

Batteranno tutti le società che faranno forte azione di marketing e innovazione

Forte azione di vendita, radicamento sul territorio, ricerca di efficienza energetica, proposte innovative come le carte prepagate. Quattro strumenti per rosicchiare quote di mercato ai concorrenti, ora che la liberalizzazione del settore energetico sta per compiere l'ultimo salto. Ne parla Vincenzo Vadacca, ex Ansaldo e oggi amministratore delegato di Trafigura, società di trading energetico. E il consumatore? Per lui i benefici non arriveranno subito ma la concorrenza favorirà prezzi più bassi.

Domanda. Dottor Vadacca, dal 1° luglio 29 milioni di famiglie italiane saranno libere di scegliere il fornitore di energia. Quale sarà secondo lei il primo effetto evidente?

Risposta. Per le famiglie l'inizio di ogni liberalizzazione è un fatto positivo. Non è detto tuttavia che i benefici verranno colti immediatamente.

D. Si è parlato per i consumatori di un possibile incremento dei costi, lo crede possibile?

R. Finora le tariffe elettriche sono state gestite in maniera complessa ma risultavano chiare alle famiglie. Da luglio in poi, però, per il consumatore sarà difficile capire l'effettivo risparmio. Non credo, tuttavia, che verrà registrato un aggravio dei costi, la liberalizzazione favorirà la concorrenza. E il target sarà l'Enel. Ci sarà, per definizione, qualcuno che cercherà di sottrarre clienti all'ex monopolista e quest'ultimo sarà costretto a difendersi.

D. Chi beneficerà, dunque, in primo luogo, di questa liberalizzazione? I soliti colossi?

R. Siccome non si tratta di piccoli numeri, gli investimenti in attività di marketing dovranno per forza essere importanti. L'azione di vendita sarà dunque fondamentale, considerato che l'obiettivo è raggiungere milioni di clienti. A beneficiare maggiormente della liberalizzazione sarà dunque chi metterà in atto una concreta campagna di comunicazione. Enel, anche se dovrà alzare le barricate, ha i mezzi per farlo ma ha prospettive di crescita limitate. Eni, invece, ha già dimostrato la voglia di essere protagonista così come tutti i grandi generatori che cercheranno di costruire una verticalizzazione del sistema, dalla produzione alla vendita.

D. È possibile che le ex municipalizzate vengano penalizzate da questo processo?

R. Dipende dal rapporto che queste società hanno con i loro clienti. Storicamente, si tratta di aziende restie a fare azione di marketing ma, d'altra parte, sono fortemente radicate sul territorio. Vedo dunque in difficoltà quelle società che non hanno sviluppato alcun legame con la città. Asm Brescia, al contrario, ha un forte rapporto con il territorio, così come Acea. La liberalizza-

zione offre poi anche un'altra grande opportunità, ossia riuscire a vendere assieme all'energia anche efficienza energetica. Ci riempiamo la bocca parlando di risparmio ma per ora ci sono solo timidi accenni. Mi auguro che la liberalizzazione coincida con un maggiore sforzo nella ricerca di efficienza.

D. La liberalizzazione favorirà la crescita degli operatori emergenti, magari di quelli che si occupano di trading?

R. Il processo si gioca sul mass marketing e quindi i trader cercheranno di ottimizzare le opportunità a monte relative a costi e prezzi dell'energia. La liberalizzazione, in ogni caso, creerà maggiori opportunità per tutti. In questo senso, un'altra scommessa potrebbe essere quella di vedere se il mass marketing si potrà abbinare ai grandi distributori, come sta avvenendo nelle tlc con l'operatore virtuale o con i distributori di benzina al supermercato. E poi c'è sempre l'opzione delle carte prepagate che creerebbe una sfida notevole alla liberalizzazione. Certo, c'è bisogno di qualche investimento in tecnologia e gli operatori italiani al momento non sono attrezzati.

D. Che cosa cambierebbe dell'attuale progetto di liberalizzazione?

R. Grazie a questo processo di liberalizzazione, probabilmente, non avremo più blackout perché c'è stato e ci sarà ancora un forte investimento sulle centrali di produzione energetica. I grossi benefici, tuttavia, si vedranno solo quando ci sarà un mercato unificato a livello europeo. Allora, avremo grandi player come Enel, E.On ed Edf che opereranno in un grande mercato ma senza più essere monopolisti. Chi resterà nell'ambito nazionale è destinato a sparire. Il confronto si giocherà dunque sulla piazza europea.

D. La Borsa elettrica ha raggiunto un grado di efficienza sufficiente a sostenere l'imminente liberalizzazione?

R. Manca un ulteriore passaggio, per essere efficiente occorre che ci sia un mercato dei future. Il Gme lo aveva programmato ma ha cincischiato un po' troppo, soprattutto il regolatore, e ora è stato sorpassato dalla Borsa italiana. Piazza Affari ha appena lanciato un mercato dei future che vede favorevoli tutti gli operatori. (riproduzione riservata)

Vincenzo
Vadacca

