

Utilities: per due consumatori su tre il prezzo non basta più. La nuova sfida si gioca su servizi finanziari, dati e AI

La ricerca dell'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano realizzata per Fabrick mostra come il valore percepito dai consumatori stia andando oltre il prezzo dell'energia, premiando operatori capaci di integrare dati, servizi finanziari e strumenti digitali all'interno di un'esperienza sempre più personalizzata

- Il 64% dei consumatori non cambierebbe fornitore per un prezzo più basso, privilegiando servizi finanziari e digitali a valore aggiunto
- L'80% è interessato al Pay by Bank, la modalità che consente di pagare online direttamente dal conto corrente
- Il 73% è disposto a condividere i dati del conto in cambio di benefici concreti
- L'89% è interessato alla rateizzazione automatica delle bollette più elevate
- Il 77% considera utili strumenti basati sull'Intelligenza Artificiale per monitorare consumi e spesa energetica
- L'87% vorrebbe un'unica piattaforma per energia, pagamenti e gestione del denaro

Milano, 25 giugno 2026 – Per anni la competizione nel mercato dell'energia si è giocata quasi esclusivamente sul prezzo. Oggi, però, il valore percepito dai consumatori non dipende più soltanto dal costo della materia prima, ma sempre più dalla capacità dei fornitori di offrire strumenti che aiutino a gestire spese e ottimizzare i consumi.

È quanto emerge dalla ricerca ["Open Finance e servizi innovativi per il settore Utilities"](#), realizzata dall'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano per [Fabrick](#), *realità operativa nell'Open ed Embedded Finance a livello internazionale*, su un campione rappresentativo della popolazione italiana¹.

I risultati della ricerca mostrano come finanza integrata, dati e Intelligenza Artificiale stiano diventando leve di differenziazione sempre più rilevanti nel mercato dell'energia. Non si tratta semplicemente di introdurre nuove modalità di pagamento o funzionalità digitali, ma di ripensare il rapporto tra cliente e fornitore lungo l'intero ciclo di gestione della spesa domestica, trasformando la bolletta da semplice adempimento amministrativo a punto di accesso a un ecosistema di strumenti a supporto del cliente.

Il primo segnale del cambiamento riguarda la fedeltà dei clienti. Secondo la ricerca, **il 64% dei consumatori non cambierebbe automaticamente fornitore di fronte a una tariffa inferiore se il proprio operatore fosse in grado di offrire servizi digitali e finanziari di valore**. Nel dettaglio, il 29% resterebbe con il proprio fornitore grazie a soluzioni che aiutano concretamente a gestire spese e consumi, mentre il 35% valuterebbe il passaggio caso per caso, pretendendo però un'offerta di pari valore.

La ricerca evidenzia, inoltre, come esistano ancora ampi margini di innovazione nella gestione degli incassi e delle transazioni. Il bollettino resta oggi il metodo più utilizzato per il pagamento delle utenze (36%), seguito dalla domiciliazione bancaria (34%) e dal pagamento tramite carta sul sito o sull'app del fornitore (15%).

Nonostante una conoscenza ancora limitata dello strumento – solo il 43% degli intervistati dichiara di conoscerlo – il Pay by Bank, la modalità che permette di saldare online direttamente dal proprio conto corrente, raccoglie un interesse molto elevato: l'80% dei consumatori si dichiara infatti molto o abbastanza interessato a utilizzarlo per il pagamento delle bollette.

¹ Campione di 518 consumatori italiani rappresentativo per genere e area geografica.

Anche sul fronte dell'Open Finance emerge una crescente disponibilità quando i benefici sono concreti e immediatamente percepibili. Il 73% degli intervistati sarebbe disposto a condividere i dati del proprio conto corrente per ricevere previsioni più accurate sull'importo delle bollette e segnalazioni preventive in caso di spese anomale. Il 64% lo farebbe per ottenere piani di pagamento personalizzati in caso di difficoltà o ritardi, il 63% per accedere a condizioni migliorative sulla base della propria affidabilità finanziaria e il 51% valuterebbe una proposta di finanziamento pre-valutata per interventi di efficientamento energetico.

La disponibilità all'innovazione si accompagna tuttavia a una forte richiesta di fiducia. Solo il 40% dei consumatori dichiara di sentirsi sicuro nel collegare il proprio conto corrente, mentre il 43% individua nella tutela della privacy il principale elemento di preoccupazione.

La combinazione tra dati di consumo e dati finanziari apre inoltre la strada a strumenti predittivi e personalizzati basati sull'Intelligenza Artificiale. La ricerca rileva infatti una significativa apertura verso strumenti capaci di aiutare i consumatori nella gestione delle utenze: il 77% considera utili notifiche automatiche in caso di consumi anomali e suggerimenti personalizzati per ridurre il costo della bolletta, mentre il 70% apprezzerrebbe la possibilità di ricevere una stima anticipata dell'importo prima dell'emissione.

Particolarmente elevato è inoltre l'interesse verso soluzioni di finanza integrata direttamente nell'app o nell'area clienti del fornitore. L'89% dei consumatori si dichiara interessato alla rateizzazione automatica delle bollette più alte, l'88% a programmi di cashback e premi direttamente accreditati nell'app, l'86% al pagamento in tre o quattro rate senza interessi e un analogo 86% alla possibilità di trasformare le bollette in una rata fissa mensile con conguaglio periodico. Anche i finanziamenti per interventi di efficientamento energetico con rimborso integrato in bolletta raccolgono un interesse significativo, pari all'82%.

L'approdo naturale di questa evoluzione è rappresentato da ecosistemi digitali sempre più integrati. L'87% dei consumatori considera utile una piattaforma unica in grado di aggregare energia, pagamenti e gestione del denaro. Per il 32% degli intervistati, il soggetto più credibile per sviluppare questo modello è una partnership tra banca e fornitore di energia.

I risultati della ricerca indicano che le Utilities hanno oggi l'opportunità di evolvere da semplici fornitori di energia a ecosistemi digitali integrati che riuniscono dati, strumenti finanziari e nuove modalità di interazione con il cliente all'interno di un'unica esperienza digitale.

«I servizi finanziari digitali restano ancora troppo sottotraccia nel dibattito sull'innovazione nei settori non finanziari. Eppure, questa ricerca, insieme alle altre attività dell'Osservatorio Fintech & Insurtech, evidenzia uno spazio significativo per generare innovazione concreta per gli utenti finali attraverso servizi finanziari integrati, semplici e utili. Fintech e Open Finance, supportati anche dall'Intelligenza Artificiale, possono abilitare nuovi modelli di servizio, purché siano costruiti intorno a bisogni reali e fondati su una relazione di fiducia con il consumatore», commenta **Laura Grassi, Professoressa Associata e Direttrice dell'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano**.

«La ricerca fotografa un cambiamento profondo nelle aspettative dei consumatori. In un contesto in cui la competizione tariffaria è sempre più diffusa, il valore percepito non si costruisce più soltanto sul prezzo, ma sulla capacità di offrire esperienze semplici, personalizzate e rilevanti lungo tutto il percorso di relazione con il cliente. Per le Utilities si apre una nuova fase evolutiva: l'opportunità di affiancare alla fornitura di energia strumenti, dati e funzionalità capaci di accompagnare le persone nella gestione quotidiana dei propri consumi e delle proprie spese. Open Finance e Intelligenza Artificiale rappresentano abilitatori concreti di questa trasformazione, contribuendo a rafforzare la fiducia, migliorare l'esperienza del cliente e creare nuove forme di valore nel tempo», commenta **Paolo Zaccardi, CEO di Fabrick**.

**Fabrick**

Dal 2018, Fabrick è un punto di riferimento per l'innovazione continua dei propri clienti – banche, istituzioni, fintech, corporate e startup – sviluppando e co-creando con loro servizi finanziari digitali. Attraverso un modello di piattaforma aperta, Fabrick semplifica la catena del valore delle aziende con soluzioni Open Finance facili da integrare e consente a realtà di qualsiasi settore e dimensione di incorporare nella propria offerta, con un rapido time-to-market, servizi finanziari digitali, così da cogliere nuove opportunità di business o migliorare l'esperienza dei propri clienti. Fanno capo a Fabrick realtà innovative quali Fabrick Solutions Spain S.L., Alternative Payment Ltd (operativa con il brand Judopay), finAPI GmbH e la community del Fintech District. Fabrick è partecipata dal Gruppo Sella, Mastercard e dal Gruppo Reale Mutua. Con sedi a Milano, Torino, Biella e Roma, opera a livello internazionale attraverso le società controllate con sedi a Madrid, Londra e Monaco. www.fabrick.com.

Ufficio stampa Fabrick | Angèlia BC-Communication

Rita Arcuri – 333 2608159

Carlo Sardanù – 375 8856565

fabrick@pressfintech.it