

IL SONDAGGIO DI I-COM

E' IL WEB L'ARMA DI DIFESA DI UN CONSUMATORE MATURO

'Fast Track. L'innovazione al servizio dei consumatori': questo il nome del Convegno con cui **I-Com - Istituto per la Competitività** - ha presentato ieri il **Terzo Osservatorio sui Consumatori**, realizzato in collaborazione con **Agos Ducato, Autostrade per l'Italia, Enel, E.ON, MasterCard, Sky e Vodafone**. In occasione del rapporto di quest'anno, **I-Com** ha condotto un sondaggio d'opinione su un campione rappresentativo di 1.020 italiani. Grande distribuzione (73%), trasporto aereo (61%) ed energia elettrica (57,9%) sono i settori che riscuotono la maggiore fiducia presso gli italiani, mentre in fondo alla classifica troviamo banche (30,4%) e assicurazioni (25,6%). Particolarmente basso è il livello di fiducia espresso dalla popolazione compresa nella fascia di età 18-34 anni. Relativamente al grado di soddisfazione rispetto a contratti sottoscritti o cambiati nell'ultimo anno, i maggiori consensi vanno alla telefonia mobile (74%), a quella fissa (64,8%) e al gas (61,5%) (58,5%).

Tra le Autorità, al vertice della fiducia degli italiani, il Garante per la Privacy (che raccoglie il 54,7% dei consensi di chi esprime un giudizio), seguito dall'Autorità per l'energia elettrica, il gas e il sistema idrico (52,4%), dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (50,8%) e dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (50,7%). Bocciate l'Istituto

per la vigilanza sulle assicurazioni (il 58,9% degli intervistati che danno una valutazione assegnano una fiducia minore di 6), Banca d'Italia (58,1% di sfiducia) e Consob (56,7% di giudizi negativi). Dal sondaggio emerge il profilo di un consumatore particolarmente attivo: nel 2013, il 27,5% ha sporto un reclamo scritto, con punte del 38,1% nella fascia di età 25-34 anni, del 39,3% tra i laureati e addirittura del 50,4% tra i lavoratori autonomi. Quasi il 50% si è servito di siti di comparazione dei prezzi prima di compiere una scelta di acquisto e il 12,9% si è rivolto, nell'ultimo anno, ad una associazione dei consumatori, che raccolgono la fiducia di 2 italiani su 3. I siti aziendali (41,3%) e il forum di

discussione (38%) rappresentano le piattaforme online più utilizzate per il reperimento di informazioni su prodotti o servizi, mentre ancora poco consolidato sembra essere l'uso dei social network come canale prevalente di scelta (11,6%). Concentrando però l'analisi sui profili aziendali Facebook e Twitter, si evince che il 38,4% li usa già come mezzo informativo e il 17% ha segnalato una criticità su un prodotto o servizio tramite un social network aziendale.

In particolare, quest'ultima modalità di utilizzo risulta essere particolarmente efficace, poiché chi vi ha fatto ricorso sostiene di aver risolto il problema del tutto (48,8%) o in parte (45,3%).

The image shows the cover of 'TODAY DIGITAL' magazine, issue 71. The main headline is 'E' IL WEB L'ARMA DI DIFESA DI UN CONSUMATORE MATURO'. Below the headline, there is a sub-headline: 'IL TERZO OSSERVATORIO SUI CONSUMATORI'. The cover also features a small advertisement for B&B Italia, with the text 'B&B ITALIA SCEGLIE SITE ANCHE PER I MERCATI ESTERI'. At the bottom of the cover, there is another advertisement for Samsung Multi-Screen with Microsoft and Starcom.