

Le Guide

Lo studio

Effetto pandemia meno consumi più energia pulita

L'Agenzia internazionale dell'energia (Aie): "È uno shock mai osservato in 70 anni". L'impatto positivo del virus? Il 90% della nuova potenza installata nel mondo nel 2020 sarà green. Un'opportunità per l'ambiente

di Vito de Ceglia

Il Covid ridisegna il futuro energetico del pianeta. Per avere un'idea di quello che sta accadendo, basta leggere quanto scrive l'Agenzia internazionale dell'energia (Aie) nel suo ultimo rapporto annuale, in cui segnala che la domanda mondiale di energia dovrebbe calare del 5% a causa della pandemia, "lo shock più importante osservato in settanta anni". L'Aie aggiunge che questa recessione, amplificata dalla seconda ondata di contagi, continuerà ad avere un impatto pesante sulla domanda di energia nei prossimi anni e sugli nel settore.

Ma l'Aie assicura anche che il Covid non fermerà la crescita delle rinnovabili (quasi il 90% della nuova potenza installata nel mondo quest'anno sarà green, e solo il 10% a gas e carbone), mentre quella dell'oro nero e del carbone subirà un drastico ridimensionamento. «L'era della crescita continua della domanda mondiale di petrolio arriverà a conclusione nel corso dei prossimi dieci anni. E il solare diventerà il nuovo re dell'elettricità, offrendo prezzi di produzione inferiori a quelli delle centrali a carbone o a gas», confermano gli esperti Aie.

Con i cambiamenti in atto, accelerati dalla crisi economica, le aziende energetiche hanno subito un duro colpo. A maggior ragione in Italia, il paese più colpito dalla prima ondata di contagi, logorato in primavera da un estenuante lockdown e nelle ultime settimane dalle nuove restrizioni. Ne sanno qualcosa i fornitori italiani di energia elettrica che hanno visto calare in modo significativo fatturato e margini per l'effetto contingente di un mix letale di fattori: riduzione dei consumi e aumento dei tassi di morosità di clienti e imprese.

Gli impatti del Covid possono

representare, però, un'opportunità per accelerare modifiche strutturali all'industria di settore e completare quel processo di liberalizzazione, da anni posticipato, che rappresenta l'evoluzione cardine del mercato retail.

«In prospettiva, un contributo strategico potrà arrivare anche dal Green Deal europeo che sarà in grado di mobilitare nei prossimi dieci anni nel solo settore elettrico italiano 100 miliardi di euro di investimenti. Per il nostro Paese la sfida è quella di centrare, da qui al 2030, i target sulle emissioni di gas serra in linea con le nuove indicazioni europee (meno 55% al 2030 rispetto ai livelli del 1990), quota delle rinnovabili (40%) ed efficienza energetica (36%-39%)», sottolinea Agostino Re Rebaudengo, presidente di Elettricità Futura, la principale associazione del mondo elettrico italiano aderente a Confindustria.

La sfida è difficile, ma non impossibile. A patto che l'Italia acceleri nel processo di decarbonizzazione e digitalizzazione sia in termini di efficienza energetica che di svilup-

po delle rinnovabili. Un'indagine di Elettricità Futura chiarisce che cosa, in questo momento, chiedono gli operatori per essere messi nelle condizioni di offrire, oltre alla commodity, anche servizi a valore per il cliente. «L'elemento cruciale per la crescita del mercato retail passa da una maggiore ricchezza e differenziazione delle offerte, nonché dalla possibilità di portare nelle case dei consumatori tecnologie capaci di migliorare la comprensione delle dinamiche energetiche e l'efficiamento dei consumi».

Dispositivi per l'efficienza energetica in ambito residenziale e industriale, audit energetici, impianti Fer (Fonti Energia Rinnovabile) su larga scala, evoluzione delle offerte sulla e-mobility sono tra i servizi più diffusi oggi nelle offerte degli operatori che puntano su soluzioni innovative per fidelizzare il rapporto con i clienti e acquisirne di nuovi. Ad oggi, il contatto con il fornitore si esaurisce con il pagamento della bolletta e si riattiva in caso di disservizi e guasti. Da qui la necessità, per gli operatori, di rivedere i tradizionali schemi di vendita fino ad oggi sviluppati su modelli *push* legati al porta a porta o al *teleselling* (telefono), verso soluzioni *omnichannel* che integrano il canale fisico, in particolare per alcune fasce di clienti, con quello digitale.

Il paradosso che rischia di frenare il percorso della transizione energetica però è proprio sul ruolo del cliente. «In questo senso, l'attività di comunicazione può favorire quel passaggio consapevole del consumatore dalla protezione della Tutela al mercato libero tanto auspicato a livello istituzionale. Passaggio che gli darebbe la possibilità di scegliere non solo il fornitore, ma anche dei servizi associati alla commodity che maggiormente rispondono alle sue esigenze», concludono da Elettricità Futura.

I numeri

L'energia e il pianeta

-5%

La domanda
Il calo di domanda energetica stimato nel mondo per il 2020

90%

Le rinnovabili nel mondo
La quota di nuova potenza installata nel mondo

40%

Le rinnovabili in Italia
L'obiettivo dei consumi finali di energia al 2030

37%

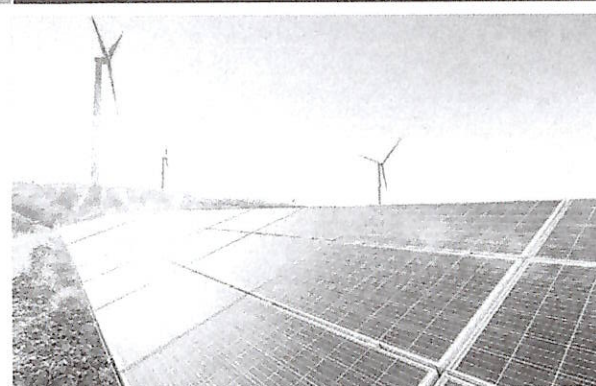
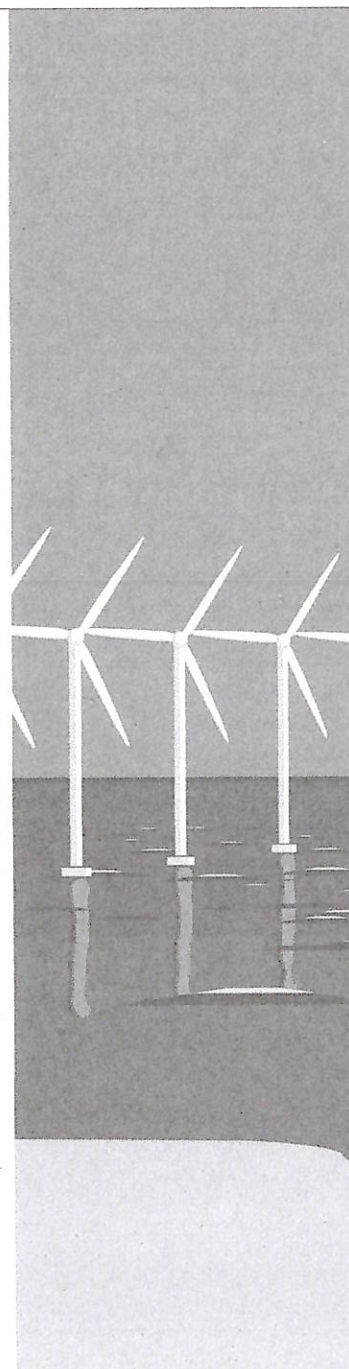
Il Recovery Plan
La quota Ue destinata a progetti sostenibili

8%

Il riscaldamento globale
La quota di Pil italiano a rischio ogni anno

-55%

Le emissioni di gas serra
La quota Ue al 2030 rispetto ai livelli registrati nel 1990



▲ Il sole e il vento
Pannelli solari e pale eoliche: due dei fulcri delle energie rinnovabili

**I fornitori italiani
di elettricità
hanno registrato
anche la riduzione
della richiesta
e l'aumento dei tassi
di morosità
di clienti e imprese**