

UTILITY, ECCO COME STANNO ORGANIZZANDO IL BUSINESS DEL FUTURO

Digitale o reale, immateriale o corporeo. Il grande binomio della contemporaneità, sempre più divisa tra la realtà fisica e il mondo immateriale, interessa tutti i settori di business. Non può fuggirne il segmento dell'Energy. E proprio alla soluzione di questo binomio, anzi alla sua valorizzazione, che il mondo delle utility sta guardando con grande interesse.

Noi chiamiamo questo settore Mixed Reality, cioè riuscire a coniugare tematiche fisiche alla pervasività del mondo digitale. E su questo riscontriamo molto interesse da parte delle utility, spiega Elena Previtera, executive partner di **Reply** e a capo della divisione Energy & Utility a cui abbiamo chiesto i futuri focus di business del settore.

L'attenzione in questo ambito è rivolta soprattutto alla relazione con il cliente. Oggi i consumatori hanno da una parte delle esigenze molto fisiche, come la necessità di essere contattati telefonicamente attraverso un call center, dall'altra la popolazione è sempre più digitale, con la possibilità di utilizzare smartphone e tablet. Stiamo iniziando a concentrarsi sul mixare questi elementi, il fisico e il digitale, per dare al consumatore finale sempre più servizi, spiega la Previtera, specificando la possibile evoluzione del mix tra digitale e reale.

Creare una relazione azienda-cliente più personalizzata, permette alle utility di fare campagne non più generiche, ma molto più mirate al profilo del singolo individuo. E non solo. Osserviamo una maggiore digitalizzazione dei meccanismi di BtoB e BtoC. L'automazione dei processi di caring o i servizi post-vendita fino a poco tempo fa erano molto limitati al mondo retail. Oggi sta diventando molto rilevante anche nel BtoB perchè le grandi aziende hanno necessità di dialogare tra loro anche dopo l'acquisizione di un contratto, per esempio in merito ai consumi energetici e alla loro gestione. Quest'aspetto introduce altri temi, come i Big Data, gli Smart Meter, l'Energy Management, sottolinea la manager della società specializzata nella progettazione e nell'implementazione di soluzioni basate su i nuovi canali di comunicazione e i media digitali.

C'è poi da prendere in considerazione le esigenze delle grandi aziende che operano a livello multi-country. In questo senso, un'altra tendenza che osserviamo è quella di uniformare i vari sistemi interni. Uno degli aspetti più rilevanti è il trading che sta spingendo molte realtà a costruire marketplace. Ovviamente quando si lavora a livello multinazionale, i diversi aspetti sono influenzati dal sistema regolatorio dei Paesi.

Ma è possibile tracciare un quadro di interessi a livello europeo o i singoli Paesi si concentrano su focus differenti? I temi su cui ci sta concentrando sono abbastanza uniformi a livello europeo, come la Mixed Reality o la Smart Home, per fare alcuni esempi. Si riscontrano delle diversità nel mondo in cui questi si affrontano. Nel Regno Unito si è già diffusa la pratica dell'utilizzo dei droni per il controllo della rete di distribuzione del gas, mentre in Italia, nonostante l'interesse sulla pratica sia presente, si sta ancora aspettando che vengano messe a punto le regole. Ancora non si sa se bisogna chiedere o meno l'autorizzazione per l'occupazione dello spazio aereo quando si fa volare un drone.

Un esempio, quello appena citato, che sottolinea come la normativa rivesta un ruolo principale per l'evoluzione del business del settore Energy. Per questo, per capire gli sviluppi sia in campo tecnologico che di business di segmenti come gli storage e le Smart Grid, non si possa non tenere conto della strategia europea del 20-20-20. Ci si sta cominciando a muovere verso una sensibilizzazione e a un cambio significativo dei modi di fornire l'energia, modificando anche la comunicazione verso i clienti finali. Fino ad ora, però, siamo ancora a livello di progetti pilota. Mi aspetto che il 2014 sia un anno in cui si passi dalla fase sperimentale alla reale implementazione del cambiamento.