

«Bollette, pronta la campagna: i primi spot in tv tra 20 giorni»

L'intervista
Giuseppe Moles

Ad di Acquirente Unico

Celestina Dominelli

«**P**roprio in queste ore abbiamo selezionato l'azienda che si occuperà della realizzazione dei primi quattro spot da 30 secondi ciascuno, la cui messa in onda ritengo potrà avvenire nel giro di tre settimane. Si tratta, però, solo del primo passo della campagna informativa che svolgeremo per conto del ministero dell'Ambiente e della Sicurezza energetica, secondo la linea dettata dall'ultimo decreto energia, e che servirà ad accompagnare tutti i clienti domestici inclusi i vulnerabili, verso il progressivo superamento della maggior tutela e l'avvio, dal 1° luglio, del servizio a tutele graduali». Giuseppe Moles, ad di Acquirente Unico, la controllata del Gse nata originariamente per garantire l'energia elettrica a clienti e pmi non ancora passati al mercato libero e i cui compiti si sono poi progressivamente ampliati, traccia le prossime tappe. E lo fa anche avvalendosi della solida expertise che, in materia di campagne istituzionali, ha accumulato, sotto il governo Draghi, come sottosegretario alla presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'informazione e all'editoria, al quale è spettata la gestione di una campagna di grande impatto come quella sul Covid 19. «Il decreto ci affida la campagna, con una dotazione di un milione di euro, per 12 mesi che io giudico più che utili. Ovviamente, nel corso degli stessi, in stretto raccordo con l'Arera e il ministero, monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi per raggiungere tutta la popolazione».

I primi spot partiranno, quindi, a breve. Attraverso quali canali saranno veicolati?

Lo strumento sarà quello della televisione generalista: nel momento in cui forniremo il prodotto, il Mase chiederà alla presidenza del Consiglio l'invio come messaggio istituzionale utilizzando gli spazi previsti dalla legge. A questo, faremo poi seguire una campagna ad hoc sulla carta stampata e sui social, ma non escludo altre iniziative, come convegni, in modo da informare tutta la platea interessata, anche avvalendosi del supporto delle associazioni dei consumatori.

La campagna sarà ad ampio spettro, quindi?

Assolutamente sì. Partiremo con quattro spot, ognuno con caratteristiche differenti, per far comprendere agli utenti quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Perché, ne sono fermamente convinto, bisogna conoscere per scegliere e per scegliere al meglio.

Come AU avete gestito le aste per il servizio a tutele graduali. Che bilancio traccia?

Dal nostro punto di vista, la procedura è andata molto bene. Non abbiamo avuto alcuna difficoltà né nella tempistica né nello svolgimento e considero molto positiva anche l'ampia partecipazione non scontata.

In base al Dl Energia, dovrete gestire anche l'asta per definire gli operatori del nuovo servizio di vulnerabilità. Che tempi prevede per l'avvio della procedura?

Non posso entrare su questo tema che è competenza dell'Arera. Posso solo dirle che siamo stati capaci di organizzare velocemente le aste per il servizio a tutele graduali. Perciò ritengo che la macchina sia sufficientemente oliata e che, non appena avremo le indicazioni

dall'Autorità, saremo in grado di svolgere tutto entro un mese.

C'è chi solleva perplessità, in vista delle aste per i vulnerabili, sul meccanismo di formazione del prezzo ancorato al Pun (Prezzo unico nazionale). Lei che ne pensa?

Credo sia uno strumento tendenzialmente utile da un punto di vista economico in momenti di stabilità, ma non è l'unico che può essere utilizzato. Se, dunque, dal confronto con Arera e Mase emergerà che possiamo utilizzare altri strumenti, procederemo nella direzione indicata.

Il Dl vi affida il monitoraggio post aste. Come sarà organizzato? Ci sarà anche su questo uno stretto raccordo con l'Arera. È un'attività che abbiamo svolto anche in passato e lo abbiamo fatto attraverso il sistema informativo integrato (SII), il "cervellone" che contiene tutti i dati identificativi su punti di prelievo e clienti finali e che può rappresentare e rappresenta un'ottima difesa anche contro il telemarketing. Non a caso, d'accordo con l'Arera, abbiamo già avviato tutta una serie di potenziamenti della sicurezza del SII, per esempio facendo partire di nuovo tutta la certificazione anagrafica di coloro che hanno accesso ai dati del sistema.

AU gestisce, per conto di Arera, il servizio di conciliazione e lo sportello per il consumatore. Ci fornisce un quadro aggiornato?

Le do solo pochi numeri: nel 2023, rispetto al 2022, le conciliazioni

SOLE 24 ORE

sono cresciute del 34% e i servizi smart del 18%. Il dato più impressionante, però, è quello delle chiamate al contact center: sono state 1.546.809 con un incremento rispetto all'anno prima del 23%. Segno che quello gestiamo per l'Arera è un servizio essenziale per i consumatori.



Bollette elettriche.

AU gestirà la campagna informativa del Mase sulla fine della maggior tutela

