

Report Stampa

2023

Audizione AD G. Moles sul DI Energia presso le
Commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della
Camera dei Deputati

20 12 2023



A cura della
Funzione Comunicazione



DL ENERGIA: MOLES (AU), FONDAMENTALE LA COMUNICAZIONE

"Noi pronti a svolgere un ruolo significativo"

(ANSA) - ROMA, 20 DIC - Il ruolo della comunicazione e delle campagne di informazione è fondamentale per le novità introdotte dal DL energia e l'Acquirente Unico che tra l'altro gestisce anche la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi" ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri". Lo ha detto Giuseppe Moles, amministratore delegato di Acquirente Unico, durante l'audizione sul DL Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera dei deputati." La campagna di comunicazione - ha spiegato- deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori 'intelligenti', strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall'esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio". La delicatezza del passaggio dal Servizio di maggior tutela (SMT), per 4,5 milioni di consumatori, al Mercato a tutele graduali (STG) pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici", ha poi detto. "Non va trascurato inoltre - ha proseguito Moles- che rimarranno ancora circa 4,5 milioni di clienti 'vulnerabili' che, per le loro caratteristiche, hanno bisogno di una particolare tutela". " In tal senso occorre valorizzare le potenzialità del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da AU", ha concluso. (ANSA).



DL ENERGIA: MOLES (ACQUIRENTE UNICO), PRONTI A RUOLO SIGNIFICATIVO ANCHE IN FUTURO

Campagna comunicazione fondamentale per clienti vulnerabili

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 20 dic - "Il Dl energia ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell'intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico". Lo ha detto Giuseppe Moles, amministratore delegato di Acquirente Unico, ascoltato dalle commissioni Ambiente e Attivita' produttive della Camera. "Nel corso degli anni - ha ricordato in audizione - Acquirente Unico ha saputo garantire, sia con lo Sportello per il Consumatore sia con il Servizio Conciliazione, il necessario sostegno agli utenti per muoversi piu' agevolmente all'interno del mercato energetico.

Ad Acquirente Unico e' stata inoltre affidata la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi e grazie all'esperienza maturata, Acquirente Unico ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri'.

Moles ha inoltre segnalato che il decreto legge affida alla societa', considerata l'esperienza acquisita negli anni con l'approvvigionamento della maggior tutela, anche l'attivita' di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici che potra' fornire elementi utili per valutare la corretta applicazione delle condizioni del servizio da parte degli aggiudicatari delle gare relative alle Tutele gradualali.

"La delicatezza del passaggio dal servizio di maggior tutela, per 4,5 milioni di consumatori, al mercato a tutele gradualali pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici.

Andra' quindi dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili, dovra' poi essere incoraggiata, con ogni strumento disponibile, la possibilita' di effettuare comparazioni fondate su dati affidabili e condizioni trasparenti". E, ha concluso, "n tal senso occorre valorizzare le potenzialita' del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da Au'.

ENERGIA, AU: FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE SU PASSAGGIO A MERCATO LIBERO

(Public Policy) - Roma, 20 dic - "Acquirente unico svolge un ruolo molto significativo, soprattutto per gli scenari futuri che devono accompagnare il passaggio dal mercato tutelato al mercato libero. Il consumatore è stato accompagnato in tutta la tappa di liberalizzazione ma ora, in vista del passaggio definitivo al mercato libero, il passaggio più delicato a nostro parere è quello che riguarda la comunicazione. Il decreto ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale, le campagne informative specifiche per i clienti domestici che possano renderli consapevoli del funzionamento del mercato. La campagna di comunicazione deve mettere a disposizione informazioni che permetteranno al cliente finale di scegliere consapevolmente".

Lo hanno detto i rappresentanti di Acquirente Unico, in audizione davanti alle commissioni Ambiente e Attività produttive della Camera, sul dl Energia bis.

"L'elemento di maggior rilievo riguarda il passaggio dal servizio di maggior tutela di 4,5 milioni di consumatori al mercato delle tutele gradualmente - hanno aggiunto - per questo è fondamentale una campagna di comunicazione che possa accompagnare il cittadino verso una scelta consapevole". (Public Policy)

ENERGIA, AU: FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE SU PASSAGGIO A MERCATO LIBERO-2

(Public Policy) - Roma, 20 dic - “Il dl Energia – ha sottolineato ancora in audizione l'ad di AU, Giuseppe Moles - ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell'intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico. A tal fine la campagna di comunicazione deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori 'intelligenti', strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall'esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio”.

“Il dl Energia – ha proseguito Moles - affida ad Acquirente Unico, stante l'esperienza acquisita negli anni con l'approvvigionamento della maggior tutela, l'attività di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici che potrà fornire elementi utili per valutare la corretta applicazione delle condizioni del servizio da parte degli aggiudicatari delle gare relative alle Tutele graduali. La delicatezza del passaggio dal Servizio di maggior tutela (SMT), per 4,5 milioni di consumatori, al Mercato a tutele graduali (STG) pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici. Si tratta infatti di sensibilizzare chi, pur avendo da molti anni la possibilità di passare da un servizio pubblico a uno privato, non lo ha ancora fatto; la maggior tutela è di fatto un gruppo d'acquisto automatico ma non obbligatorio. Non va trascurato inoltre che rimarranno ancora circa 4,5 milioni di clienti 'vulnerabili' che, per le loro caratteristiche, hanno bisogno di una particolare tutela. Andrà quindi dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili, dovrà poi essere incoraggiata, con ogni strumento disponibile, la possibilità di effettuare comparazioni fondate su dati affidabili e condizioni trasparenti. In tal senso occorre valorizzare le potenzialità del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da AU”. ha concluso. (Public Policy)



DL ENERGIA. MOLES (AU): PRONTI A SVOLGERE RUOLO SIGNIFICATIVO FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE

(DIRE) Roma, 20 dic. - "Il Decreto-Legge in esame denota l'impegno del Governo su temi di elevato impatto per il Paese: la sicurezza energetica, la promozione delle fonti rinnovabili, il sostegno alle imprese e, quello che per Acquirente Unico è di notevole rilevanza, l'attenzione al consumatore e la tutela delle famiglie più vulnerabili. Nel corso degli anni, Acquirente Unico ha saputo garantire, sia con lo Sportello per il Consumatore sia con il Servizio Conciliazione, il necessario sostegno agli utenti per muoversi più agevolmente all'interno del mercato energetico. Ad Acquirente Unico è stata inoltre affidata la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi, altri due strumenti fondamentali per accompagnare il cittadino nelle proprie scelte. Grazie all'esperienza maturata, Acquirente Unico ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri". Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante l'audizione sul DL Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera dei deputati. "Il DL Energia - ha sottolineato - ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell'intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico. A tal fine la campagna di comunicazione deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori 'intelligenti', strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall'esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio".



DL ENERGIA. MOLES (AU): PRONTI A SVOLGERE RUOLO SIGNIFICATIVO -2-

(DIRE) Roma, 20 dic. - "Il DI Energia - ha proseguito Moles - affida ad Acquirente Unico, stante l'esperienza acquisita negli anni con l'approvvigionamento della maggior tutela, l'attività di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici che potrà fornire elementi utili per valutare la corretta applicazione delle condizioni del servizio da parte degli aggiudicatari delle gare relative alle Tutele graduali. La delicatezza del passaggio dal Servizio di maggior tutela (SMT), per 4,5 milioni di consumatori, al Mercato a tutele graduali (STG) pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici. Si tratta infatti di sensibilizzare chi, pur avendo da molti anni la possibilità di passare da un servizio pubblico a uno privato, non lo ha ancora fatto; la maggior tutela è di fatto un gruppo d'acquisto automatico ma non obbligatorio. Non va trascurato inoltre che rimarranno ancora circa 4,5 milioni di clienti 'vulnerabili' che, per le loro caratteristiche, hanno bisogno di una particolare tutela. Andrà quindi dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili, dovrà poi essere incoraggiata, con ogni strumento disponibile, la possibilità di effettuare comparazioni fondate su dati affidabili e condizioni trasparenti. In tal senso occorre valorizzare le potenzialità del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da AU". ha concluso.

DI Energia, Moles "Acquirente Unico svolgerà ruolo significativo"

ROMA (ITALPRESS) - "Il Decreto-Legge in esame denota l'impegno del Governo su temi di elevato impatto per il Paese: la sicurezza energetica, la promozione delle fonti rinnovabili, il sostegno alle imprese e, quello che per Acquirente Unico è di notevole rilevanza, l'attenzione al consumatore e la tutela delle famiglie più vulnerabili. Nel corso degli anni, Acquirente Unico ha saputo garantire, sia con lo Sportello per il Consumatore sia con il Servizio Conciliazione, il necessario sostegno agli utenti per muoversi più agevolmente all'interno del mercato energetico. Ad Acquirente Unico è stata inoltre affidata la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi, altri due strumenti fondamentali per accompagnare il cittadino nelle proprie scelte. Grazie all'esperienza maturata, Acquirente Unico ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri". Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante l'audizione sul DI Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera dei deputati. "Il DI Energia - ha sottolineato - ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell'intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico. A tal fine la campagna di comunicazione deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori 'intelligenti', strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall'esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio".

DL ENERGIA, MOLES "ACQUIRENTE UNICO SVOLGERÀ RUOLO SIGNIFICATIVO" – 2

"Il Dl Energia - ha proseguito Moles - affida ad Acquirente Unico, stante l'esperienza acquisita negli anni con l'approvvigionamento della maggior tutela, l'attività di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici che potrà fornire elementi utili per valutare la corretta applicazione delle condizioni del servizio da parte degli aggiudicatari delle gare relative alle Tutele graduali. La delicatezza del passaggio dal Servizio di maggior tutela (SMT), per 4,5 milioni di consumatori, al Mercato a tutele graduali (STG) pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici. Si tratta infatti di sensibilizzare chi, pur avendo da molti anni la possibilità di passare da un servizio pubblico a uno privato, non lo ha ancora fatto; la maggior tutela è di fatto un gruppo d'acquisto automatico ma non obbligatorio. Non va trascurato inoltre che rimarranno ancora circa 4,5 milioni di clienti 'vulnerabili' che, per le loro caratteristiche, hanno bisogno di una particolare tutela. Andrà quindi dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili, dovrà poi essere incoraggiata, con ogni strumento disponibile, la possibilità di effettuare comparazioni fondate su dati affidabili e condizioni trasparenti. In tal senso occorre valorizzare le potenzialità del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da AU", ha concluso.



DL ENERGIA: MOLES (AU), PRONTI A SVOLGERE RUOLO SIGNIFICATIVO

Roma, 20 dic. (LaPresse) - "Il Decreto-Legge in esame denota l'impegno del Governo su temi di elevato impatto per il Paese: la sicurezza energetica, la promozione delle fonti rinnovabili, il sostegno alle imprese e, quello che per Acquirente Unico è di notevole rilevanza, l'attenzione al consumatore e la tutela delle famiglie più vulnerabili. Nel corso degli anni, Acquirente Unico ha saputo garantire, sia con lo Sportello per il Consumatore sia con il Servizio Conciliazione, il necessario sostegno agli utenti per muoversi più agevolmente all'interno del mercato energetico. Ad Acquirente Unico è stata inoltre affidata la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi, altri due strumenti fondamentali per accompagnare il cittadino nelle proprie scelte. Grazie all'esperienza maturata, Acquirente Unico ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri". Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante l'audizione sul DL Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera dei deputati. "Il DL Energia - ha sottolineato - ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell'intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico. A tal fine la campagna di comunicazione deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori 'intelligenti', strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall'esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio".



DL ENERGIA, MOLES (AU), PRONTI A RUOLO SIGNIFICATIVO, FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE

(9Colonne) Roma, 20 dic - "Il Decreto-Legge in esame denota l'impegno del Governo su temi di elevato impatto per il Paese: la sicurezza energetica, la promozione delle fonti rinnovabili, il sostegno alle imprese e, quello che per Acquirente Unico è di notevole rilevanza, l'attenzione al consumatore e la tutela delle famiglie più vulnerabili. Nel corso degli anni, Acquirente Unico ha saputo garantire, sia con lo Sportello per il Consumatore sia con il Servizio Conciliazione, il necessario sostegno agli utenti per muoversi più agevolmente all'interno del mercato energetico. Ad Acquirente Unico è stata inoltre affidata la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi, altri due strumenti fondamentali per accompagnare il cittadino nelle proprie scelte. Grazie all'esperienza maturata, Acquirente Unico ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri". Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante l'audizione sul DL Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera dei deputati. "Il DL Energia – ha sottolineato - ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell'intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico. A tal fine la campagna di comunicazione deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori 'intelligenti', strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall'esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio".



DL ENERGIA, MOLES (AU), PRONTI A RUOLO SIGNIFICATIVO, FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE

-2

(9Colonne) Roma, 20 dic - "Il DI Energia - ha proseguito Moles - affida ad Acquirente Unico, stante l'esperienza acquisita negli anni con l'approvvigionamento della maggior tutela, l'attività di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici che potrà fornire elementi utili per valutare la corretta applicazione delle condizioni del servizio da parte degli aggiudicatari delle gare relative alle Tutele graduali. La delicatezza del passaggio dal Servizio di maggior tutela (SMT), per 4,5 milioni di consumatori, al Mercato a tutele graduali (STG) pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici. Si tratta infatti di sensibilizzare chi, pur avendo da molti anni la possibilità di passare da un servizio pubblico a uno privato, non lo ha ancora fatto; la maggior tutela è di fatto un gruppo d'acquisto automatico ma non obbligatorio. Non va trascurato inoltre che rimarranno ancora circa 4,5 milioni di clienti 'vulnerabili' che, per le loro caratteristiche, hanno bisogno di una particolare tutela. Andrà quindi dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili, dovrà poi essere incoraggiata, con ogni strumento disponibile, la possibilità di effettuare comparazioni fondate su dati affidabili e condizioni trasparenti. In tal senso occorre valorizzare le potenzialità del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da AU". ha concluso.



DL ENERGIA: MOLES (AU), PRONTI A SVOLGERE RUOLO SIGNIFICATIVO,

FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE

“Il Decreto-Legge in esame denota l’impegno del Governo su temi di elevato impatto per il Paese: la sicurezza energetica, la promozione delle fonti rinnovabili, il sostegno alle imprese e, quello che per Acquirente Unico è di notevole rilevanza, l’attenzione al consumatore e la tutela delle famiglie più vulnerabili. Nel corso degli anni, Acquirente Unico ha saputo garantire, sia con lo Sportello per il Consumatore sia con il Servizio Conciliazione, il necessario sostegno agli utenti per muoversi più agevolmente all’interno del mercato energetico. Ad Acquirente Unico è stata inoltre affidata la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi, altri due strumenti fondamentali per accompagnare il cittadino nelle proprie scelte. Grazie all’esperienza maturata, Acquirente Unico ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri”.

Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante l’audizione sul DI Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera dei deputati.

“Il DI Energia – ha sottolineato – ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell’intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico. A tal fine la campagna di comunicazione deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori ‘intelligenti’, strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall’esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio”.



DL ENERGIA: MOLES (AU), PRONTI A SVOLGERE RUOLO SIGNIFICATIVO,

FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE (2/2)

“Il DI Energia – ha proseguito Moles – affida ad Acquirente Unico, stante l’esperienza acquisita negli anni con l’approvvigionamento della maggior tutela, l’attività di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici che potrà fornire elementi utili per valutare la corretta applicazione delle condizioni del servizio da parte degli aggiudicatari delle gare relative alle Tutele graduali. La delicatezza del passaggio dal Servizio di maggior tutela (SMT), per 4,5 milioni di consumatori, al Mercato a tutele graduali (STG) pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici. Si tratta infatti di sensibilizzare chi, pur avendo da molti anni la possibilità di passare da un servizio pubblico a uno privato, non lo ha ancora fatto; la maggior tutela è di fatto un gruppo d’acquisto automatico ma non obbligatorio. Non va trascurato inoltre che rimarranno ancora circa 4,5 milioni di clienti ‘vulnerabili’ che, per le loro caratteristiche, hanno bisogno di una particolare tutela. Andrà quindi dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili, dovrà poi essere incoraggiata, con ogni strumento disponibile, la possibilità di effettuare comparazioni fondate su dati affidabili e condizioni trasparenti. In tal senso occorre valorizzare le potenzialità del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da AU”. ha concluso.



**DL ENERGIA, MOLES (AU): PRONTI A SVOLGERE RUOLO SIGNIFICATIVO,
FONDAMENTALI CAMPAGNE COMUNICAZIONE**

“Il Decreto-Legge in esame denota l’impegno del Governo su temi di elevato impatto per il Paese: la sicurezza energetica, la promozione delle fonti rinnovabili, il sostegno alle imprese e, quello che per Acquirente Unico è di notevole rilevanza, l’attenzione al consumatore e la tutela delle famiglie più vulnerabili. Nel corso degli anni, Acquirente Unico ha saputo garantire, sia con lo Sportello per il Consumatore sia con il Servizio Conciliazione, il necessario sostegno agli utenti per muoversi più agevolmente all’interno del mercato energetico. Ad Acquirente Unico è stata inoltre affidata la gestione del Portale Offerte e del Portale Consumi, altri due strumenti fondamentali per accompagnare il cittadino nelle proprie scelte. Grazie all’esperienza maturata, Acquirente Unico ritiene di poter svolgere un ruolo significativo in scenari futuri”.

Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante l’audizione sul DI Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera dei deputati.

“Il DI Energia – ha sottolineato - ha il pregio di introdurre un tassello fondamentale per la buona riuscita dell’intero processo: campagne informative specifiche per i clienti domestici, che appaiono quanto mai opportune in questo momento storico. A tal fine la campagna di comunicazione deve mettere a disposizione tutte le informazioni che consentano al cliente finale di scegliere con consapevolezza, avvalendosi anche di strumenti già disponibili come il Portale Consumi, tramite il quale tutti i cittadini possono consultare, in modo semplice e gratuito, i dati relativi alle proprie forniture di energia elettrica e gas, comprese le misure di consumo generate dai contatori ‘intelligenti’, strumento questo che sarà ulteriormente pubblicizzato, congiuntamente al Portale Offerte, al fine di rendere le informazioni in esso presenti sempre più fruibili e di utilizzo immediato e sicuro. Tali strumenti renderanno edotto il consumatore emancipandolo dall’esclusiva azione del marketing e tutelandolo dal telemarketing selvaggio”. “Il DI Energia – ha proseguito Moles - affida ad Acquirente Unico, stante l’esperienza acquisita negli anni con l’approvvigionamento della maggior tutela,

l'attività di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici che potrà fornire elementi utili per valutare la corretta applicazione delle condizioni del servizio da parte degli aggiudicatari delle gare relative alle Tutele graduali. La delicatezza del passaggio dal Servizio di maggior tutela (SMT), per 4,5 milioni di consumatori, al Mercato a tutele graduali (STG) pone obiettivi rilevanti per la campagna di comunicazione, in quanto le informazioni da fornire e gli obiettivi della campagna di comunicazione sono molteplici. Si tratta infatti di sensibilizzare chi, pur avendo da molti anni la possibilità di passare da un servizio pubblico a uno privato, non lo ha ancora fatto; la maggior tutela è di fatto un gruppo d'acquisto automatico ma non obbligatorio. Non va trascurato inoltre che rimarranno ancora circa 4,5 milioni di clienti 'vulnerabili' che, per le loro caratteristiche, hanno bisogno di una particolare tutela. Andrà quindi dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili, dovrà poi essere incoraggiata, con ogni strumento disponibile, la possibilità di effettuare comparazioni fondate su dati affidabili e condizioni trasparenti. In tal senso occorre valorizzare le potenzialità del Portale Offerte e del Portale Consumi gestiti da AU". ha concluso.

<https://ageei.eu/dl-energia-moles-au-pronti-a-svolgere-ruolo-significativo-fondamentali-campagne-comunicazione/>

Fine tutela, AU: “Per campagna informativa siamo assolutamente pronti”

L’ad Moles: “Possiamo partire subito con alcune iniziative, quali infografiche e pubblicizzazione Portali. Risorse sono adeguate”. Clausola sociale: Enel propone cessione rami d’azienda. E i sindacati vanno al Mase



Giuseppe Moles

“Sui tempi siamo assolutamente pronti e le risorse sono assolutamente adeguate”.

Così l’ad di Acquirente Unico, Giuseppe Moles, ha risposto alle domande dei parlamentari relative alla campagna informativa per il fine tutela, in occasione dell’audizione sul DL Energia presso le commissioni riunite Ambiente e Attività produttive della Camera.

Per l’AU le “campagne informative specifiche per i clienti domestici” previste dal decreto sono “un tassello fondamentale per la buona riuscita dell’intero processo”.

Sul fronte delle risorse (il DL stanZIA 1 milione € per il 2024), “sono assolutamente adeguate anche perché abbiamo il vantaggio di partire da strumenti già esistenti, che vanno pubblicizzati e rinforzati”, ha detto Moles. Riguardo ai tempi, ha aggiunto l’ad (che in passato ha ricoperto anche il ruolo di Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio), “quando ero al Governo siamo stati in grado di fare sulla campagna Covid iniziative splittate nel tempo in base all’evoluzione della situazione” e allo stesso modo per il fine tutela “siamo in grado di fare iniziative immediate (per esempio le infografiche) per assicurare i consumatori e poi

spiegare gli strumenti a disposizione, come il Portale Consumi e il Portale Offerte, che hanno bisogno di essere potenziati". Inoltre, ha precisato, "gli strumenti televisivi vanno a coprire un'altra parte di popolazione che ha più difficoltà sui social o internet". In definitiva, "sui tempi siamo assolutamente pronti", ha rimarcato Moles, aggiungendo che "andrà dedicata una linea comunicativa specificamente indirizzata ai clienti vulnerabili".

L'ad ha poi ricordato che il Di Energia ha affidato ad Acquirente Unico l'attività di monitoraggio delle condizioni di fornitura ai clienti domestici (finora di competenza Arera, ndr) "stante l'esperienza acquisita negli anni con l'approvvigionamento della maggior tutela".

Il tema della campagna informativa è stato toccato anche nelle audizioni di Aiget e Eni, mentre sulla clausola sociale l'associazione dei grossisti/trader e Enel si sono divisi.

Aiget ha infatti accolto "con favore la disposizione che prevede che gli attuali servizi di contact center restino a carico degli esercenti in tutela sino alla conclusione delle successive previste aste per il servizio di vulnerabilità, ferma restando la scadenza naturale dei contratti".

Il direttore di Enel Italia Lanzetta ha invece ribadito che nel decreto "non c'è il ristoro degli stranded cost: non diciamo se sia giusto o meno superare la tutela ma è necessario farlo bene mentre il meccanismo delle aste, la tempistica e il non riconoscimento dei costi pensiamo possano generare criticità". Nelle slide depositate la proposta è la cessione ai vincitori delle aste "dell'azienda o del ramo d'azienda degli esercenti la maggior tutela a salvaguardia del personale impiegato e degli asset utilizzati".

Intanto, sul nodo clausola sociale le segreterie nazionali di Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil, insieme ad una rappresentanza di lavoratrici e lavoratori provenienti da tutta Italia, hanno avuto al Mase un confronto sul futuro dei contact center. L'incontro, sottolinea una nota del ministero, "si è svolto in un clima cordiale e costruttivo, ma fermo sulla salvaguardia occupazionale con riferimento alle nuove misure previste al riguardo dal decreto legge energia".

L'interlocuzione proseguirà il prossimo 3 gennaio, nel corso di un incontro a cui sarà presente il ministro Gilberto Pichetto.