

2024

Esiti stampa  
Convegno Climate Energy Nexus  
26 /04/2024



A cura della  
*Funzione Comunicazione*



## **MOLES (AU), GIÀ ATTIVI CONTRO LA POVERTÀ ENERGETICA.**

*Ad, ulteriore potenziale contributo dalla banca dati Sii*

(ANSA) - ROMA, 26 APR - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel Pniec, è stato istituito l'Osservatorio nazionale della povertà energetica, guidato dal Mase, con la partecipazione di vari ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente unico e Gse. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente unico, nel suo intervento al convegno "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. Au, insieme al ministero dell'Ambiente e della sicurezza energetica e al Gestore dei servizi energetici, si legge in una nota, sta inoltre partecipando al progetto Epic, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. "Au - ha proseguito l'Ad MOLES - potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema informativo integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, Au potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche".



## **MOLES (AU), CONSAPEVOLEZZA AIUTA IL CONSUMATORE A SCEGLIERE 'E' L'OBIETTIVO DELLA CAMPAGNA SUL MERCATO ENERGETICO'**

(ANSA) - ROMA, 26 APR - "Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto Energia ci ha affidato, un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico è la consapevolezza del consumatore" senza la quale "il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, intervenendo al "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. "Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani non può avvenire in modo inconsapevole" ha precisato MOLES evidenziando "il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni" ragionata insieme al ministero dell'Ambiente e della sicurezza energetica. "Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente" attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. "Tutto ciò - ha sottolineato l'Ad MOLES - non può raggiungere l'obiettivo che tutti noi ci prefiggiamo senza la partecipazione, la collaborazione e il supporto di tutti, non solo delle istituzioni interessate, ma anche e soprattutto delle associazioni dei consumatori. L'obiettivo è far comprendere agli utenti cosa succede e cosa succederà, e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia perché, ne sono fermamente convinto, bisogna conoscere per poter scegliere, e per scegliere al meglio. In ogni caso, la consapevolezza può condurre anche sul medio termine a una maggiore efficienza nella propria gestione, e questo può produrre effetti positivi, perché una differenza che può essere piccola a livello aggregato, può invece essere significativa a livello della singola famiglia", ha concluso.



## **ENERGIA: MOLES (AU), 'ATTIVI IN CONTRASTO A POVERTA' ENERGETICA'**

Roma, 26 apr. (Adnkronos) - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel Pniec, è stato istituito l'Osservatorio Nazionale della Povertà Energetica, guidato dal Mase, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e Gse. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. Au, insieme al Mase e al Gse, sta inoltre partecipando al progetto Epic, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. "Au - ha proseguito l'ad MOLES - potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, Au potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche".



## **ENERGIA: MOLES (AU), 'CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORE OBIETTIVO CAMPAGNA COMUNICAZIONE'**

Roma, 26 apr. (Adnkronos) - "Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico è la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. "Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani non può avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni. Abbiamo, assieme al Mase, scelto un formato semplice, amichevole e accattivante, senza rinunciare a un taglio istituzionale trasparente e oggettivo. Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente. Seguendo le indicazioni del Mase, la campagna mira a raggiungere i cittadini attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. La campagna televisiva è costituita da un telling composto da 4 spot in modo da fornire un'informazione più completa possibile. È anche sulla diffusione degli strumenti a disposizione del consumatore (Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore energia e ambiente) che punta la campagna informativa. Ma è solo un punto di inizio di un'azione che continuerà nel tempo, coinvolgendo i diversi portatori di interesse e comprendendo iniziative mirate". "Tutto ciò - ha sottolineato l'ad MOLES - non può raggiungere l'obiettivo che tutti noi ci prefiggiamo senza la partecipazione, la collaborazione ed il supporto di tutti, non solo delle Istituzioni interessate, ma anche e soprattutto delle associazioni dei consumatori".



## **ENERGIA: MOLES (AU), ATTIVI IN CONTRASTO POVERTA' ENERGETICA**

(AGI) - Roma, 26 apr. - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel PNIEC, è stato istituito l'Osservatorio Nazionale della Povertà Energetica, guidato dal Mase, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e Gse. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. AU, insieme al Mase e al Gse, sta inoltre partecipando al progetto Epic, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. "AU - ha proseguito MOLES -potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, AU potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche".



### **ENERGIA: AU, CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORE OBIETTIVO CAMPAGNA**

(AGI) - Roma, 26 apr. - "Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico e' la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non e' in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi". Cosi' Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. "Una tappa cosi' importante nelle attivita' di consumo degli italiani non puo' avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni. Abbiamo, assieme al Mase, scelto un formato semplice, amichevole e accattivante, senza rinunciare a un taglio istituzionale trasparente e oggettivo. Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente. Seguendo le indicazioni del MASE, la campagna mira a raggiungere i cittadini attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. La campagna televisiva e' costituita da un telling composto da 4 spot in modo da fornire un'informazione piu' completa possibile. E' anche sulla diffusione degli strumenti a disposizione del consumatore (Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore energia e ambiente) che punta la campagna informativa. Ma e' solo un punto di inizio di un'azione che continuera' nel tempo, coinvolgendo i diversi portatori di interesse e comprendendo iniziative mirate". "Tutto cio' - ha sottolineato MOLES - non puo' raggiungere l'obiettivo che tutti noi ci prefiggiamo senza la partecipazione, la collaborazione ed il supporto di tutti, non solo delle Istituzioni interessate, ma anche e soprattutto delle associazioni dei consumatori . L'obiettivo e' quello di far comprendere agli utenti cosa succede e cosa succedera', e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia perche', ne sono fermamente convinto, bisogna conoscere per poter scegliere, e per scegliere al meglio. In ogni caso, la consapevolezza puo' condurre anche sul medio termine a una maggiore efficienza nella propria gestione, e questo comunque puo' produrre effetti positivi, perche' una differenza che puo' essere piccola a livello aggregato, puo' invece essere significativa a livello della singola famiglia", ha concluso.

## **ENERGIA, MOLES (AU): ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA**

Roma, 26 apr - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel Pniec, è stato istituito l'Osservatorio nazionale della povertà energetica, guidato dal Mase, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico (Au) e Gse. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno 'Climate energy nexus', in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. Acquirente Unico, insieme al Mase e al Gse, sta inoltre partecipando al progetto Epic, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. "Au - ha proseguito l'Ad MOLES -potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, Acquirente unico - ha concluso - potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche".

**ENERGIA, MOLES (AU):CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORE OBIETTIVO CAMPAGNA COMUNICAZIONE**

(Public Policy) - Roma, 26 apr - “Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente unico è la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi”. Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al 'Climate energy nexus', in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. “Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani - ha proseguito - non può avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni. Abbiamo, assieme al Mase, scelto un formato semplice, amichevole e accattivante, senza rinunciare a un taglio istituzionale trasparente e oggettivo. Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente. Seguendo le indicazioni del Mase, la campagna mira a raggiungere i cittadini attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. La campagna televisiva è costituita da un telling composto da 4 spot in modo da fornire un'informazione più completa possibile. È anche sulla diffusione degli strumenti a disposizione del consumatore (Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore energia e ambiente) che punta la campagna informativa. Ma è solo un punto di inizio di un'azione che continuerà nel tempo, coinvolgendo i diversi portatori di interesse e comprendendo iniziative mirate”.



## **ENERGIA. MOLES (AU): ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA**

Roma, 26 apr. - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel PNIEC, è stato istituito l'Osservatorio Nazionale della Povertà Energetica, guidato dal MASE, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e GSE. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. AU, insieme al MASE e al GSE, sta inoltre partecipando al progetto EPIC, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. "AU - ha proseguito l'Ad MOLES -potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, AU potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche".



## **ENERGIA. MOLES (AU): CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORE OBIETTIVO CAMPAGNA COMUNICAZIONE**

Roma, 26 apr. - "Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico è la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. "Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani non può avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni. Abbiamo, assieme al MASE, scelto un formato semplice, amichevole e accattivante, senza rinunciare a un taglio istituzionale trasparente e oggettivo. Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente. Seguendo le indicazioni del MASE, la campagna mira a raggiungere i cittadini attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. La campagna televisiva è costituita da un telling composto da 4 spot in modo da fornire un'informazione più completa possibile. È anche sulla diffusione degli strumenti a disposizione del consumatore (Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore energia e ambiente) che punta la campagna informativa. Ma è solo un punto di inizio di un'azione che continuerà nel tempo, coinvolgendo i diversi portatori di interesse e comprendendo iniziative mirate". "Tutto ciò - ha sottolineato l'Ad MOLES - non può raggiungere l'obiettivo che tutti noi ci prefiggiamo senza la partecipazione, la collaborazione ed il supporto di tutti, non solo delle Istituzioni interessate, ma anche e soprattutto delle associazioni dei consumatori. L'obiettivo è quello di far comprendere agli utenti cosa succede e cosa succederà, e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia perché, ne sono fermamente convinto, bisogna conoscere per poter scegliere, e per scegliere al meglio. In ogni caso, la consapevolezza può condurre anche sul medio termine a una maggiore efficienza nella propria gestione, e questo comunque può produrre effetti positivi, perché una differenza che può essere piccola a livello aggregato, può invece essere significativa a livello della singola famiglia", ha concluso.

## **MOLES "SIAMO ATTIVI SU CONTRASTO A POVERTÀ ENERGETICA" TORINO**

(ITALPRESS) - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, è stato istituito l'Osservatorio nazionale della povertà energetica, guidato dal Mase, con la partecipazione di vari ministeri e istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e Gse. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. "AU potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica, grazie alle possibilità offerte dal sistema informativo integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze", ha spiegato. (ITALPRESS) - (SEGUE).

## **ENERGIA: MOLES "SIAMO ATTIVI SU CONTRASTO A POVERTÀ ENERGETICA"-2-**

"Un uso intelligente dei dati - ha aggiunto - potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, AU potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche". Secondo MOLES "sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico è la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi. Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani non può avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni", ha concluso.



**PLANET WEEK, MOLES (AU): ABBATTERE LA POVERTÀ ENERGETICA**

*"Partecipiamo a definizione strategie. Importante comunicazione"*

**<https://www.youtube.com/watch?v=Zn4DfE9yKEM>**



**ENERGIA, MOLES (AU): ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA**

Roma, 26 apr (GEA) - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel PNIEC, è stato istituito l'Osservatorio Nazionale della Povertà Energetica, guidato dal MASE, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e GSE. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. AU, insieme al MASE e al GSE, sta inoltre partecipando al progetto EPIC, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. (Segue).



## **ENERGIA, MOLES (AU): ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA -2-**

Roma, 26 apr (GEA) - “AU - ha proseguito l’Ad MOLES -potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell’attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, AU potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all’ottimizzazione nell’utilizzo delle forniture elettriche”.



## **ENERGIA: MOLES (AU), CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORE OBIETTIVO CAMPAGNA COMUNICAZIONE. AU, ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA.**

“In Italia dove circa l’8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel PNIEC, è stato istituito l’Osservatorio Nazionale della Povertà Energetica, guidato dal MASE, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e GSE. L’Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno”. Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno “Climate energy nexus”, in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. AU, insieme al MASE e al GSE, sta inoltre partecipando al progetto EPIC, finanziato dalla Commissione europea, con l’obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. “AU - ha proseguito l’Ad MOLES -potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione

notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, AU potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche".

"Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico è la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. "Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani non può avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni. Abbiamo, assieme al MASE, scelto un formato semplice, amichevole e accattivante, senza rinunciare a un taglio istituzionale trasparente e oggettivo. Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente. Seguendo le indicazioni del MASE, la campagna mira a raggiungere i cittadini attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. La campagna televisiva è costituita da un telling composto da 4 spot in modo da fornire un'informazione più completa possibile. È anche sulla diffusione degli strumenti a disposizione del consumatore (Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore energia e ambiente) che punta la campagna informativa. Ma è solo un punto di inizio di un'azione che continuerà nel tempo, coinvolgendo i diversi portatori di interesse e comprendendo iniziative mirate". "Tutto ciò - ha sottolineato l'Ad MOLES - non può raggiungere l'obiettivo che tutti noi ci prefiggiamo senza la partecipazione, la collaborazione ed il supporto di tutti, non solo delle Istituzioni interessate, ma anche e soprattutto delle associazioni dei consumatori. L'obiettivo è quello di far comprendere agli utenti cosa succede e cosa succederà, e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia perché, ne sono fermamente convinto, bisogna conoscere per poter scegliere, e per scegliere al meglio. In ogni caso, la consapevolezza può condurre anche sul medio termine a una maggiore efficienza nella propria gestione, e questo comunque può produrre effetti positivi, perché una differenza che può essere piccola a livello aggregato, può invece essere significativa a livello della singola famiglia", ha concluso.

<https://agenparl.eu/2024/04/26/cs-energia-moles-au-attivi-in-contrasto-poverta-energetica-energia-moles-au-consapevolezza-consumatore-obiettivo-campagna-comunicazione/>



## **ENERGIA: MOLES (AU), ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA**

Milano, 26 apr. (LaPresse) - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel PNIEC, è stato istituito l'Osservatorio Nazionale della Povertà Energetica, guidato dal MASE, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e GSE. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno 'Climate energy nexus', in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. AU, insieme al MASE e al GSE, sta inoltre partecipando al progetto EPIC, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. "AU - ha proseguito l'Ad MOLES -potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, AU potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche".



## **ENERGIA: MOLES (AU), CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORE OBIETTIVO CAMPAGNA COMUNICAZIONE**

Roma, 26 apr. (LaPresse) - "Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico è la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. "Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani non può avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni. Abbiamo, assieme al MASE, scelto un formato semplice, amichevole e accattivante, senza rinunciare a un taglio istituzionale trasparente e oggettivo. Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente. Seguendo le indicazioni del MASE, la campagna mira a raggiungere i cittadini attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. La campagna televisiva è costituita da un telling composto da 4 spot in modo da fornire un'informazione più completa possibile. È anche sulla diffusione degli strumenti a disposizione del consumatore (Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore energia e ambiente) che punta la campagna informativa. Ma è solo un punto di inizio di un'azione che continuerà nel tempo, coinvolgendo i diversi portatori di interesse e comprendendo iniziative mirate". "Tutto ciò - ha sottolineato l'Ad MOLES - non può raggiungere l'obiettivo che tutti noi ci prefiggiamo senza la partecipazione, la collaborazione ed il supporto di tutti, non solo delle Istituzioni interessate, ma anche e soprattutto delle associazioni dei consumatori. L'obiettivo è quello di far comprendere agli utenti cosa succede e cosa succederà, e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia perché, ne sono fermamente convinto, bisogna conoscere per poter scegliere, e per scegliere al meglio. In ogni caso, la consapevolezza può condurre anche sul medio termine a una maggiore efficienza nella propria gestione, e questo comunque può produrre effetti positivi, perché una differenza che può essere piccola a livello aggregato, può invece essere significativa a livello della singola famiglia", ha concluso.



## **ENERGIA, MOLES (AU); ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA (1)**

(9Colonne) Torino, 26 apr - "In Italia dove circa l'8,8% delle famiglie si trova in una situazione di povertà energetica, come stimato nel PNIEC, è stato istituito l'Osservatorio Nazionale della Povertà Energetica, guidato dal MASE, con la partecipazione di vari Ministeri ed istituzioni, e con il supporto tecnico di Acquirente Unico e GSE. L'Osservatorio ha il compito di presentare proposte per misure di contrasto, di elaborare la Strategia nazionale contro la povertà energetica, oltre a precisi compiti di monitoraggio ed analisi del fenomeno". Così Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, nel suo intervento al convegno "Climate energy nexus", in corso al Castello Valentino, Politecnico di Torino. AU, insieme al MASE e al GSE, sta inoltre partecipando al progetto EPIC, finanziato dalla Commissione europea, con l'obiettivo di migliorare e ampliare gli indicatori statistici attuali, per fornire supporto ad Eurostat nella rilevazione statistica del fenomeno. "AU - ha proseguito l'Ad MOLES - potrebbe dare un ulteriore contributo sul contrasto alla povertà energetica grazie alle possibilità offerte dal Sistema Informativo Integrato, la banca dati che contiene le informazioni relative alle utenze. Un uso intelligente dei dati potrebbe rappresentare un elemento di facilitazione notevolissimo nell'attuazione delle politiche di riduzione del consumo energetico e di diversificazione delle fonti. A partire da dati aggregati per zone geografiche, tipologie di utenze e abitudini di consumo, AU potrebbe fornire servizi informativi fondamentali per individuare soglie e benchmark utili alle elaborazioni di soluzioni volte al risparmio energetico e all'ottimizzazione nell'utilizzo delle forniture elettriche". (segue)



## **ENERGIA, MOLES (AU); ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA (2)**

(9Colonne) Torino, 26 apr - "Sulla campagna di comunicazione istituzionale, che il decreto energia ci ha affidato, va detto che un tema molto caro a me e ad Acquirente Unico è la consapevolezza del consumatore: senza consapevolezza il consumatore non è in grado di effettuare una scelta e rimane in balia degli eventi" ha proseguito MOLES. "Una tappa così importante nelle attività di consumo degli italiani non può avvenire in modo inconsapevole da parte dei diretti interessati. Questo rende chiaro il ruolo chiave che assume la campagna di comunicazione che vedrete partire proprio in questi giorni. Abbiamo, assieme al MASE, scelto un formato semplice, amichevole e accattivante, senza rinunciare a un taglio istituzionale trasparente e oggettivo. Una campagna diretta, immediata e con un messaggio persistente. Seguendo le indicazioni del MASE, la campagna mira a raggiungere i cittadini attraverso i principali canali: tv, radio, stampa. La campagna televisiva è costituita da un telling composto da 4 spot in modo da fornire un'informazione più completa possibile. È anche sulla diffusione degli strumenti a disposizione del consumatore (Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore energia e ambiente) che punta la campagna informativa. Ma è solo un punto di inizio di un'azione che continuerà nel tempo, coinvolgendo i diversi portatori di interesse e comprendendo iniziative mirate". (segue )



### **ENERGIA, MOLES (AU); ATTIVI IN CONTRASTO POVERTÀ ENERGETICA (3)**

(9Colonne) Torino, 26 apr - "Tutto ciò - ha sottolineato l'Ad MOLES - non può raggiungere l'obiettivo che tutti noi ci prefiggiamo senza la partecipazione, la collaborazione ed il supporto di tutti, non solo delle Istituzioni interessate, ma anche e soprattutto delle associazioni dei consumatori . L'obiettivo è quello di far comprendere agli utenti cosa succede e cosa succederà, e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia perché, ne sono fermamente convinto, bisogna conoscere per poter scegliere, e per scegliere al meglio. In ogni caso, la consapevolezza può condurre anche sul medio termine a una maggiore efficienza nella propria gestione, e questo comunque può produrre effetti positivi, perché una differenza che può essere piccola a livello aggregato, può invece essere significativa a livello della singola famiglia", ha concluso.