

La lobby indipendente dei consumatori

Quanto ci costa rimandare

La psicologia del consumatore e la tutela attiva.

Roma, 19 maggio 2026

Il contesto: Famiglie sotto pressione

Spese Obbligate

42,2%

La quota di bilancio assorbita dalle "Spese Obbligate" (energia, assicurazioni, abitazione). Un aumento di 5,2 punti dal 1995.

Altre Spese

9.300€

La spesa pro capite annua non comprimibile.

In cinque anni le famiglie spendono il 7,6% in più per acquistare il 9% in meno. Questo è il campo di battaglia dove l'ottimizzazione è vitale, ma l'azione è paralizzata.

Il Paradosso della Consapevolezza



degli italiani sa che cambiare fornitore è il metodo più efficace per risparmiare.



74 giorni

Il tempo medio che intercorre tra l'idea di cambiare fornitore e la firma del contratto.

Il problema non è informativo. Il consumatore sa cosa fare, ma il divario tra intenzione e azione si dilata per oltre due mesi.

Il Danno Economico dell'Indecisione

1,3 MILIARDI DI EURO

(Il costo totale annuale dell'indecisione in Italia)



Fino a 370€ di danno annuo per una famiglia completa. L'equivalente di una settimana intera di spesa alimentare bruciata per non aver scelto.

L'Architettura Cognitiva: Oltre il mito della "Pigrizia"



Non è inerzia. È il fallimento di un'architettura decisionale non a misura di consumatore.



La Trappola della Velocità: L'altra faccia della medaglia

Se rimandare costa, decidere troppo in fretta sotto pressione è devastante

Rilevazioni AGCM 2024-2025

> 50% Tasso di
Non Conformità

Rilevato sui contratti energetici sottoscritti in recenti procedimenti

- Migliaia di reclami per attivazioni non richieste in pochi mesi

MECCANISMI PSICOLOGICI: Urgenza artificiale, "offerte in scadenza" e teleselling aggressivo disattivano il pensiero razionale (Sistema 2) e forzano reazioni emotive (Sistema 1)

I Due Pericoli del Mercato

	L'Indecisione (Il Lento Salasso)	La Fretta (L'Agguato)
Il Trigger (La Causa)	Eccesso di opzioni (700+ fornitori)	Urgenza artificiale e teleselling.
Il Bias Cognitivo	Paralisi da Scelta e Avversione alla Perdita	Affaticamento Decisionale e Pressione.
L'Esito Finanziario	1,3 Miliardi di euro pagati in più per servizi vecchi	Penali, attivazioni non richieste e contratti truffa.

Il consumatore è intrappolato tra la paura di scegliere male e la spinta a firmare senza leggere. **Serve un arbitro.**

Il Ruolo dell'Associazione: Lo Scudo Cognitivo



Terzietà Strutturale.

Non vendiamo offerte, non promuoviamo fornitori.
Chi confronta non può essere arbitro del proprio operato.

Alfabetizzazione Attiva.

Trasformiamo l'opacità del mercato in conoscenza fruibile, riducendo le asimmetrie informative.

Assorbimento del Rischio.

Abbassiamo il "costo cognitivo" della scelta garantendo assistenza tecnico-giuridica se qualcosa va storto.

Novità Operativa: L'Integrazione in Facile.it

La Tutela Attiva, direttamente dove avviene la scelta.

Consumerismo No Profit attiva un canale dedicato alla gestione dei reclami e alla tutela del consumatore, integrato nativamente nell'app Facile.it.

Una garanzia reale, indipendente e strutturale, presidiata dai professionisti dell'associazione.



Come neutralizziamo le trappole cognitive

1. Il Comparatore

Cura del Choice Overload.

L'infrastruttura di **Facile.it** filtra il rumore di mercato, semplificando le opzioni in base al profilo dell'utente.

2. L'Associazione

Cura della Loss Aversion.

Il canale Consumerismo garantisce che, indipendentemente dalla scelta, esista un soggetto terzo e indipendente pronto ad assistere l'utente in caso di problemi (ConciliaWeb, AGCM, IVASS).

Il rischio della scelta non è più tutto sulle spalle del consumatore.

Rendere il cambiamento sicuro.

Gli italiani vogliono cambiare (64% cerca risparmio sulla luce, 53% sull'auto). Ma la sola convenienza non basta per vincere la paura o la fretta.

**Non basta rendere il risparmio conveniente.
Dobbiamo rendere il cambiamento sicuro.**

Consumerismo e Facile.it: la migliore tecnologia di confronto unita alla massima garanzia di tutela indipendente.