

RAPPORTO MULTIUTILITY

Il piano punta sull'apertura di nuovi negozi e lo sviluppo di comunità energetiche solidali

GUIDA AL MERCATO LIBERO

La strategia di Edison Energia per i nuovi clienti

DI ANDREA MILANESI

Il passaggio dal sistema tutelato a quello libero rappresenta uno snodo cruciale verso un mercato dell'energia liberalizzato e competitivo, che offre ai consumatori la possibilità di scegliere in modo consapevole l'offerta migliore rispetto alle proprie esigenze. Un appuntamento a cui non si è sottratta Edison Energia, la società del gruppo Edison attiva nella vendita di energia elettrica e gas a famiglie e imprese, insieme con servizi a valore aggiunto al segmento retail. Il 10 gennaio si sono svolte le aste per assegnare, a chi non avesse ancora scelto il proprio fornitore nel mercato libero, il gestore del servizio a tutele graduali per ogni zona del nostro Paese e il 6 febbraio sono stati comunicati i risultati ufficiali: Edison Energia si è aggiudicata quattro lotti nei territori del centro-sud Italia, tra Toscana, Lazio, Campania, Puglia, Calabria e Sicilia, aumentando la propria base clienti di 700mila unità. «Siamo molto soddisfatti dell'esito delle aste che rispecchia pienamente le nostre aspettative», ha dichiarato Massimo Quaglini, a.d. di Edison Energia, dopo la notizia dell'aggiudicazione. «Il nostro obiettivo è accompagnare i nuovi clienti in questa fase di transizione e aiutarli a fare chiarezza, con un passaggio al mercato libero graduale e consapevole. In questi territori, oltre ai mezzi digitali e telefonici di customer care, i clienti avranno la possibilità di recarsi presso i nostri numerosi negozi,

per usufruire di servizi di consulenza e post-vendita, a conferma dell'impegno e della vicinanza di Edison a consumatori e alle comunità locali».

Edison Energia opera sull'intero territorio nazionale e offre prossimità e relazione con il cliente attraverso una rete capillare di punti fisici di vendita e post-vendita (oggi sono 950 in tutta Italia), la cui attività commerciale e di relazione viene completata attraverso le piattaforme digitali e i call center. La società ha attualmente oltre 2 milioni di contratti attivi e intende raddoppiarli entro il 2030, tramite un piano di sviluppo che prevede l'apertura di mille negozi, l'ampliamento della rete di 3mila artigiani, la costituzione di 2mila comunità energetiche in ambito condominiale e l'installazione di oltre 100mila punti di ricarica elettrica domestica.

L'obiettivo di Edison Energia è supportare e accompagnare i clienti al di là del contratto per la fornitura della materia prima, offrendo servizi a valore aggiunto di qualità al fine di aumentare la loro consapevolezza: la piattaforma CoCo (acronimo di «Consumare meno Consumare meglio») è per esempio una sorta di consulente personalizzato incluso per ogni contratto residenziale luce e/o gas, che, utilizzando l'intelligenza artificiale, permette di monitorare i propri consumi, agire di conseguenza per ridurli e ottenere così un risparmio in bolletta.

Oltre a portare avanti un ambizioso piano di sviluppo di comunità energetiche condominiali, Edison Energia è impegnata nella realizzazione di CER solidali. Lo scorso mese di novembre è stata inaugurata a Roma la prima Comunità energetica rinnovabile e solidale della città: Banco dell'energia (la Fondazione nata per sostenere le famiglie

che si trovano in una situazione di vulnerabilità economica e sociale, con un particolare focus sulla povertà energetica) ha donato, grazie a Edison Energia, l'impianto fotovoltaico della Comunità energetica solidale Le Vele ubicato sul tetto della Fondazione Istituto Leonarda Vaccari, che produrrà energia da condividere. Sempre grazie alla partnership con Banco dell'energia se ne stanno realizzando altre due, una a Milano (con Caritas Ambrosiana) e una terza a Foggia (con Fondazione con il Sud). (riproduzione riservata)



Massimo Quaglini
Edison Energia



Le vetrine di Edison in piazzale Cadorna, a Milano



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

093688