



25/11/2015

di **Gianluigi Torchiani**

Chi ha prestato maggiore attenzione al contenuto delle buste postali che contengono le nostre bollette elettriche e del gas se ne sarà probabilmente già accorto: oltre alle fatture vere e proprie, i fornitori cercano di sottoporre alla nostra attenzione anche altri tipi di servizi. Alcuni di questi sono direttamente collegati ai consumi energetici veri e propri, come le applicazioni che permettono di tenere sotto controllo il fabbisogno della propria abitazione o di pagare la bolletta via smartphone. Altri, più che ai consumi, sono invece legati al risparmio energetico: si propone di acquistare direttamente dal proprio fornitore di energia apparecchi ad alta efficienza come caldaie a condensazione, sistemi di illuminazione a Led, pannelli fotovoltaici, stufe a pellet, prodotti di domotica, biciclette elettriche, carte per la ricarica dei veicoli elettrici, ecc. Ci sono addirittura fornitori che propongono soluzioni che con l'energia hanno davvero poco a che fare, come ad esempio servizi per stipulare assicurazioni, fare acquisti in determinati punti vendita e così via.

Ma perché lo fanno? Spiega Marco Carta, responsabile Utility&Rinnovabili di Agici Finanza d'Impresa, che ha un Osservatorio dedicato all'evoluzione del ruolo delle utilities: «Bisogna inquadrare questo mutamento strategico nel suo contesto di mercato: sino allo scoppio della crisi economica del 2008, il mercato delle utility poteva contare su una crescita stabile, ma costante nel tempo. E si pensava che questa crescita sarebbe durata per sempre. Invece con la recessione globale, ma anche con lo sviluppo delle rinnovabili e dell'efficienza energetica, la domanda di gas ed elettricità è iniziata a calare. Insomma, prima eravamo in un contesto di mercato crescente in cui c'era posto per tutti, ora la situazione è ben diversa. Quindi, per far fronte a una perdita di fatturato e margini, le utility hanno riscoperto la centralità del cliente e hanno sviluppato questa strategia di estensione dell'offering. Questo significa che al consumatore non è più solo proposta la vendita di elettricità e gas, ma anche di altri prodotti e servizi. L'obiettivo è aumentare il fatturato ma anche incrementare il grado di soddisfazione del cliente».

Il fenomeno non riguarda solo gli utenti residenziali ma anche quelli industriali e può dirsi ormai pienamente avviato. Tanto che, in alcuni casi, rileva Agici, l'insieme di questi servizi extra contatore può valere ormai il 10-15% del giro d'affari di una utility. E, tendenzialmente, queste percentuali sono da attendersi in aumento nel prossimo futuro, nonostante la fragile ripresa economica stia portando con sé un mini incremento della domanda energetica. Precisa Carta: «A meno di non voler abbandonare il mercato italiano è fondamentale avere business alternativi. I grandi player, infatti, chi più chi meno, hanno adottato questa strategia, mentre quelli più piccoli hanno maggiori difficoltà. Per un soggetto di dimensioni limitate, infatti, può essere difficile implementare una rete vendita di questo tipo, perché occorre avere competenze specifiche ed essere in grado di garantire un'assistenza diffusa. Tutti aspetti complicati da mettere in piedi quando si hanno a disposizione risorse limitate».

Un punto che può sembrare curioso di questo cambiamento strategico è che molti di questi servizi proposti dalle utility hanno a che fare con la diminuzione e il contenimento dei consumi dei propri utenti. Un po' come se i gestori telefonici ci fornissero dei prodotti per aiutarci a telefonare meno oppure a utilizzare meno GB. Un controsenso, vista la carenza della domanda? «Occorre considerare che se le utility non proponessero servizi di efficienza energetica lo farebbero sicuramente altri soggetti, come le Esco. Che magari potrebbero persino sostituirsi ai tradizionali fornitori nella vendita di gas ed elettricità. Dunque il rischio di non presidiare questo settore è di perdere margini e clienti», conclude il responsabile Agici.



GIANLUIGI TORCHIANI

Giornalista classe 1981, cagliaritano. Dopo aver scritto per svariati settori (Ict, economia, sport) negli ultimi anni si è specializzato nelle tematiche dell'energia e dell'ambiente