnarsi in alcuna azione per ridurre le proprie responsabilità in merito di emissioni climalteranti (**solo l'1%**)

Il lavoro si chiude pertanto con una richiesta da parte di WWF ad imprese ed amministrazione ad essere più coraggiosi nell'avanzare proposte che servano a offrire soluzioni per la riduzione delle emissioni climalteranti.

Additare la mancanza di consenso rispetto a politiche o rispetto ad opzioni tariffarie innovative per promuovere la salvaguardia dell'ambiente risuona più come una scusa dell'incapacità di imprese e governi ad affrontare la contemporaneità che come un limite dei consumatori nel comprendere la gravità e l'urgenza dei cambiamenti climatici.

Al contrario proprio i consumatori italiani, spesso più che altrove in europea, nel rispondere al sondaggio si sono mostrati più avanzati di politica ed impresa.

Roma, 24 ottobre 2007 - Ufficio Stampa WWF Italia -tel.06-84497377, 373, 265, 213

www.wwf.it/stampa

<http://www.altroconsumo.it>

L'INDAGINE

L'indagine WWF-MAKNO, realizzata nel mese di settembre 2007, è stata condotta via web su un campione di aderenti ad un panel predeterminato, orientato sui segmenti più giovani, tecnologicamente avanzati e intestatari della bolletta, soprattutto nell'ottica di anticipare l'evoluzione della società e del mercato. I paesi oggetto d'indagine sono stati Italia, Gran Bretagna, Germania, Francia e Svezia (scelto come paradigma positivo di riferimento). Sono state effettuate 250 interviste per ogni Paese, con una durata di circa 15 minuti l'una.