

COMUNICATO STAMPA

Nel 2018 7,5 milioni hanno già detto addio alla propria compagnia di telefonia fissa

ADSL e fibra ottica: 1 cliente su 3 vorrebbe cambiare operatore

*Costi troppo alti, velocità di navigazione troppo bassa e poca trasparenza
le principali ragioni che hanno spinto al cambiamento*

Milano, gennaio 2019. Sono quasi **7,5 milioni** gli italiani che nel corso dell'ultimo anno **hanno cambiato il proprio operatore ADSL** e fra chi ha un contratto attivo quasi 1 su 3, ovvero **10,5 milioni sono quelli** che, invece, lo faranno non appena riusciranno a trovare un'offerta migliore o non appena scadrà il vincolo. Sono questi alcuni dei dati emersi dall'indagine commissionata da **Facile.it** (<https://www.facile.it/adsl.html>) all'istituto di ricerca mUp Research che, insieme a Norstat, ha interrogato un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta* per indagare il rapporto che i consumatori hanno con i servizi di telefonia ADSL-fibra ottica e sondare il livello di fedeltà dei clienti verso i propri fornitori.

Mi ami, ma quanto mi ami?

Così recitava un celebre spot degli anni '90; se questa domanda fosse fatta dall'operatore di telefonia, oggi oltre **molte risponderebbero "non ti amo"**. La bolletta ADSL-fibra ottica, si legge nell'analisi fatta per Facile.it, sembra essere una delle spese percepite come più onerose dagli italiani. Stilando la graduatoria dei costi domestici che, almeno da un punto di vista psicologico, incidono maggiormente sul budget familiare, l'ADSL-fibra ottica è indicata come risposta dal 32% del campione intervistato - battuta solo dalle bollette di luce e gas e dall'RC auto - e se sono ben **17 milioni** gli italiani che dichiarano di voler **ridurre la spesa della telefonia di casa** nel corso del 2019, **pochi quelli che dichiarano di esserci già riusciti** nel 2018.

«I consumatori sono diventati sempre più attenti alle spese domestiche e, tra queste, la bolletta telefonica è una delle voci su cui è possibile risparmiare in modo più semplice» spiega **Mario Rasimelli, responsabile settore telefonia e ADSL di Facile.it** *«Confrontando le tariffe ADSL e fibra ottica è possibile tagliare i costi fino al 40% e anche per questo motivo ogni mese si rivolgono a noi più 200.000 utenti alla ricerca di offerte più convenienti; un numero in costante aumento e proprio in virtù di questa crescente attenzione noi stessi abbiamo lanciato una campagna televisiva dedicata al risparmio sulle tariffe internet casa».*

La mappa dell'infedeltà telefonica

Il servizio di ADSL-fibra ottica risulta essere molto diffuso e l'82% del campione intervistato dichiara di avere in casa una linea dati attiva; molto alto è, però, il livello di **"infedeltà"** degli italiani nei confronti degli operatori del settore; il **21%** degli intervistati, pari a circa 7,5 milioni di persone, **ha cambiato compagnia nel corso del 2018**.

Quando si parla di internet casa, i **più infedeli risultano essere gli uomini**; nel campione maschile, la percentuale di chi ha cambiato operatore ADSL-fibra ottica è pari al **24%** mentre tra le donne scende al 17,7%. Guardando alle fasce di età, invece, risultano essere meno fedeli i clienti con età compresa tra i 35-54 anni (il 23,1% ha cambiato operatore nell'ultimo anno), seguite dai giovani under 35 (20,4%).

Analizzando i dati su base territoriale, invece, nelle **regioni del Sud Italia** e **nelle Isole** si è registrata la più alta percentuale di clienti che hanno cambiato operatore; quasi 1 su 4.

Ma quanto mi costi?

Cosa spinge gli italiani a cambiare compagnia? La prima ragione è senza dubbio il **costo eccessivo**, motivazione indicata da oltre **5,6 milioni di consumatori** (76% del campione totale di chi ha scelto un nuovo operatore). La seconda ragione, invece, è la **velocità di navigazione troppo bassa**, motivo che ha portato il **42%** dei rispondenti a “navigare” verso altre acque.

Interessante notare, invece, come la terza ragione per cui gli italiani hanno cambiato operatore, indicata dal **13%** dei rispondenti, sia la **mancaza di trasparenza nelle politiche applicate dalla compagnia telefonica**, valore estremamente alto se confrontato con quello delle altre spese domestiche più comuni (bollette, assicurazioni, Pay tv...) e secondo solo a quello registrato nell’ambito della telefonia mobile.

Le ragioni dell’addio cambiano naturalmente in base al genere e all’età anagrafica; le **donne** risultano essere **più sensibili al prezzo** (79% quelle che hanno per il costo troppo elevato contro il 73% degli uomini) e alla **velocità di navigazione** (43% contro il 40% maschile); gli **uomini**, invece, risultano più attenti e sensibili alle **politiche** applicate dall’operatore che, quando non trasparenti, si trasformano in spinta al cambiamento (15% contro il 10% delle donne).

Tra le fasce d’età, invece, i più attenti alla **velocità di navigazione** sono prevedibilmente i **giovani under 35** (64% quelli che hanno cambiato per questo motivo), mentre i più attenti al costo sono i clienti con età compresa tra i **35 e i 54 anni** (81%).

Se si guarda invece a coloro che nell’ultimo anno **non hanno cambiato operatore di ADSL-fibra**, emerge che tra questi **solo il 47% si dichiara soddisfatto** del proprio fornitore mentre il 9% ha sì mantenuto lo stesso operatore, ma ha cambiato l’offerta. A livello complessivo, pur se ancora non ha cambiato, come detto, migrerà verso una nuova compagnia non appena possibile 1 cliente su 3.

*«Il mercato dell’ADSL e della fibra ottica» conclude **Mario Rasimelli** «è senza dubbio uno di quelli in cui gli italiani stanno imparando a risparmiare ed anche per questo motivo, come già accaduto anni fa per l’RC auto, Facile.it ha deciso di impegnarsi a fondo nel settore; siamo partiti con una campagna televisiva da oltre 2000 GRP annui e fino al 2021 continueremo a puntare sulla possibilità di far risparmiare i nostri utenti sui costi di ADSL e fibra, e lo faremo mettendo in campo investimenti media crescenti ogni anno ».*

Ufficio Stampa Facile.it SpA

Andrea Polo – Yuri Griggio
348 0186418; 02.55550180
327.0440396; 02.55550154
ufficiostampa@facile.it

Noesis per Facile.it

Sara Cugini, Giovanna Vetere, Serena Samuelian,
Giulia Uberti
facile@noesis.net; 02-8310511

* Metodologia: n. 1.023 interviste CAWI con individui in età 18 anni ed oltre su un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta in età 18-74 anni + n.411 interviste CAWI ad un campione di individui in età compresa fra 18 e 74 anni, rappresentativo della popolazione dell’area metropolitana di Milano. Indagine condotta a novembre 2018.