

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

(1/2)

“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 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.