


ROMA, 24 ottobre 2024  Politica energetica

L'INTERVISTA

Fine tutela, AU: “La campagna informativa ha raggiunto milioni di cittadini”

Arrivano i primi dati. L'ad Moles a QE: “Il meccanismo Stg ha funzionato. Ora penso a un Tavolo permanente con consumatori e operatori. In prospettiva possiamo dare servizi utili ai Comuni”. Il nodo vulnerabili

 di Carlo Maciocco

Il meccanismo faticosamente messo in piedi per il superamento della tutela nel settore elettrico “ha funzionato” e la campagna informativa che il Mase ha affidato ad Acquirente Unico è arrivata a “milioni di cittadini” stimolando gli accessi ai Portali Offerte/Consumi e allo Sportello del consumatore.

È senz'altro positivo il bilancio tracciato dall'ad di AU Giuseppe Moles, in un'intervista a tutto campo con QE.

In base ai dati preliminari la campagna informativa ha totalizzato oltre 600 passaggi su emittenti televisive e radiofoniche private, a cui vanno sommati quelli su radio e TV Rai, per un totale che supera i 1.000 passaggi in poco più di 3 mesi. Quasi il 50% dei passaggi TV si è concentrato nella fascia “mattina/meridiana” dalle 7 alle 14:30 posizionati prevalentemente su TG e programmi di informazione.

L'audience medio raggiunto con la campagna TV sulle reti nazionali (Rai, Mediaset e La 7) ha avuto picchi di circa 3 milioni per la Rai. Il target raggiunto, in particolare sui canali Rai, è prevalentemente il telespettatore “donna over 55” (il 60% di chi ha visto lo spot).

Oltre a un bilancio sulla campagna, Moles ha fatto il punto anche sulle prospettive per i soggetti vulnerabili e le attività future dell'AU. Tra cui un possibile servizio di elaborazione dati a vantaggio dei Comuni.

Dopo molti rinvii, si è giunti al passaggio epocale del superamento della tutela per i clienti domestici elettrici non vulnerabili. Che bilancio traccia di questo percorso?

C'erano molti timori da più parti ma io non ero eccessivamente preoccupato. La partecipazione alle aste per il Servizio a tutele graduali è stata ampia e abbondante, e il risultato dimostra il grande interesse degli operatori, per cui il meccanismo ha funzionato. Parlando da amministratore delegato di un'azienda “terza”, la valutazione è positiva. Ora ci sarà un periodo, che io reputo medio, di assestamento.

Malgrado la possibilità di usufruire dei forti sconti emersi dalle aste, tramite un rientro sul tutelato entro il 1° luglio, in pochi ne hanno approfittato. Perché secondo lei?

Quello dell'energia elettrica è un mercato tendenzialmente statico, il cittadino non è ancora abituato a ragionare come fa per esempio per le tariffe degli abbonamenti dei cellulari. A questo aggiungiamo anche il problema dannosissimo del telemarketing selvaggio. Per quanto riguarda il resto, non c'era la possibilità di dare tutte le corrette informazioni in uno spot di soli 30 secondi ad hoc che spiegasse la possibilità di rientrare in tutela per usufruire dello sconto, però le istituzioni competenti lo hanno fatto, ed in più noi abbiamo sottolineato sempre che il cittadino poteva comunque scegliere.

A proposito: che bilancio si può fare della campagna informativa svolta da AU? Quali i prossimi passi?

La nostra campagna di comunicazione, nella confusione generale, aveva l'obiettivo di cercare di tranquillizzare, dare informazioni e fornire gli strumenti ai cittadini per orientarsi. I risultati che stiamo elaborando mostrano che l'informazione è arrivata abbondantemente, con milioni di visualizzazioni. Abbiamo puntato molto sugli spot televisivi ottenendo che passassero nei momenti giusti (spesso la mattina collegati a certe trasmissioni o ai telegiornali). Abbiamo scelto di estendere la campagna ai network locali, anche online, ed infatti tutto questo ha determinato centinaia di migliaia di accessi al Portale offerte e al Portale consumi. Durante e dopo la campagna anche la mole di lavoro allo Sportello del consumatore è aumentata e le domande dei cittadini sono diventate più puntuali.

Qualche associazione dei consumatori ha però lamentato dei ritardi nell'avvio della campagna

Abbiamo potuto dare inizio alla campagna solo quando la norma ci ha affidato il compito, e quindi abbiamo subito utilizzato il canale della Presidenza del consiglio poiché ci permetteva di partire in tempi più rapidi. Dopo dicembre continueremo a fare campagna informativa con i nostri social, che stiamo potenziando, e continueremo a chiedere la collaborazione delle associazioni dei consumatori. Ho infatti in programma nuovi incontri con loro perché possono essere il veicolo migliore per continuare ad informare. In più, anche Arera ha avviato una propria campagna, ne abbiamo parlato lungamente con il presidente Besseghini.

Oltre all'informazione, a suo avviso non sarebbe opportuno affidare a un soggetto istituzionale una sorta di consulenza per i consumatori?

Potrebbe essere un'idea ma credo sia di difficile realizzazione. Lo sto intanto pensando ad un tavolo di confronto continuativo con le associazioni dei consumatori e le aziende. Inoltre pensiamo che la visibilità esterna dell'AU non sia adeguata ai compiti che deve svolgere, agli occhi dei cittadini non è visibile l'importanza di questa struttura.

Parliamo dei soggetti vulnerabili: come vede l'ipotesi, contenuta anche in una risoluzione promossa dal presidente della commissione Attività Produttive della Camera Gusmeroli e in un emendamento al Ddl Concorrenza, di consentire il loro passaggio su Stg?

Il mio ruolo mi impone di non prendere posizione, mi fa piacere che tutti coloro che se ne occupano si stiano ponendo dei problemi e stiano cercando di offrire soluzioni. Penso anche alle recenti dichiarazioni del ministro Pichetto sulla possibilità di garantire il passaggio su Stg ai vulnerabili che hanno oltre 75 anni. Questo mi fa capire che istituzioni competenti e Arera stanno pensando a come gestire la fase successiva. Il nostro compito è far sì che il cittadino si fidi sempre di più delle istituzioni terze. In ottica di medio periodo sarà necessario capire cosa succede ai vulnerabili su Stg, perché il servizio ha una scadenza.

Una volta fatte le aste per i vulnerabili (nel 2025?) l'AU conserverà l'importante ruolo di approvvigionamento della materia prima: chiederete di poter tornare a fare acquisti sul medio-lungo termine? Cosa risponde a chi dice che tale ruolo scoraggia la partecipazione degli operatori alle aste?

Innanzitutto vorrei sottolineare che noi siamo pronti per le aste. Riguardo agli operatori non capisco che tipo di preoccupazione ci possa essere. Se un'azienda fa una scelta ritiene che l'investimento sia utile, e non credo che l'AU possa creare problemi alle loro strategie. Per quanto concerne la possibilità di acquisti sul medio-lungo termine la scelta rimane sempre del Governo. Noi senza dubbio abbiamo già dimostrato in passato di poterli fare, al pari degli acquisti spot.

Quali altri compiti immagina per l'AU in prospettiva futura?

La società ha capacità, professionalità e strumenti interni tali da poter affrontare qualsiasi compito gli venga assegnato. Tengo molto anche alla collaborazione con Arera sugli strumenti che AU ha a disposizione, come il servizio di conciliazione, che sarà utilissimo nella fase di transizione, e i Portali. Ma non bisogna dimenticare l'Ocsit che è fondamentale per le scorte e poi c'è la gestione del SII. Inoltre noi possiamo fornire alle istituzioni informazioni aggregate se richieste. In più potremmo fornire anche servizi, ossia un'elaborazione dei dati relativi ai consumi anche in funzione di attività relative all'efficienza energetica, lo abbiamo già fatto per esempio con il comune di Milano. Ho infatti avviato una serie di interlocuzioni anche con l'Anci alcuni mesi fa proprio per poter essere utili.