

OSSERVATORIO CAMBIO FORNITORE DI ENERGIA

Scheda tecnico-metodologica

PARAMETRI	DESCRIZIONE
Committente	Auto-commissionato da Nomesis
Obiettivi conoscitivi	Intenzioni e dinamiche di switching di fornitore di energia
Universo di riferimento	Famiglie e Imprese residenti in Italia
Metodologia	Inchiesta campionaria
Tecnica di rilevazione	Interviste CAWI (websurvey) su Panel Nomesis di Famiglie e Imprese
Piattaforma tecnologica	Nomesis
Liste degli intervistandi	Panel randomizzato
Durata interviste	28 minuti
Piano di campionamento	Ponderale probabilistico
Presentazione intervista	Nomesis
Questionario: autore	Elaborato da Nomesis
Questionario: tipologia	Semi-direttivo con domande aperte
Questionario: moduli tematici	Vedi struttura tematica
Numerosità campionaria	2.000 famiglie e 500 imprese
Periodo di rilevazione	Marzo e Ottobre di ogni anno
Margine di errore	Standard
Livello di confidenza	Standard
Algoritmi metrici	Repertori e tecniche metriche appropriate per il raggiungimento degli obiettivi conoscitivi
Output	Mappe di posizionamento competitivo, segmentazioni e ranking delle preferenze e dei driver
Elaborazioni statistiche	Multi-variate con software statistico specialistico SPSS
Rapporto di ricerca	Presentazione in PowerPoint

OSSERVATORIO CAMBIO FORNITORE DI ENERGIA

STRUTTURA TEMATICA: INFORMAZIONI RILEVATE (Luce e Gas)

N	MACRO-AREA TEMATICA	VARIABILI MISURATE
1	Hard factor: conoscenza tariffa	1) conoscenza della tariffa pagata; 2) conoscenza struttura tariffa; 3) conoscenza della bolletta; 4) Conoscenza regimi mercato tutelato/libero
2	Stili di consumo di energia	1) Attento al risparmio; 2) Usa lampade a led; 3) Conosce classificazione energetica elettrodomestici; 4) Conosce tipologie di caldaie; 5) Adottati accorgimenti per risparmio energetico
3	Stili di controllo della bolletta	1) Legge bolletta; 2) Fa autolettura; 3) Usa App del fornitore; 4) Bolletta elettronica; 5) Visita sito fornitore
4	Conoscenza dei fornitori sul mercato	1) Notorietà spontanea; 2) Notorietà pilotata; 3) Profilo di immagine
5	Penetrazione: fornitore attuale	1) Fornitore attuale; 2) Da quanto tempo; 3) Canale di acquisto; 4) Motivazioni di scelta; 5) Grado di soddisfazione; 6) Precedente fornitore; 7) Perché abbandonato
6	Comportamenti esplorativi per nuovi fornitori	1) Visitati siti di altri fornitori; 2) Contattati Contact Center; 3) Motivazioni; 4) Reazioni
7	Driver di scelta	1) Driver spontanei; 2) Driver pilotati (importanza)
8	Soft Factors (oltre la tariffa)	1) Importanza spontanea; 2) Importanza pilotata
9	Cultura green	1) Interesse per tema ambientale; 2) Acquisto elettrodomestici Classe A; 3) Termovalorizzatori: atteggiamenti
10	Cosa farebbe scegliere un nuovo fornitore	Cosa a parità di prezzo le farebbe scegliere un fornitore di energia (aperta e spontanea)
11	Potenziale di defezione: intenzioni di cambiare	1) Intende cambiare fornitore; 2) Motivazioni defezione; 3) Auto-pronostico su cambio effettivo
12	Potenziali di attrazione: scelta fornitore alternativo	1) Fornitori alternativi citati spontaneamente; 2) Test di scelta tra fornitori; 3) Motivazioni di preferenza; 4) Duelli tra fornitori; 5) Motivazioni di preferenza nel duello; 6) Indice di ostilità: fornitore escluso; 7) Motivazioni di esclusione; 8) Canale di acquisto preferito
13	Ricordi pubblicitari	1) Ricordi pubblicitari spontanei: nomi; 2) Contenuti ricordati; 3) Dove visti/sentiti
14	Variabili di classificazione energetica	1) Hanno fotovoltaico; 2) Hanno solare termico; 3) Mercato libero/tutela; 4) Tipo di caldaia posseduta/usata
15	Variabili di classificazione socio-dem.	Variabili socio-demografiche standard



Modalità di accesso ai dati

I dati dell'Osservatorio – nei due moduli «Luce» e «Gas» - sono accessibili secondo le seguenti modalità:

- **A menù (selezionando tra le informazioni disponibili)**
- **Per blocchi tematici omogenei**
- **In blocco per l'intera ricerca**

I dati possono essere estratti e selezionati secondo i seguenti criteri:

- **Per regione e/o area geografica**
- **Per variabili socio-demografiche**
- **Per regime tariffario di riferimento**
- **Per target commerciale**
- **Per segmenti comportamentali/attitudinali**