

XXIII edizione del Premio Marketing SIM



IL CASO ENEL DRIVE

La storia

Enel, Ente Nazionale per l'Energia Elettrica, nasce il 6 dicembre 1962, con il compito di esercitare le attività di produzione, importazione ed esportazione, trasporto, trasformazione, distribuzione e vendita dell'energia elettrica.

In meno di 10 anni, Enel diventa la seconda impresa italiana per fatturato dopo Fiat.

Fin dagli anni 1980, Enel mostra una particolare attenzione nei confronti dei temi ambientali e della sostenibilità delle attività di produzione di energia, intraprendendo progetti in collaborazione con organizzazioni nazionali e internazionali per la difesa della natura.

Nel 1984, vengono inaugurati i primi due impianti italiani dimostrativi, alimentati da fonti energetiche rinnovabili.

Nel 1992, Enel diventa Società per Azioni, con azionista unico il Ministero del Tesoro italiano, compiendo il primo passo verso la privatizzazione.

Nel 1994 e 1995 vengono inaugurati quattro nuovi impianti da fonti rinnovabili: una centrale solare fotovoltaica a Serre Persano, un aerogeneratore nell'Alta Nurra, due centrali eoliche sono messe in esercizio a Frosolone e Collaromele.

Nel 1999 il settore elettrico italiano viene liberalizzato con il decreto Bersani. Il decreto prevede per Enel la separazione societaria per le attività di produzione, trasmissione, distribuzione e vendita ai clienti "idonei", nonché l'obbligo di ridurre la propria capacità produttiva. In linea con il decreto, l'azienda completa il processo di "societarizzazione": nascono Enel Produzione, Terna ed Enel Distribuzione.

Quello è anche l'anno della privatizzazione di Enel e del debutto in Borsa, con la collocazione sul mercato di quasi 4 miliardi di azioni. Dal 2 novembre le azioni Enel sono quotate alla Borsa Italiana e al New York Stock Exchange.

Enel si trasforma in una holding industriale: dal Gruppo nascono nuove società per lo sviluppo di diverse opportunità di business, dalla telefonia al gas, e viene intrapreso un percorso di crescita attraverso una strategia di internazionalizzazione.

- Nel settembre 2001 Enel si aggiudica l'intero capitale della spagnola Viesgo, società che opera nella generazione e distribuzione di energia elettrica.
- A dicembre, CHI Energy (società con sede negli Usa acquisita dal Gruppo Enel nel 2000 e attiva nel campo delle energie rinnovabili) completa la realizzazione di una centrale eolica negli Stati Uniti e di una centrale a biomasse in Canada.
- Sempre nel 2001 il Gruppo Enel avvia in Brasile la costruzione di una linea di trasmissione ad alta tensione . Nel marzo 2002 viene inoltre siglato un accordo per la costruzione di un tratto di linea ad alta tensione lungo che collegherà il nord al sud del Brasile.

Nel corso del 2003, prosegue il piano d'azione promosso da Enel a supporto della Corporate Social Responsibility. Già presente nel FTSE4GOOD GLOBAL 100 (indice borsistico delle prime 100 società al mondo per capitalizzazione di mercato che si distinguono per i risultati raggiunti e gli impegni presi in tema di sviluppo economico sostenibile), Enel è ammessa all'elenco FTSE4GOOD EUROPE 50, indice delle prime 50 aziende europee che coniugano il business con piani e principi di sostenibilità sociale e ambientale.

Nel febbraio 2004 Enel aderisce al Global Compact dell'Onu. Si tratta di un programma d'azione promosso dalle Nazioni Unite nelle aree dei diritti umani, della tutela del lavoro e della salvaguardia dell'ambiente. Entro il medesimo anno, la società viene inclusa nel DJSI (Dow Jones Sustainability Index) World.

Negli anni successivi, Enel consolida la propria presenza all'estero attraverso importanti acquisizioni nell'Est Europa (Slovacchia, Romania, Bulgaria, Russia) e nelle Americhe (Brasile e Stati Uniti) e prosegue la strategia di rifocalizzazione sul core business.

Il 2008 assiste al consolidamento di Enel come multinazionale. L'azienda recupera la propria cultura nucleare in Slovacchia, Spagna e Francia ed aumenta l'impegno sul fronte delle fonti rinnovabili (a dicembre nasce EnelGreen Power, società leader mondiale nel settore) e del carbone pulito.

Nello stesso anno, Enel elabora una nuova mission: *generare e distribuire valore nel mercato internazionale dell'energia, a vantaggio delle esigenze dei clienti, dell'investimento degli azionisti, della competitività dei paesi in cui opera e delle aspettative di chi lavora con l'azienda. Enel opera al servizio delle comunità, nel rispetto dell'ambiente e della sicurezza delle persone, con l'impegno di assicurare alle prossime generazioni un mondo migliore.*

Enel oggi.

Oggi, Enel è la più grande azienda elettrica d'Italia e la seconda utility quotata d'Europa per capacità installata, operatore integrato, è attivo nei settori dell'elettricità e del gas. Enel opera in 40 paesi del mondo, con una capacità installata netta di circa 95.000 MW e vende elettricità e gas a più di 61 milioni di clienti.

Nel 2009, ha conseguito ricavi per oltre 64 miliardi di euro (+4,7% sul 2008). Il margine operativo lordo si è attestato a oltre 16 miliardi di euro (+12,1% sul 2008) mentre l'utile netto del Gruppo è stato di circa 5,4 miliardi di euro (+1,9% sul 2008); nel Gruppo, al 30 settembre 2010, lavorano circa 80.000 persone.

Enel gestisce un parco centrali diversificato tra idroelettrico, termoelettrico, nucleare, geotermico, eolico, fotovoltaico e altre fonti rinnovabili. Circa il 44% dell'energia elettrica prodotta è priva di emissioni di anidride carbonica. La società è impegnata nella crescita nelle energie rinnovabili e nella ricerca e lo sviluppo di nuove tecnologie amiche dell'ambiente. Enel Green Power è la compagnia del Gruppo Enel quotata in borsa e dedicata allo sviluppo e alla gestione della produzione elettrica da fonti rinnovabili che gestisce circa 5.900

MW di potenza installata da impianti idrici, eolici, geotermici, fotovoltaici, a biomasse e cogenerazione in Europa e nelle Americhe.

Enel è la società italiana con il più alto numero di azionisti, circa 1,2 milioni tra retail e istituzionali nel 2009. I due principali azionisti di Enel sono il Ministero dell'Economia e delle Finanze con il 13,9% del capitale e la Cassa depositi e Prestiti con il 17,4%. Grazie al codice etico, al bilancio di sostenibilità, alla politica di rispetto dell'ambiente e di adozione delle migliori pratiche internazionali in materia di trasparenza e di corporate governance, tra gli azionisti di Enel figurano i maggiori fondi di investimento internazionali, compagnie di assicurazione, fondi pensione e fondi etici.

L'auto elettrica: lo scenario in Italia

Enel, come attore leader nella produzione e distribuzione di energia in Italia, ha individuato nella mobilità elettrica un campo interessante di sviluppo, considerato che il settore dei trasporti è responsabile di circa un terzo delle emissioni di gas serra prodotti dall'uomo e che l'elettricità svolge un ruolo significativo nella riduzione delle emissioni climateranti e inquinanti. Ha quindi ideato un sistema di infrastrutture di ricarica "intelligenti" (home station e public station), basate sulla tecnologia del contatore elettronico, che possano rendere la ricarica del veicolo facile, conveniente ed efficiente .

Lo scenario futuro dell'auto elettrica non è ben definito e anche in Italia non è chiaro quale sia la domanda potenziale in un arco di tempo di breve, medio e lungo periodo. Le barriere al suo sviluppo sono ancora numerose: non solo di carattere funzionale - soprattutto per quanto riguarda l'autonomia del veicolo (che al momento sembra circoscrivere l'uso della vettura prevalentemente all'ambito urbano); la velocità; la potenza e l'accesso a una rete di punti di ricarica - ed economico (per l'alto costo dei veicoli e l'assenza nel nostro paese di programmi pubblici di sostegno alla mobilità elettrica), ma anche di tipo psicologico.

E non è chiaro neanche il fronte dell'offerta, considerato l'atteggiamento "attendista" del produttore nazionale di auto, e la scarsa spinta da parte delle istituzioni italiane.

Invece, in altri paesi (Francia, per esempio) sono stati intrapresi progetti di sistema, che coinvolgono sia i produttori che le istituzioni, perché (di questo sono tutti convinti) il business delle auto elettriche nei prossimi anni potrà soltanto crescere.

Allo scopo di testare il sistema d'infrastrutture, studiare servizi innovativi per i clienti e delineare al meglio la potenzialità di questo business, Enel ha avviato un primo progetto pilota teso a comprendere l'attrattività di una sua possibile offerta.

Il progetto Enel Drive.

Una prima implementazione importante per sperimentare sul campo le funzionalità innovative del progetto Auto Elettrica è stata avviata nel 2009 con l'accordo siglato tra Enel e Daimler (progetto E-mobility Italy) che coinvolgerà le tre città italiane di Roma, Milano e Pisa (sede tra l'altro del Centro Ricerche Enel), tre città che rappresentano al meglio i diversi stili di vita e modelli abitativi tipici del nostro Paese.

Il ruolo di Enel comprende la fase di ideazione, sviluppo, installazione e funzionamento di una rete di infrastrutture pubbliche e private costituita da oltre 400 punti di ricarica e del relativo sistema di controllo centrale, mentre Daimler fornisce oltre 100 Smart elettriche a clienti privati e si farà carico della loro manutenzione.

Le Smart Electric Drive sono bianche e verdi, con gli interni nel livello di equipaggiamento Passion. Le caratteristiche tecniche indicano in 30 kW (41 cv) la potenza massima del motore elettrico, che esprime una coppia costante di 120 Nm. Le batterie hanno una capacità di 16,5 kWh e sono alloggiatae tra i due assi. La velocità massima è autolimitata a 100 km/h con un tempo di 6"5 per accelerare da 0 a 60 km/h.

La ricarica può essere effettuata da apposite infrastrutture alimentate da energia elettrica completamente rinnovabile e dunque a impatto ambientale zero. Il livello di ricarica e altre informazioni possono essere controllate via Internet con un computer o tramite iPhone.

Una ricarica completa effettuata in 6/8 ore garantisce un'autonomia di 135 km.

L'offerta promozionale Enel relativa a questo progetto pilota è attualmente una "bolletta flat" di 25 euro al mese, comprensiva della fornitura di energia elettrica, dell'installazione di una infrastruttura di ricarica (home station) presso l'abitazione del cliente (la condizione ovviamente è che lo stesso sia anche possessore di un box o di un posto auto) e della possibilità di ricaricare nelle infrastrutture di ricarica Enel collocate in sede pubblica

In termini economici, l'offerta corrisponde al 50% della spesa per carburante di una Smart che percorre diecimila km/anno.

Oltre a questo progetto Enel, nel corso del 2010, ha stretto accordi con le istituzioni e le più importanti case automobilistiche al fine di favorire uno sviluppo tecnologico congiunto e l'imminente introduzione nel mercato italiano di numerosi veicoli elettrici.

Il progetto richiesto agli studenti.

Partendo da queste prospettive e dalle potenzialità di crescita di questo mercato, risulta impotante/fondamentale definire una adeguata tariffa elettrica da associare ai nuovi clienti della mobilità sostenibile.

Agli studenti che parteciperanno alla XXIII edizione del Premio Marketing si chiede di:

- Indagare, attraverso interviste (vedi questionario proposto), le esigenze ed aspettative del cliente nei riguardi di un'auto elettrica.
- Valutare quali tariffe, tipo e costi, meglio potrebbero adattarsi a questo pubblico (ipotizzando eventualmente alternative diverse per diversi segmenti di domanda);
- Definire, in base ai risultati ottenuti, un piano di marketing che consenta di raggiungere un numero di contratti di energia (per semplicità si intende associato ad ogni contratto auto un contratto di fornitura elettrica) pari al 10% della potenzialità annua del mercato auto della propria regione.
- Per la realizzazione del piano di marketing, è disponibile un budget nazionale di di 5 milioni di euro da ripartire in base al peso percentuale di ogni regione (in proporzione alla popolazione della regione). Per esempio il Lazio, con una popolazione di circa 5.680.000 abitanti, rappresenta il 9,4% della popolazione italiana e pertanto avrà a disposizione 470.000 euro.

Le informazioni disponibili.

Il mercato dell'auto elettrica è in rapida evoluzione e quindi ogni informazione rischia di invecchiare rapidamente. Per partecipare al Premio è necessario quindi fare un'analisi sul web per conoscere ricerche o

iniziative messe in atto dalle aziende, o sul campo (possibilmente con un questionario, vedi allegato) per valutare gli atteggiamenti degli individui nei confronti dell'auto elettrica.

Allegati

- Brochure Enel Drive
- Presentazione su scenari diffusione mobilità elettrica al 2020
- Esempio di studio demografico per la mobilità elettrica: il caso Roma e provincia, che oltre a fornire informazioni quantitative utili, indica anche un metodo d'indagine sul territorio
- Questionario da utilizzare per la rilevazione sul campo.