

2024

Esiti stampa
Convegno ICom
21 /03 /2024



A cura della
Funzione Comunicazione



ACQUIRENTE UNICO, CAMPAGNA PER LA CONSAPEVOLEZZA DEI CONSUMATORI

MOLES: 'NECESSARIA LA COLLABORAZIONE DI TUTTI'

(ANSA) - ROMA, 21 MAR - "In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente". Lo ha detto Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, durante il convegno "La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale", organizzato da ICom presso l'aula dei Gruppi della Camera dei Deputati. "L'obiettivo di tutti - ha sottolineato - è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti". "Per questo - ha proseguito MOLES - staremo in stretto raccordo con l'Arera, il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei Consumatori". "La campagna sarà ad ampio spettro - ha continuato - e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze". In conclusione MOLES pone l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: "E' nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da AU, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi".



ENERGIA: MOLES (AU), 'CAMPAGNA INFORMATIVA PER ACCRESCERE CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORI'

Roma, 21 mar. (Adnkronos) - "In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente". Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante il convegno "La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale", organizzato da ICom presso l'aula dei Gruppi della Camera dei Deputati. "L'obiettivo di tutti - ha sottolineato - è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti. Per questo staremo in stretto raccordo con l'Arera, il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei Consumatori". "La campagna sarà ad ampio spettro - ha continuato Moles - e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze". In conclusione l'Ad Moles pone poi l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: "E' nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da Au, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi".

ENERGIA, MOLES (AU): CAMPAGNA INFORMATIVA PER MAGGIOR CONSAPEVOLEZZA

CONSUMATORI - 1

(Public Policy) - Roma, 21 mar - In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente. Lo ha detto Giuseppe Moles, amministratore delegato di Acquirente Unico, durante il convegno La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale, organizzato da ICom nell'aula dei Gruppi della Camera dei deputati. L'obiettivo di tutti ha sottolineato è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti. Per questo staremo in stretto raccordo con l'Arera, il ministero dell'Ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei consumatori".

ENERGIA, MOLES (AU): CAMPAGNA INFORMATIVA PER MAGGIOR CONSAPEVOLEZZA

CONSUMATORI - 2

(Public Policy) - Roma, 21 mar - La campagna sarà ad ampio spettro - ha continuato Moles - e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze. In conclusione l'Ad Moles pone poi l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: È nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da AU, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi.



ENERGIA. MOLES (AU): CAMPAGNA PER ACCRESCERE CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORI

(DIRE) Roma, 21 mar. - "In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente". Lo ha detto Giuseppe Moles, amministratore delegato di Acquirente Unico, durante il convegno "La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale", organizzato da Icom presso l'aula dei Gruppi della Camera dei Deputati. "L'obiettivo di tutti - ha sottolineato - è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti. Per questo staremo in stretto raccordo con l'Arera, il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei Consumatori". "La campagna sarà ad ampio spettro - ha continuato Moles - e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze". In conclusione l'AD Moles pone poi l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: "E' nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da AU, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi".



ENERGIA, MOLES (AU): AL VIA CAMPAGNA INFORMATIVA PER CONSAPEVOLEZZA UTENTI ~ FAR COMPRENDERE COSA SUCCEDDE E COSA SUCCEDERÀ

Roma, 21 mar. (askanews) - "In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente". Lo ha detto Giuseppe Moles, amministratore delegato di Acquirente unico, durante il convegno "La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale", organizzato da Icom presso l'aula dei Gruppi della Camera dei Deputati. "L'obiettivo di tutti - ha sottolineato - è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti. Per questo staremo in stretto raccordo con l'Arera, il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei Consumatori". "La campagna sarà ad ampio spettro - ha continuato Moles - e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze". In conclusione l'ad Moles ha posto poi l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: "E' nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da Au, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi".



ENERGIA, MOLES (AU): CAMPAGNA INFORMATIVA PER ACCRESCERE CONSAPEVOLEZZA

CONSUMATORI – 1

Roma, 21 mar (GEA) - "In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente". Lo ha detto Giuseppe Moles, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante il convegno "La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale", organizzato da Icom presso l'aula dei Gruppi della Camera dei deputati. "L'obiettivo di tutti – ha sottolineato - è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti. Per questo staremo in stretto raccordo con l'Arera, il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei Consumatori".



ENERGIA, MOLES (AU): CAMPAGNA INFORMATIVA PER ACCRESCERE CONSAPEVOLEZZA

CONSUMATORI – 2

Roma, 21 mar (GEA) - "La campagna sarà ad ampio spettro - ha continuato Moles - e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze". In conclusione Moles pone poi l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: "E' nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da AU, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi".



ACQUIRENTE UNICO, CAMPAGNA PER LA CONSAPEVOLEZZA DEI CONSUMATORI. NECESSARIA LA COLLABORAZIONE DI TUTTI'

(Agenparl) - ROMA, 21 MAR - "In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente". Lo ha detto Giuseppe MOLES, amministratore delegato di Acquirente Unico, durante il convegno "La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale", organizzato da ICom presso l'aula dei Gruppi della Camera dei Deputati. "L'obiettivo di tutti - ha sottolineato - è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti". "Per questo - ha proseguito MOLES - staremo in stretto raccordo con l'Arera, il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei Consumatori". "La campagna sarà ad ampio spettro - ha continuato - e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze". In conclusione MOLES pone l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: "E' nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da AU, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi".



ENERGIA: MOLES (AU), CAMPAGNA INFORMATIVA PER ACCRESCERE CONSAPEVOLEZZA CONSUMATORI

Roma, 21 mar. (LaPresse) - "In questa fase la campagna di comunicazione ha un ruolo chiave molto importante: garantire un'informazione istituzionale trasparente e oggettiva, semplice e diretta, immediata e con un messaggio persistente". Lo ha detto Giuseppe MOLES, Amministratore delegato di Acquirente Unico, durante il convegno "La nuova normalità. Quale mercato dopo il superamento delle tutele di prezzo nella vendita dell'energia elettrica e del gas naturale", organizzato da ICom presso l'aula dei Gruppi della Camera dei Deputati. "L'obiettivo di tutti – ha sottolineato – è quello di far comprendere agli utenti sia cosa succede sia cosa succederà e quali sono gli strumenti a disposizione per muoversi con consapevolezza all'interno del mercato dell'energia. Bisogna conoscere per poter scegliere e per scegliere al meglio. Di questo sono fermamente convinto. Tutto ciò si può raggiungere anche grazie alla partecipazione, alla collaborazione e al supporto di tutti. Per questo staremo in stretto raccordo con l'Arera, il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica ma anche e soprattutto con le Associazioni dei Consumatori". "La campagna sarà ad ampio spettro – ha continuato MOLES – e verranno utilizzati tutti i principali canali di comunicazione. Si partirà con quattro spot televisivi e a questi faremo poi seguire messaggi veicolati tramite carta stampata e social, ma anche utilizzando convegni o incontri creati appositamente, in modo da poter informare una platea più ampia possibile. Nel corso dei 12 mesi di campagna monitoreremo la situazione e, se necessario, rimoduleremo i messaggi in base alle esigenze". In conclusione l'AD MOLES pone poi l'accento sugli strumenti che sono già a disposizione dei consumatori: "E' nostra intenzione rafforzare gli strumenti, gestiti da AU, per orientarsi al meglio: il Portale Offerte e il Portale Consumi".



CAMPAGNA INFORMATIVA TUTELA, MOLES (AU): I 4 SPOT SONO SOLO L'INIZIO

L'a.d. all'evento del Tavolo fine tutele: seguirà campagna ad hoc su carta stampata. Noce (Mase): da fondo sanzioni risorse per ulteriori azioni nel triennio. In arrivo registro su dati consumo

I quattro spot televisivi di 30 secondi sulla fine dei prezzi tutela dell'energia annunciati ieri dal ministro Gilberto Pichetto Fratin sono solo un primo passo, cui seguirà una campagna ad hoc sulla carta stampata. Lo ha detto l'a.d. di Acquirente Unico Giuseppe Moles, intervenendo al convegno "La nuova normalità" organizzato da I-Com e Public Affairs Advisors nell'ambito del Tavolo Superamento Tutele. Nel corso dell'incontro il dg Competitività del Mase, Alessandro Noce, ha annunciato inoltre che, in aggiunta al 1 milione di euro previsti dal DM di maggio per questa campagna di 12 mesi, altre risorse per l'informazione sulla fine tutela nel prossimo triennio potranno arrivare dal Fondo sanzioni delle autorità, che può contare su circa 2,5 milioni all'anno. "Proprio nei giorni scorsi abbiamo selezionato l'agenzia che si dovrà occupare dei 4 spot da 30 secondi, che saranno su argomenti differenziati. Saranno caratterizzati da semplicità e correttezza dell'informazione, se parliamo di una campagna istituzionale non possiamo essere eccessivamente tecnici", ha detto Moles. Gli spot, che riguarderanno anche la promozione degli strumenti di consapevolezza come i portali consumi e offerte, ancora poco conosciuti, "è soltanto un primo passo della campagna (...) A questo abbiamo intenzione di far seguire una campagna ad hoc su carta stampata e sui social e qualsiasi altra iniziativa utile come convegni, incontri, allo scopo di informare una platea il più possibile ampia". Il senso, ha aggiunto Moles, è "conoscere per scegliere. E possiamo raggiungere l'obiettivo solo con la partecipazione, la collaborazione e il supporto di tutti, non solo delle istituzioni ma anche delle associazioni dei consumatori". Gli spot rispondono a un'esigenza di immediatezza, ha spiegato ancora Moles, "per questo utilizzeremo i canali della Presidenza del Consiglio e del Mase, lo strumento migliore per non perdere tempo". Nel contempo "dovremo monitorare" nel tempo l'azione di comunicazione e "rimodulare i messaggi" secondo le necessità. (...)

<https://www.staffettaonline.com/articolo.aspx?id=383887>



FINE TUTELA: “COSÌ LA CAMPAGNA INFORMATIVA”

Moles (AU): “Ci muoveremo ad ampio spettro in sinergia con ministero, Arera e spero anche associazioni consumatori”. Noce (Mase): “Con risorse fondo sanzioni iniziative su tutto il triennio”. Il tema smart meter 2G

Alcune anticipazioni sono state già date dall’ad di Acquirente Unico Giuseppe Moles e dal ministro Pichetto. In occasione del convegno “La nuova normalità” organizzato dal Tavolo Superamento Tutele di I-Com e Public Affairs Advisors, AU e ministero hanno però fornito ulteriori interessanti indicazioni su come sarà strutturata l’attesa campagna informativa per il fine tutela. Peraltro non solo quella iniziale di 12 mesi finanziata con 1 milione € ma anche quella successiva che si snoderà lungo tutto il triennio relativo al Servizio di tutele graduali, coperta dal fondo sanzioni Arera di cui all'articolo 11-bis del DL 14 marzo 2005 n. 35, in procinto di passare dal Mimit al Mase. Moles ha ribadito che nelle prossime settimane si darà il via ai primi 4 spot da 30 secondi sulla tv generalista focalizzati su argomenti differenti. I messaggi dovranno essere “semplici e assicurare la maggiore conoscenza possibile ai consumatori”. Seguiranno poi “iniziative ad hoc su carta stampata, radio, social”, oltre a “convegni e incontri”. L’ad dell’AU ha però aggiunto che “il percorso va costruito insieme”, per cui si tratterà di “una campagna ad ampio spettro in sinergia con il Mase e con Arera”. Inoltre, “se l’obiettivo è far comprendere cosa succede e cosa succederà possiamo farlo solo con la partecipazione, la collaborazione e il supporto di tutti, anche delle associazioni dei consumatori”. Moles ha sottolineato che “il primo input è l’immediatezza, per cui utilizzeremo i canali della Presidenza del Consiglio”. Nel corso dei 12 mesi “in stretto accordo con Mase, Arera e mi auguro in stretto contatto con le associazioni dei consumatori – ha ribadito l’ad - dovremo monitorare il tutto ed eventualmente rimodulare il messaggio”. Occorrerà nel frattempo “rafforzare e incrementare gli strumenti quali il Portale offerte e il Portale consumi, che sono ancora troppo poco conosciuti e utilizzati”, ha concluso Moles. (...)

<https://www.quotidianoenergia.it/module/news/page/entry/id/503187>