

## PROPOSTE DA COGLIERE

# Dynameeting, una «task force» su misura per le piccole imprese

Quattrocento esperti offrono assistenza personalizzata per tutta la durata del contratto a chi vuole comprare o vendere elettricità

●Elettricità e gas al servizio delle piccole aziende, ma soprattutto l'offerta di attenzione, di assistenza e consigli per ridurre i consumi e aumentare l'efficienza: è la politica di Dynameeting, la società nata per l'iniziativa di alcuni manager del settore e confluita nel marzo 2006 nel gruppo svizzero Rätia Energie, quotato alla Borsa di Zurigo, proprietario di reti ad alta tensione collegate con gli altri mercati europei e con centrali elettriche in Italia e all'estero. Nel 2007 Dynameeting ha fatturato 422 milioni di euro (complessivamente quello del gruppo Rätia in Italia è stato di circa 700) con un volume di vendite di 3.200 GWh.

Forte di Rätia alle spalle, Dynameeting ha impostato una politica di sviluppo che abbina l'offerta di elettricità (sia quella prodotta con centrali tradizionali, sia quella con fonti rinnovabili) e gas con una rete commerciale che oltre a vendere l'energia si sta muovendo, prima in Italia, anche nell'acquisto di elettricità dalle piccole imprese produttrici.

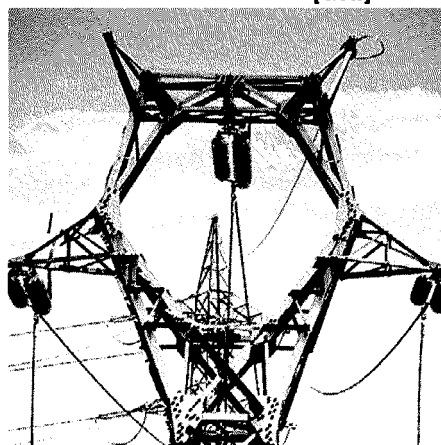
Così i 400 esperti di Dynameeting si pongono come snodo tra le piccole imprese che comprano o che vogliono vendere elettricità offrendo un'assistenza personalizzata che non si limita al momento della firma del contratto, ma che segue il cliente per tutta la sua durata: non a caso Dynameeting non paga i suoi agenti per ogni contratto firmato, ma per ogni kilowattora venduto, spingendoli così a «coccolare» il cliente. L'unico modo che un'impresa nuova ha per imporsi sul mercato è quello di fare offerte che «spiazino» la concorrenza: così nel

2003 Dynameeting ha lanciato sul mercato la prima offerta a prezzo fisso, nel 2004 la prima indicizzata alla Borsa dell'energia, nel 2008 ha invece scelto la strada di collegare consumi e iniziative di solidarietà. Oggi le offerte di elettricità possono essere basate sulla fascia oraria di consumo (ce ne sono tre differenziate in base alle esigenze della clientela), oppure studiate appositamente per le aziende che hanno consumi superiori ai due milioni di kWh, oppure quelle che offrono un filo diretto al consumatore per aggiornarlo costantemente sulle nuove possibilità proposte dalla capogruppo Rätia. Se poi il cliente è interessato ad acquistare energia da fonti rinnovabili (l'immagine «verde» oggi è vincente e poter dire che si utilizza solo energia pulita è un'arma in più sul mercato) c'è l'offerta «Pure Power» o «Eco» collegata anche al prezzo fisso. Le offerte di gas sono calibrate su due livelli: quelle per le aziende con consumi tra 10mila e 200mila metri cubi annui, e quelle per società che hanno consumi superiori.

Infine, per la prima volta nel nostro Paese, Dynameeting ha lanciato recentemente un'offerta di acquisto di energia dai piccoli produttori di elettricità (che per ora resta l'unica), che garantisce una remunerazione certa, non influenzata dall'andamento della Borsa dell'energia. Il prezzo viene infatti stabilito alla firma del contratto, mettendo a questo punto il piccolo produttore al riparo dalle fluttuazioni di mercato e consentendogli di conoscere da su-

bito quale sarà il valore della sua energia prodotta.

[GCh]



Un traliccio dell'alta tensione (FOTO: EMBLEMA)

