

RICERCA TITOLO

Home Finanza con Bloomberg Calcolatori Finanza Personale Osserva Italia UTENTI REGISTRATI Listino Portafoglio

RAPPORTI

+1 0

Tweet 0

Censiglia 0

indoona

## “Imprigionati nel passato” fioccano le bocciature sui giganti dell’energia

STUDIO DI AGICI-ACCENTURE IN LINEA CON GREENPEACE: SECONDO GLI AMBIENTALISTI I 10 COLOSSI EUROPEI HANNO PERSO 5 MILIARDI IN 5 ANNI SNOBBANDO LE FONTI PULITE LE ANALISI SI DIVIDONO PERÒ SULLE FUTURE STRATEGIE: RICONVERSIONE NEI SERVIZI O SVOLTA IN SOSTENIBILITÀ?

Valerio Gualerzi

Lo leggo dopo

Roma “L ocked in the past”, imprigionati nel passato. Il titolo del rapporto di Greenpeace è più che mai eloquente. Le 10 principali aziende elettriche europee non sono state in grado di cogliere la portata della rivoluzione energetica partita con la necessità di ridurre le emissioni “climalteranti” e il conseguente sviluppo delle rinnovabili. Hanno preferito continuare ad investire nel business as usual, ovvero in impianti a gas e carbone. Generano il 58% dell’elettricità europea, ma realizzano mediamente con le nuove fonti pulite (escludendo l’idroelettrico) solo il 4% del loro prodotto. Inoltre, nonostante il calo dei consumi, queste imprese hanno ampliato la loro potenza termoelettrica installata di 85 GW negli ultimi 10 anni. Il risultato è che le grandi aziende come E.on, Enel, Vattenfall e Gdf-Suez hanno perso complessivamente 500 miliardi di euro in 5 anni. Analisi eccessivamente severa dettata dal pregiudizio ambientalista? Possibile, ma di certo i risultati della ricerca dell’associazione ecologista non si discostano molto dalle conclusioni a cui è arrivato “Strategie vincenti nel nuovo mercato energetico”, lo studio presentato recentemente a Milano nell’ambito del XIV Osservatorio M&A Utilities di Agici Finanza d’Impresa in partnership con Accenture. Il dossier, che in questo caso ha preso in esame l’azione di 17 utilities europee (di Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Spagna, Regno Unito) e individua le aree di crescita dei

prossimi 3 anni, sottolinea come le imprese energetiche siano costrette a fare i conti con stagnazione della domanda, diminuzione dei margini, ingresso di nuovi concorrenti e sfiducia dei consumatori. Fattori, si legge nello studio con parole che ricordano il duro giudizio di Greenpeace, «che impongono alle utilities cambiamenti strutturali da attivare con urgenza per poter sopravvivere. Gli attuali modelli di business — avvertono ancora gli analisti — appartengono ad un sistema di riferimento obsoleto e devono essere aggiornati secondo le nuove esigenze di mercato che vuole modelli più flessibili». Le previsioni parlano infatti di «consumi di elettricità e gas in Italia bloccati almeno fino al 2020» con una domanda «in calo rispettivamente di 6 TWh e 7 miliardi di metri cubi, una situazione critica rispecchiata anche dai dati Europei ». Dove le due ricerche divergono in parte è nell’individuazione di strategie adeguate a ribaltare questo quadro negativo. Dal punto di vista di Greenpeace, «le aziende non hanno alternative: devono ridisegnare le loro strategie industriali» e «i governi europei, spesso azionisti di maggioranza in queste aziende, hanno la responsabilità di guidarle verso nuovi modelli di sviluppo, più sostenibili economicamente e dal punto di vista dell’ambiente». I suggerimenti contenuti nelle “Strategie vincenti nel nuovo mercato energetico” sono invece più orientati ad una riconversione nel settore dei servizi, anche se non mancano riferimenti alla tematica ambientale. «Le aziende del settore utilities si trovano ad un punto di svolta — spiega Pierfederico Pelotti di Accenture — La nostra indagine focalizza l’attenzione sulle azioni che vanno messe in campo per ripensare la strategia commerciale. Espansione commerciale, personalizzazione ed efficacia operativa sono le tre leve attraverso le quali portare una radicale trasformazione agli attuali modelli di business ». Accenture suggerisce di aumentare l’efficienza della gestione attraverso lo sfruttamento delle sinergie e la dismissione di asset obsoleti, di investire nelle rinnovabili e nella generazione distribuita, di puntare sul marketing e sul cliente finale, di aumentare l’interazione azienda-cliente, di trovare nuovi canali di vendita, di sviluppare co-marketing con imprese non utility . Per Greenpeace, “le aziende non hanno alternative: devono ridisegnare le loro strategie industriali”

(17 marzo 2014)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

STRUMENTI

MARKET OVERVIEW

[Lista completa »](#)

Mercati Materie prime Titoli di stato

FTSE MIB	20.551,91	+1,01%
FTSE 100	6.550,14	+0,34%
DAX 30	9.111,54	+0,61%
CAC 40	4.239,83	+0,56%
SWISS MARKET	8.150,74	+0,45%
S&P 500	1.841,13	-0,28%
NASDAQ	4.245,40	-0,35%
HANG SENG	21.473,95	-0,30%

CALCOLATORE VALUTE

Euro  1

Dollaro USA

1 EUR = 1,39 USD

libriolibro Storiebrevi



**TOP LIBRI**  
**Windows 8.1 Dove sono le finestre?**  
 di Luca Pari



**LIBRI E EBOOK**  
**Trovare il senso: 70 storie zen occidentali**  
 di Michele Lalla

Pubblicare un libro  
 Come fare un ebook  
 Pubblicare la tesi  
 Scrivere

---

**Consiglia** Iscriviti per vedere cosa consigliano i tuoi amici.



Divisione Stampa Nazionale — Gruppo Editoriale L'Espresso Spa - P.Iva 00906801006  
Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA