

STRATEGIE

Alle Pmi occorre consulenza per risparmiare sull'energia

Un mercato che richiede continua formazione e aggiornamento è soggetto a una forte variabilità normativa. Dal prezzo fisso alle offerte verdi: l'esempio di Dynameeting, controllata del Gruppo Rezia

Le offerte di fornitura energetica per le imprese, in epoca di mercato libero, non mancano di certo e tutte sembrano promettere grandi risparmi e vantaggi sicuri. Uno degli attori presenti in questa arena competitiva è Rezia Italia, filiale italiana dell'operatore elettrico svizzero, che è attiva nel settore sin dall'apertura del mercato e si distingue per la consulenza alle imprese. «In un mercato come il nostro non si può fare a meno della formazione e dell'aggiornamento - spiega **Renzo Boschet**, direttore generale Dynameeting, controllata del Gruppo Rezia Energia che si occupa dell'ambito business -. Solo dal punto di vista normativo, tra Autorità, **Gse** e ministero dello Sviluppo economico, le delibere pertinenti alla vendita di energia possono essere in un anno almeno un centinaio. Per questo le nostre offerte sono veicolate da una rete di vendita che, prima di tutto, è competente». La rete commerciale di Dynameeting è l'unica in Italia che, oltre a vendere, acquista anche energia elettrica da centinaia di piccoli produttori e aziende. «Il nostro portafoglio clienti - chiarisce Boschet - è di circa 25mila imprese, appartenenti a tutti i settori merceologici. Il nostro target è la media impresa: trattiamo sia i microbusiness, ovvero aziende che consumano meno di 6-7mila euro l'anno, che imprese

con una bolletta energetica da 400mila euro. Oltre questa spesa, di norma, le aziende si attrezzano con degli Energy manager e non hanno più bisogno della nostra attività di consulenza».

Il prezzo fisso nasce qui

Le offerte di Dynameeting sono di vario tipo: l'azienda è stata la prima in Italia, nel 2004, a proporre una formula a prezzo fisso, oggi molto di moda anche tra la concorrenza a causa dei continui rialzi del prezzo del petrolio. Recentemente è stata la volta dell'offerta denominata "Nobile" che, oltre ad avere le tariffe bloccate, permette al cliente di conferire il suo risparmio a favore di alcuni enti benefici. «In uno scenario di prezzi al rialzo - spiega Boschet - la prima richiesta delle Pmi è la tranquillità sul prezzo. Esistono, però, anche aziende pronte a scommettere su un calo delle quotazioni, e proprio per questo le nostre offerte non durano più di dodici mesi, considerato lo scenario molto incerto». Il risparmio principale per le imprese, secondo Rezia Italia, può arrivare proprio grazie alla consulenza: «I nostri agenti - puntualizza Boschet - sono in grado di individuare l'offerta migliore per le varie tipologie di consumo. Una formula legata al prezzo indicizzato della Borsa, per esempio, è molto conveniente per un cliente che lavora giorno e not-



te, mentre non lo è per chi accende gli impianti solo durante il giorno. I prezzi della Borsa sono, infatti, alti nelle ore diurne, mentre lo sono molto di meno in quelle notturne». La controllata di Rezia Italia propone ai suoi clienti anche offerte "verdi": la formula Eco coniuga il prezzo fisso per tutto il 2008 alla certificazione europea Recs (Renewable energy certificate system) e al marchio PurePower. «Questi certificati - spiega il manager - possono, poi, essere utilizzati nella comunicazione aziendale. Pensiamo che in futuro, in comparti come il food, l'utilizzo di energia certificata da fonti rinnovabili diventerà un importante prerequisito competitivo». La risposta del mercato è stata sinora positiva: il 2007 si è chiuso con un volume di vendita di circa 3.200 GWh, per un fatturato di 422 milioni di euro (+17% rispetto al 2006), e Dynameeting ha lanciato offerte per le Pmi anche nell'ambito della fornitura di gas naturale.


Gianluigi Torchiani
