

FORMICHE

AL VERDE

ENI, ENEL E SNAM. TUTTE LE STRATEGIE PER COCCOLARE I CLIENTI

# Eni, Enel e Snam. Tutte le strategie per coccolare i clienti

05 - 03 - 2015 MATTEO RIGAMONTI



*Chi c'era, e cosa si è detto, al XV workshop annuale sulle "Utility del futuro. Strategie per fare fronte ai nuovi bisogni dei territori e battere la crisi", promosso da Agici e Accenture tenuto a Milano*

Spremere il cliente come un limone non basta per uscire dalla crisi. Non è così che un'azienda può tornare competitiva. Figurarsi se questa strada può essere percorsa dai colossi internazionali dell'energia alle prese con la più dura stretta dei consumi mai vista negli ultimi anni.

A offrire scenari e prospettive per i campioni globali delle **utility** è stato ieri il XV workshop annuale sulle "Utility del futuro. Strategie per fare fronte ai nuovi bisogni dei territori e battere la crisi", promosso da Agici e Accenture con il patrocinio della presidenza del Consiglio e di Regione Lombardia.

## TENERSI STRETTO IL CLIENTE

Alla luce della crisi dei consumi e del mutato contesto internazionale, per prima cosa, le utility cercano di "tenersi stretto il cliente", spiega **Salvatore Pinto**, amministratore delegato di Axpo Italia. Secondo il numero uno

dell'omonimo gruppo svizzero dell'energia, infatti, si registra un po' ovunque la tendenza ad "andare dal cliente per chiedergli cosa gli serve" e cucirgli così addosso un'offerta su misura.

### RAZIONALIZZARE GLI INVESTIMENTI

In secondo luogo si "razionalizzano gli investimenti". A meno che, ha proseguito l'ad di Axpo Italia, l'azienda in questione "disponga della liquidità necessaria per acquistare piccole realtà che fanno innovazione".

Ma, ha spiegato Pinto, si assiste anche a una "contaminazione" dei ruoli; proprio come avviene nel caso delle "imprese di telecomunicazione, che si mettono a fare reti intelligenti", dei "supermercati che provano a vendere energia" oppure delle "banche che ormai vendono un po' di tutto", come le polizze assicurative.

### QUESTA CRISI NON È CICLICA

Mentre, nel caso di Axpo, ha detto Pinto, "ci siamo concentrati su qualità e innovazione, consapevoli che questa crisi non è ciclica, ma strutturale e che nessuno ha la ricetta pronta in tasca per risolverla".

A confermare la non ciclicità di questa crisi, non c'è soltanto il fatto che il consumo di energia elettrica è crollato sia in Italia sia in Germania (rispettivamente del 5 e del 10 per cento dal 2011 ad oggi), mentre il Pil sta precipitando a Roma (-5% nello stesso periodo) e crescendo, invece, a Berlino (+8%). Ma c'è anche la tendenza, da parte di diverse imprese, di ridurre le partecipazioni societarie o addirittura abbandonare alcuni paesi. Come sta facendo, per esempio, il colosso tedesco E.on con l'Italia, che ha appena venduto il fotovoltaico a F2i.

### L'OBBLIGO DI RIDURRE I COSTI

I grandi gruppi, oltretutto, ha spiegato l'amministratore delegato di Gdf Suez per l'Italia **Aldo Chiarini**, "sono tutti alla ricerca di sinergie e stanno provando a capire come ridurre i costi". Anche perché "non basta attingere in continuazione al cliente", puntualizza **Andrea Gilardoni**, presidente di Agici, a **Formiche.net** a margine dell'evento. "Ridurre i costi è possibile per gruppi così grandi", aggiunge Gilardoni, "lo sforzo poi deve andare nella direzione di offrire servizi sempre migliori e diversi". Per esempio, "una utility dell'acqua, perché non dovrebbe offrire un servizio di riparazione del boiler se questo si rompe?".

### L'UTILITY SI FA "SOCIAL" E "SMART"

Ma non è tutto. Un'ulteriore fronte su cui le grandi utility europee e internazionali stanno moltiplicando gli sforzi per reagire al crollo dei consumi è quello dell'innovazione tecnologica e digitale. Internet e il mobile, innanzitutto, ma persino i social network; strumenti senza dei quali oggi sarebbe impossibile offrire soluzioni "customizzate" sulla base delle precise esigenze del singolo cliente. A confermarlo, è il responsabile marketing di Eni **Mauro Fanfoni**, secondo cui ad essere "smart", ovvero "intelligente", è sempre più "il cliente", ancor prima delle "soluzioni che possiamo preparare per lui".

### PIÙ FLESSIBILITÀ PER TUTTI

Sono proprio la necessità di un aggiornamento tecnologico e informatico continui a mettere in risalto un'ulteriore qualità che le utility devono avere nel 2015, se vogliono sopravvivere. "È la flessibilità come risposta ai bisogni del mercato", ha chiosato **Livio Gallo**, amministratore delegato di Enel. La multinazionale italiana dell'energia elettrica e del gas, infatti, è per questo motivo che ha varato un'organizzazione interna "a matrice", ha spiegato Gallo, "per gestire asset e macchine allo stesso modo ovunque nel mondo".

### LA RETE EUROPEA DEL GAS

Infine, ha concluso **Paolo Mosa**, amministratore delegato di Snam Rete Gas, un'importante "opportunità" per il nostro Paese è rappresentata dal progetto di una rete europea del gas. L'Italia, infatti, ha una "posizione strategica" per l'approvvigionamento energetico europeo, a maggior ragione in questo periodo di forti incertezze legate agli

sconvolgimenti geopolitici in atto, dalla Russia alla Libia. "L'Italia, entro il 2018", ha spiegato Mosa, "potrà portare verso l'Europa centrale 15 miliardi di metri cubi di gas". E il nostro Paese rappresenta un hub strategico per lo "stoccaggio del gas". Un'ulteriore direzione verso cui dovranno inevitabilmente navigare le utility per sopravvivere agli sconvolgimenti energetici in atto.

#### CHI HA LETTO QUESTO HA LETTO ANCHE:



## Telecom, Enel e Rai. Ma Renzi è liberista o statalista?

01 - 03 - 2015 STEFANO CINGOLANI



## Industrialisti del Sud, uniamoci!

01 - 03 - 2015 FEDERICO PIRRO



## Enel e Terna, perché non festeggio le privatizzazioni. Parla Tabarelli (Nomisma Energia)

28 - 02 - 2015 FERNANDO PINEDA

#### TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE:



Vi spiego com'è semplice l'energia di Illumia. Parla Bernardi



Mercato libero dell'energia e del gas: come migliorare la concorrenza?



Come devono attrezzarsi i grandi dell'elettricità per non soccombere alle rinnov...



Rinnovabili, perché non si può più tornare indietro



Caro bollette, i consumatori si difendono sul web



Sponsor  
(4WNet)

7650 euro al mese?  
Madre single di Roma guadagna 7650 euro al mese da casa!