

Eni: una grande compagnia internazionale nell'Oil & Gas

a cura di Mario Gargantini

Con l'incorporazione della Snam in Eni, dal gennaio 2002 è operativa la divisione Gas & Power di Eni, cui fanno capo le attività di approvvigionamento e di commercializzazione di gas naturale. Grazie al bagaglio storico di esperienze e di conoscenza, la nuova realtà è in grado di proporsi come partner affidabile ed efficiente nel mercato del gas naturale, previsto in costante crescita nel prossimo decennio.



Nave semisommersibile per sollevamento e posa Saipem 7000

Fin dal 1953, data della sua costituzione, Eni si contraddistingue per la capacità di spingersi dove altri ritenevano impossibile arrivare e di realizzare imprese considerate irrealizzabili. Imparando a lavorare in condizioni estreme, superando distanze fisiche, barriere culturali e difficoltà tecniche che nessuno aveva osato sfidare, Eni ha svolto il proprio lavoro e raggiunto i propri obiettivi in 67 paesi del mondo, non smettendo mai di considerare quella del petrolio e del gas naturale un'industria di frontiera. Ciò che contraddistingue la società è proprio la ricerca di un limite personale o tecnologico e la conseguente sfida per superarlo, con l'impegno di migliorare costantemente prestazioni e tecnologie. Seguendo questo slancio, Eni ha realizzato grandi imprese, come il gasdotto *Blue Stream*, posando condotte sottomarine nel Mar Nero alla profondità mai raggiunta di 2.150 metri; o il progetto *North Caspian Sea*, di cui Eni è operatore unico, per lo sviluppo di idrocarburi del giacimento di Kashagan, uno dei maggiori al mondo.

Accanto alle grandi realizzazioni ci sono importanti traguardi operativi. Nel 2001 Eni ha registrato ricavi consolidati pari a circa 49 miliardi di euro e conseguito un utile netto di 7,7 miliardi di euro: un risultato record tra le imprese industriali italiane che migliora del 34% l'utile del 2000. Ma non è tutto.

Eni ha avviato anche un processo di radicale trasformazione dell'assetto societario tramite la fusione nella Corporate delle società caposettore e la conseguente creazione di divisioni operative per tutte le principali attività. Oggi Eni è una grande compagnia internazionale nel petrolio e nel gas naturale e conta su tre business fondamentali: Exploration & Production, Gas & Power e Refining & Marketing.

Spirito di frontiera, duttilità culturale e creatività imprenditoriale hanno fatto sì che il gas naturale sia una delle grandi sfide di Eni. Nel 2001 i consumi di gas naturale in Italia sono stati pari a circa 71 miliardi di metri cubi e nel prossimo decennio la domanda è prevista in costante crescita. Vari sono i fattori che

concorrono a determinare tale trend. Il gas naturale è innanzitutto una fonte di energia con un ridotto impatto ambientale. A parità di energia prodotta, il gas naturale produce meno anidride carbonica rispetto ad altri combustibili di origine fossile: le emissioni di anidride carbonica provocate dalla combustione del metano risultano infatti inferiori del 25% rispetto a quelle della combustione di gasolio e di olio combustibile e del 40% rispetto a quelle del carbone. L'uso del gas rientra inoltre in un'ottica di utilizzo razionale dell'energia, sia per la facilità di regolazione sia per la comodità d'uso per impieghi domestici. Infine, il gas dà minori problemi di manutenzione rispetto ad altri combustibili e non ha bisogno di impianti di deposito.

Gennaio 2002: nasce la divisione Gas & Power

La divisione Gas & Power, cui fanno capo le attività di approvvigionamento e di commercializzazione di gas naturale, è

Più orientati ai clienti

La forza vendita dedicata

La forza commerciale della divisione Gas & Power è costituita da Responsabili Portafoglio Clienti dedicati all'assistenza del cliente.

I Responsabili Portafoglio Clienti rispondono alle esigenze del cliente attraverso:

- offerta personalizzata,
- consulenza sul contratto,
- assistenza nella fase di trasformazione degli impianti a gas naturale e relativa valutazione tecnico-economica,
- individuazione delle necessità di intervento del servizio di consulenza tecnica,
- individuazione di opportunità di servizi internet.

I servizi web

Con i servizi web la divisione Gas & Power offre un canale di comunicazione per sviluppare in modo innovativo e personalizzato il rapporto con i propri clienti: servizi con accesso privilegiato e protetto, che rendono disponibili le potenzialità della tecnologia internet, insieme alla massima interattività e flessibilità.

Fornire soluzioni tecnologicamente avanzate in grado di anticipare e incontrare le esigenze specifiche di ogni cliente è parte integrante della nostra filosofia. Ed è il modo più evoluto per lavorare meglio insieme per il futuro.

Servizio Internet clienti

Il servizio permette di visualizzare, stampare e archiviare in tempo reale, con l'emissione dai nostri sistemi informativi, i documenti amministrativi quali ad esempio fattura gas e fattura servizi di consulenza tecnica.

Gas Performance Analysis

La divisione Gas & Power offre ai propri clienti industriali il servizio web Gas Performance Analysis (GPA): uno strumento che permette al cliente la visualizzazione e l'analisi on-line dei dati relativi al consumo di gas naturale per i suoi siti produttivi. Il GPA è un servizio informativo sulle caratteristiche e modalità dei prelievi, che consente allo user di avere una base dati strutturata per un'analisi agevole e puntuale dei suoi volumi di prelievo finalizzata all'ottimizzazione dei prelievi stessi.

Il GPA permette allo user di usufruire di previsioni sull'andamento di tutte le variabili storiche su diversi orizzonti temporali e offre la possibilità di inserire on-line le proprie ipotesi di budget energetici, per rendere le analisi ancora più personalizzate. Con il GPA, lo user può contare su un monitoraggio costante e aggiornato della performance di ogni sito produttivo e confrontarla con quella dell'azienda nel complesso. In questo modo potrà analizzare l'utilizzo del gas naturale su scala aggregata, senza perdere la visibilità delle singole unità produttive.

Il Contact Center

Si affianca alla forza vendita un canale di comunicazione, il *Contact Center*, composto da personale qualificato che ha già maturato esperienza professionale in azienda.

Il Contact Center risponde a domande relative al rapporto tra il cliente e la divisione Gas & Power quali, ad esempio, quelle riguardanti contratto, fatture, modalità di pagamento e servizi di consulenza tecnica. Il servizio è attivo dal lunedì al venerdì dalle 9,00 alle 18,00 al numero verde 800-962626.

divenuta operativa con l'incorporazione della Snam in Eni. È una nuova realtà che attinge ad un passato fatto di esperienze e di conoscenza e, proprio in virtù di ciò, è in grado di proporsi come partner affidabile ed efficiente.

Oltre 4.000 clienti in Italia, tra medie e grandi industrie, aziende di distribuzione del gas e grossisti, possono contare sul portafoglio diversificato di approvvigionamento di gas naturale di Eni che si compone, per la quota rilevante, di gas importato dall'estero da Algeria, Russia, Paesi Bassi e Norvegia e, per la restante parte, di gas di provenienza nazionale, prodotto dalla divisione Exploration & Production di Eni.

Gli obiettivi strategici della divisione Gas & Power sono di sviluppare le attività di commercializzazione di gas naturale all'estero, in particolare nel mercato europeo, per bilanciare il potenziale di crescita che non può essere colto sul mercato nazionale, integrando tutte le fasi della filiera del gas.

L'obiettivo è anche di massimizzare i volumi di vendita in Italia, nel rispetto dei limiti normativi, promuovendo l'impiego del gas nella produzione di energia elettrica nei siti Eni e facendo leva sull'integrazione gas-elettricità. Ciò comporta, di conseguenza, l'attuazione di un'efficace gestione del portafoglio clienti, l'aumento di flessibilità e la continua innovazione dell'offerta commerciale con l'ampliamento dei servizi offerti; perseguendo una mirata politica di marketing volta al costante miglioramento della relazione con il cliente.

Le migliori energie al servizio dei clienti

Il mercato dell'energia in Italia è in evoluzione ed Eni identifica e realizza soluzioni adeguate a questo cambiamento, attraverso una costante tensione all'innovazione e all'impiego di tecnologie avanzate. Queste trovano specifica applicazione nel mercato del gas che per Eni in Italia si articola in tre segmenti principali di utilizzo:

- il residenziale,
- le medie e grandi imprese,
- la produzione di energia elettrica.

Eni crede nella centralità e nella soddisfazione del cliente, valori che si traducono in una relazione diretta e personalizzata, tesa a porre il focus sulle sue necessità e ad individuare nuove soluzioni. Questo è reso possibile anche



Kazakhstan-Campo di Karachaganak

grazie alla riorganizzazione commerciale operata dalla divisione attraverso la costituzione di sei filiali commerciali operanti sul territorio nazionale per rispondere con efficacia ed efficienza alle richieste del mercato e con la completa diffusione del modello di home-working alla forza vendita.

La nuova strategia di marketing

La nuova strategia di marketing propone un'offerta commerciale rinnovata, composta da un ventaglio di elementi che "ritagliano" le proposizioni commerciali sulle esigenze del singolo cliente, pur nel quadro del mutato scenario normativo e istituzionale.

Si passa quindi da un'offerta di tipo standard ad una "modulare": dove il mix ottimale di opzioni quali, ad esempio, differenti formule contrattuali, possibilità di scegliere tra diverse tipologie di indicizzazione volte a controllare la volatilità del prezzo e la disponibilità di servizi di consulenza tecnica, determinano di fatto l'elemento di differenziazione a misura del cliente.

La consolidata esperienza e l'impiego di qualificate risorse umane e tecnologiche hanno permesso la nascita e lo sviluppo di oltre trenta servizi di consulenza tecnica che si articolano in sette aree di intervento. Servizi che spaziano dalla fattibilità tecnico-economica alla diagnosi



energetica fino ai check up degli impianti e delle reti di distribuzione interne del gas, sempre nell'ottica del risparmio energetico e nel rispetto delle condizioni di sicurezza e dell'ambiente.

Oltre 700 studi di fattibilità per cogenerazione, 600 audit energetici, 500 verifiche di combustione e di sicurezza di centrali termiche, 250 corsi di aggiornamento professionale hanno consentito

ai clienti Eni di ottimizzare il loro approvvigionamento energetico ed il funzionamento degli impianti termici.

La centralità del cliente

La centralità del cliente è assicurata dalla volontà di ascoltare, analizzare e agire per proporre le migliori soluzioni realizzative e mantenere i risultati nel tempo. Tutto ciò si concretizza nell'approccio integrato, offerto dal team della divisione Gas & Power, che consente di rispondere alle esigenze di un mercato che ha bisogno di soluzioni flessibili e innovative. Il rafforzamento della relazione con il cliente è il cuore del progetto di Customer Relationship Management (Crm), che mira a consolidare e qualificare il rapporto di Eni con i segmenti della clientela. Sono stati attivati: un Contact Center "business", che affianca e integra l'attività della forza vendita; una serie di servizi web dedicati; e a breve sarà lanciato il Relationship Portal, per ottenere la massima integrazione tra i canali.



Eni crede nella centralità e nella soddisfazione del cliente, valori che si traducono in una relazione diretta e personalizzata



Divisione Gas & Power
P.za Vanoni, 1
20097 San Donato Mil. (MI)
Tel. 02 5201 - www.eni.it