

RAPPORTO AGLI STAKEHOLDER



Bilancio di sostenibilità 2004



Un chiarimento

“Responsabilità sociale d’impresa” è la traduzione del concetto anglosassone di Corporate Social Responsibility, che si abbrevia con la sigla CSR.

La CSR si compone della:

- > responsabilità economica (tutte le attività che hanno origine o relazione economico-finanziaria);
- > responsabilità ambientale (il grado di capacità dell’azienda di governare le variabili e l’impatto ambientale della sua attività);
- > responsabilità sociale (le azioni dell’impresa verso le persone e le comunità, i gruppi d’interesse e di rappresentanza, le persone che vi lavorano).

L’insieme di queste tre componenti e la capacità dell’impresa di tenerle fra loro in un equilibrio efficiente e virtuoso genera il concetto di “sostenibilità”.

Inoltre, per Enel la sostenibilità si configura come un approccio cooperativo e un rapporto fiduciario fra l’azienda e i suoi *stakeholder*, con i quali essa stipula un accordo ideale in cui tutti in pari misura sono chiamati alla condivisione della missione e alla partecipazione attiva alla sua realizzazione. L’ascolto delle istanze degli *stakeholder* si concretizza nell’impegno dell’azienda nell’offrire loro risposte adeguate.

Appunto per questa fondamentale relazione a due vie con gli *stakeholder* si tende oggi a considerare come automaticamente incorporati nell’elaborazione delle decisioni strategiche delle imprese gli elementi di responsabilità verso l’interno e l’esterno.

Per questo, sempre più frequentemente, si parla oggi di “responsabilità d’impresa”, concetto che da solo riassume il livello di impegno delle aziende verso tutti gli elementi che la caratterizzano. In questo Rapporto i termini “CSR”, “sostenibilità”, e “responsabilità d’impresa” sono quindi utilizzati come sinonimi, per adeguarsi all’interpretazione internazionalmente più aggiornata dei termini e delle filosofie di fondo della materia.

I dati e le informazioni contenute in questo documento si riferiscono, salvo diverse indicazioni, a Enel e alle società consolidate al 31 dicembre 2004.

L’elenco delle principali società è disponibile al sito:

http://www.enel.it/azienda/chi_siamo/organigramma/.

Per azienda o Enel si intende, dunque, l’insieme delle società facenti capo a Enel SpA, mentre per Corporate o Capogruppo si intende Enel SpA.

Metodologia

Questo Bilancio di sostenibilità è stato redatto in chiave maggiormente informativa rispetto alle edizioni che lo hanno preceduto. Enel ha scelto di farne uno strumento di rendicontazione puntuale e trasparente che però potesse fungere anche da lente d’ingrandimento sulle attività dell’azienda. Il lettore troverà approfondimenti, notizie e commenti che permetteranno una conoscenza più specifica delle attività e della vita dell’impresa, attraverso il racconto del lavoro di un anno e degli aspetti di sostenibilità che lo hanno caratterizzato.

Una parte molto tecnica è stata invece inclusa nella sezione Approfondimenti. Si tratta delle grandezze che caratterizzano la nostra responsabilità d’impresa, i fattori chiave di misurazione (KPI, Key Performance Indicator) degli aspetti che vanno a formare in maniera prioritaria la sostenibilità di Enel. Si tratta di voci e grandezze che in tutta l’azienda vengono seguite da quasi 200 persone operative e 50 responsabili di area o di attività diretta.

La costruzione delle tabelle in appendice segue i criteri di riferimento internazionali più utilizzati: quelli della Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org) di Amsterdam. I dati sono suddivisi per raggruppamenti omogenei e ogni raggruppamento è corredato dal commento ragionato su alcuni indicatori che ne facilita l’interpretazione. I dati hanno poi una segnalazione che rimanda alla loro congruenza con i principi di CSR e Social Commitment messi a punto dal Ministero del Lavoro e delle politiche sociali, nonché con le richieste delle agenzie di analisi SAM di Zurigo ed EIRIS, che valutano le aziende per conto rispettivamente degli indici internazionali di sostenibilità della Dow Jones (DJSI) e del Financial Times (FTSE4GOOD).

Si tratta di una sezione più tecnica che permette agli analisti finanziari specializzati in sostenibilità di verificare in modo rapido e conciso l’operato dell’azienda nella CSR. Gli stessi dati, tuttavia, possono fornire al lettore non specialista una serie di informazioni aggiuntive per una migliore conoscenza di Enel.

Questo Bilancio di sostenibilità è stato approvato dal comitato di controllo interno e dal Consiglio di Amministrazione di Enel. Esso è stato inoltre oggetto di attestazione (ossia di verifica di conformità procedurale) dalla Società di revisione KPMG.

SOMMARIO



Foto di copertina
Pier Giorgio Bertoncello, Goal?

Carta d'identità

- 4 **GLI STAKEHOLDER**
- 6 Dichiarazione agli *stakeholder*
 - 6 Le linee guida di responsabilità d'impresa inserite nel Piano 2005-2009
 - 8 Gli impegni e le sfide
- 10 Etica e buone regole di governo d'impresa
- 11 Creare valore con la sostenibilità
- 12 La struttura di Enel
- 13 Crescere anche all'estero
- 14 **DOVE VA IL VALORE AGGIUNTO**
- 15 Un porto sicuro
- 16 Terza *tranche* per 623.000 azionisti
 - 17 Trasparenza per gli analisti
- 18 Il calcolo dei rischi
 - 19 Qualità del debito
- 20 **QUESTIONE DI GOVERNANCE**
- 20 Chi ascolta i piccoli azionisti
- 21 Come si guida Enel
 - 21 Di chi è Enel
 - 22 A proposito di Codice Etico
- 22 Un esame da Amministratori
 - 23 Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale

Responsabilità economica

- 24 **100.000 CONTRATTI D'ACQUISTO, 2,3 MILIARDI DI VALORE**
 - 25 Gli acquisti *on line*
- 26 **IL CLIENTE AL PRIMO POSTO: SERVIZI E TARIFFE SU MISURA**
 - 27 Le tariffe per risparmiare
- 28 Molti canali sempre aperti
 - 28 Se non si paga la bolletta
 - 29 Un tecnico in palmo di mano
- 30 La rivoluzione del contatore
 - 30 Tutti i numeri del contatore
 - 31 Vecchio, ma buono
- 31 La qualità che premia
- 32 Il gas sbarca nelle città
 - 33 Date e numeri della liberalizzazione
- 34 Grandi e piccoli ad alta efficienza
- 36 Oltre il lampione
 - 36 Quando il certificato è bianco
- 38 Un *franchising* da risparmio
 - 39 Check-up per casa, ufficio e officina
 - 39 Pedalare elettrico
- 40 Il Club dei fedelissimi

Responsabilità ambientale

- 42 **CENTRALI A PROVA DI AMBIENTE**
- 43 La via del carbone pulito
 - 43 Sulcis
 - 44 Cosa cambia a Civitavecchia
 - 44 Acqua ossigenata
- 45 Combinare cicli e risultati
 - 46 Cattura e sequestro per la CO₂

- 47 Un sistema per l'ambiente
 - 47 Microrganismi da fiuto
- 48 A Larderello, un secolo fa
 - 49 Il "Tele" è anche riscaldamento
- 50 Il vento in primo piano
- 51 Energia verde al 100%
 - 51 Acqua ed eolico per 40.000
- 52 La sfida dell'idrogeno
- 53 Kyoto: cosa è e cosa significa per Enel
 - 54 Il sole nella lampada
 - 55 Contenzioso in materia ambientale
- 56 **PIÙ RENDIMENTO, MENO EMISSIONI**

Responsabilità sociale

- 58 **IN 62.000 PER GARANTIRE LE ENERGIE MIGLIORI**
- 59 Sicurezza, priorità assoluta
- 60 Se l'opportunità è pari
- 61 A scuola di lavoro
 - 61 Codice Etico
- 62 Come funziona la valutazione
- 62 Come si entra in Enel
 - 62 Insegnare l'ambiente
- 64 Comunicare 'a cascata'
 - 65 "Enel Insieme"
- 65 La Tv di Enel
 - 65 Sono davvero come li vorresti tu?
- 66 inEnel
- 67 QUASAR
- 68 **L'ISTITUZIONE COME STAKEHOLDER**
- 70 **IL DIALOGO CON LA COLLETTIVITÀ**
- 71 Cinque energie per un pubblico
 - 74 Coerenza con il London Benchmarking Group
- 76 Spazio alle Associazioni
- 77 Simmetria a due vie
 - 77 La CSR di Wind
- 78 Enel Cuore per i meno fortunati
 - 78 Un aiuto per lo Tsunami
- 78 Sport senza ostacoli
 - 79 Portale d'accesso
- 80 **COME COMUNICA ENEL**
- 81 Sotto l'occhio dei media
 - 81 Anche la visibilità ha un indice
 - 82 Buoni e cattivi
- 83 Luce e gas, ma di marca
 - 83 Quanto vale il buon nome
 - 84 Pubblicità illuminata
- 88 **LA SOSTENIBILITÀ IN ENEL**
- 89 Una lettura responsabile
 - 89 La Responsabilità nelle Università italiane

Approfondimenti

90 QUESTI NUMERI

Allegati

- 112 Relazione della Società di revisione
- 114 **LE PAROLE DELL'ENERGIA**



Maurizio Tieghi, *L'energia dell'immaginazione*

GLI STAKEHOLDER

Stakeholder è chiunque abbia un interesse in gioco, possa essere interessato, direttamente o indirettamente, dalle scelte strategiche e operative di un'azienda o di un'istituzione e, proprio per questo motivo, si senta in diritto e autorizzato a esprimere un'opinione sul suo comportamento.

Questo elenco degli *stakeholder* di Enel e dei loro interessi preminenti non copre completamente la casistica classica, ma fa riferimento alla valutazione dei bisogni e delle aspettative degli interlocutori che l'azienda considera prioritari nell'elaborare le proprie regole di comportamento e nel definire le linee guida della sua responsabilità d'impresa, nel presupposto di rispondere all'ideale di cooperazione che è il fulcro della CSR.

Azionisti

- > Andamento positivo del titolo in Borsa
- > Rapporto fiduciario e comunicazione trasparente
- > Controllo del rischio economico, ambientale e sociale
- > Efficaci regole di governo dell'impresa (*governance*)
- > Sostenibilità nel lungo termine dell'investimento.

Finanziatori

- > Volume, impiego e qualità del debito
- > Fiducia del mercato finanziario e finale
- > Prospettive a breve e lungo termine.

LA MISSIONE

Enel ha la missione di essere il più efficiente produttore e distributore di elettricità e gas, orientato al mercato e alla qualità del servizio, con l'obiettivo di creare valore per gli azionisti, di soddisfare i clienti e di valorizzare tutte le persone che vi lavorano

Risorse umane

- > Gestione secondo principi etici e osservanza del Codice Etico
- > Pari opportunità di sviluppo professionale
- > Soddisfazione nel ruolo ricoperto
- > Retribuzione adeguata al ruolo
- > Formazione, salute e sicurezza nei luoghi di lavoro
- > Istituti di carattere sociale
- > Corrette relazioni industriali
- > Comunicazione interna trasparente, efficace e diffusa.

Clienti

- > Ascolto delle esigenze
- > Qualità e modernità del servizio
- > Continuità del servizio
- > Tariffe eque e trasparenti
- > Comunicazione diffusa, chiara e trasparente
- > Nuovi servizi.

Fornitori

- > Aumento delle commesse
- > Qualità del rapporto
- > Puntualità nel pagamento
- > Rapidità, chiarezza e trasparenza delle procedure.

Istituzioni

- > Correttezza e trasparenza nello svolgimento delle attività
- > Dialogo partecipativo e concretezza.

Generazioni future

- > Sostenibilità socio-ambientale delle strategie di sviluppo
- > Efficace *governance* dell'ambiente
- > Formazione ambientale
- > Riduzione di tutte le emissioni
- > Recupero dei rifiuti
- > Riduzione dei consumi interni di energia e acqua
- > Riduzione dell'utilizzo di materie prime
- > Sviluppo della ricerca
- > Incremento dell'efficienza energetica
- > Sviluppo delle fonti rinnovabili di energia
- > Rispetto della biodiversità.

Comunità

- > Trasparenza e tempestività nelle comunicazioni
- > Sostenibilità socio-ambientale delle installazioni industriali
- > Disponibilità di canali per il dialogo diretto con l'azienda
- > Rapporti con le associazioni di interesse
- > Iniziative in favore della collettività
- > Interventi di redistribuzione del reddito nel sociale, filantropia aziendale
- > Rapporti con le istituzioni internazionali, nazionali e locali
- > Rapporti con i media.

Dichiarazione agli *stakeholder*

Fin dal settembre del 2002, la strategia di Enel, basata sulla concentrazione nei mestieri tipici dell'energia elettrica e del gas, sulla creazione di valore per l'azionista e su una misurata espansione estera, è stata sostenuta dal perseguimento di obiettivi di natura ambientale e sociale. La sostenibilità, la CSR, è diventata da quel momento parte essenziale dei piani industriali di Enel, nella convinzione che il successo del marchio Enel e la sua stessa competitività siano strettamente connessi alla capacità di sviluppare e realizzare scelte, iniziative e investimenti sostenibili.

Nel 2004 Enel ha raggiunto tutti gli obiettivi economici che si era prefissa nel settembre 2002. Questa strategia ha avuto un effetto positivo sui risultati. Nel 2004, rispetto al 2003, il margine

operativo lordo (EBITDA) è cresciuto dell'11,9%. Il risultato operativo è cresciuto del 33,7%.

Il Consiglio di Amministrazione di Enel ha deciso di proporre agli azionisti un dividendo di 0,36 euro per azione, in aggiunta agli 0,33 euro per azione già pagati nel novembre 2004. Oltre al dividendo ordinario 2004, è previsto un ulteriore dividendo straordinario, nella seconda metà del 2005, a seguito della cessione di ulteriori quote di Terna.

Enel oggi è capace di generare significativi flussi di cassa e questo le permette di sostenere una politica di dividendi capace di soddisfare chi la guarda come a un porto sicuro per i suoi risparmi.

Nel corso del 2004 sono state portate a termine con successo due importanti operazioni straordinarie: la vendita del settore Immo-

Le linee guida di responsabilità d'impresa inserite nel Piano 2005-2009

Divisioni	Obiettivi	Aree di azione
Generazione ed Energy Management	<ul style="list-style-type: none"> > Efficienza energetica > Leadership nel rinnovabile > Minimizzazione del rischio 	<ul style="list-style-type: none"> > Ottimizzazione mix tecnologie e mix combustibili > Adozione di tecnologie pulite > Sviluppo del rinnovabile > Certificazione ambientale > Protezione dei beni aziendali materiali e immateriali > Allineamento delle <i>performance</i> delle controllate estere agli standard italiani
Mercato, Infrastrutture e Reti	<ul style="list-style-type: none"> > Innovazione, servizio e qualità per il cliente > Credibilità e consolidamento del marchio > Promozione del consumo consapevole e del risparmio energetico 	<ul style="list-style-type: none"> > Personalizzazione del servizio, con focus sull'informazione > Miglioramento del livello del servizio del <i>contact center</i> > Sistema strutturato di rilevazioni periodiche di qualità percepita > Fidelizzazione della clientela > Riduzione delle interruzioni di erogazione della fornitura > Promozione di risparmio energetico attraverso tariffa bioraria e struttura capillare per la vendita di prodotti ad alta efficienza
Telecomunicazione	<ul style="list-style-type: none"> > Miglioramento del rapporto di fiducia e di fedeltà con i clienti > Ampliamento portafoglio prodotti 	<ul style="list-style-type: none"> > Personalizzazione del servizio e informazione completa > Miglioramento del livello di servizio del <i>contact center</i> > Presidio tecnologico interno e verso i fornitori per lo sviluppo di soluzioni tecnologiche all'avanguardia > Sviluppo infrastrutturale della rete > Conservazione e valorizzazione del paesaggio > Piano strutturato per il monitoraggio di emissioni elettromagnetiche



Stefano Pacifici, *C'è chi ha energia da vendere*

Presupposti comuni	Obiettivi	Aree di azione
Clima aziendale	<ul style="list-style-type: none"> > Motivazione e benessere > Attrazione e mantenimento dei migliori talenti > Pari opportunità 	<ul style="list-style-type: none"> > Creazione di un clima aziendale basato su valori condivisi > Attuazione di una <i>policy</i> sui diritti umani > Piano di comunicazione interna sui valori e gli obiettivi aziendali esteso a tutta la popolazione > Promozione di una politica di pari opportunità, volta a ridurre il gap verso i principali operatori europei
Persona	<ul style="list-style-type: none"> > Implementazione del patrimonio competenze > Percezione di Enel come luogo ideale di lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> > Miglioramento e intensificazione della formazione > Diffusione dei sistemi di gestione della conoscenza (<i>knowledge management</i>) > Estensione dei processi di valutazione > Percorsi di sviluppo professionale "personalizzati" > Radicamento della cultura della sostenibilità
Salute e sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> > Mantenimento di elevati standard di salute e sicurezza del lavoro > Promozione della sicurezza per le ditte appaltatrici e terzi 	<ul style="list-style-type: none"> > Ampliamento misure di prevenzione e protezione del rischio > Focus sull'attività di formazione > Certificazione > Adeguamento a norma degli uffici e delle sedi industriali > Intensificazione dei controlli > Azioni mirate alla tutela dei terzi e delle ditte appaltatrici

biliare per 1,4 miliardi di euro e la quotazione in Borsa del 50% di Terna. È stata gestita con successo la vendita da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze del 19% delle azioni Enel, la più grande offerta pubblica di vendita nel mondo dal 2001. La concentrazione sarà completata con la cessione di Wind.

La strategia di Enel per i prossimi cinque anni è orientata all'eccellenza e alla crescita. In termini di eccellenza, Enel vuole essere il più efficiente produttore di energia elettrica in Italia e, dal 2007, il più efficiente distributore in Europa. Continuerà, per questo, a misurarsi costantemente con i migliori operatori nel mondo. Ha lanciato programmi di eccellenza in tutte le sue uni-

tà operative e in tutte le funzioni di supporto; ha fissato obiettivi operativi e finanziari ambiziosi in tutte le sue aree di attività.

Enel crescerà in diverse aree: nella produzione di energia da fonti rinnovabili, dove ha un solido posizionamento sia in Italia sia all'estero; nella vendita di gas, dove amplierà il numero di clienti con acquisizioni e con la crescita organica, grazie all'offerta di fornitura congiunta di elettricità e gas e alla credibilità del suo marchio.

In termini di espansione internazionale, Enel continuerà a perseguire la crescita selezionando solo le migliori opportunità di investimento nel rispetto di stringenti criteri industriali e finanziari. Ora la priorità è completare l'acquisizione di Slovenské

Gli impegni e le sfide

Nel Bilancio di sostenibilità 2003 Enel aveva delineato i suoi impegni e le sfide per il futuro. Ecco cosa è stato fatto nel corso del 2004.

- > Valore per l'azionista: è proseguita la creazione di valore per l'azionista nel quadro del perseguimento di una strategia corretta e responsabile (si veda p. 14).
- > Servizio al cliente: la qualità del servizio erogato ai clienti è migliorata ulteriormente e rimane un impegno per le società Enel che si confrontano direttamente con il mercato. L'introduzione delle nuove tariffe elettriche va in questo senso (si veda p. 26).
- > Sistemi di reportistica: è stato completato il sistema di reportistica specifico per la sostenibilità, mentre la nuova piattaforma informatica per la raccolta e gestione dei dati relativi è stata creata ed è in corso di sperimentazione (si veda p. 90).
- > Generazione e distribuzione: è aumentata la produzione da gas, è stato impiegato meno olio combustibile, alcuni impianti di produzione sono stati convertiti, o lo saranno, all'uso di combustibili meno costosi e più efficienti. Nella distribuzione e vendita di energia elettrica e gas è proseguito il miglioramento della qualità del servizio con riduzione del costo per cliente (si veda p. 31).

- > Acquisti e fornitori: sono proseguiti il processo di qualificazione dei fornitori e l'inserimento progressivo nei contratti stipulati nei cosiddetti "Paesi a rischio" di clausole etiche a salvaguardia dei principi che ispirano l'attività di Enel (si veda p. 24).
- > Sistemi di gestione ambientale: è continuato, come ampiamente descritto in seguito, il processo di applicazione dei sistemi di gestione conformi alle norme internazionali ISO 14001 ed EMAS (si veda p. 47).
- > Emissioni: anche nel 2004 è proseguita la riduzione delle emissioni totali di Enel e gli obiettivi di riduzione rimangono validi anche per il futuro (si veda p. 56).
- > Comunità: Enel ha mantenuto l'obiettivo di rafforzare il legame con le comunità locali, utilizzando la sua reputazione, la trasparenza dei dati e delle informazioni che trasmette, la qualità economica, ambientale e sociale dei suoi progetti (si veda p. 70).
- > Clima aziendale: Enel ha perseguito un progressivo e costante miglioramento del clima aziendale che non solo passi dalla efficacia delle relazioni industriali, ma che derivi anche da azioni di condivisione dei programmi di gestione, come illustrato

in questo stesso Bilancio di sostenibilità (si veda p. 58).

- > Risorse umane: Enel sta operando per eliminare ogni tipo di discriminazione nelle attività che la coinvolgono, in Italia e all'estero, impegnandosi per diffondere i principi della responsabilità d'impresa nei confronti di tutti i suoi *stakeholder* e ha avviato la realizzazione di una politica di rispetto dei diritti umani in tutti i Paesi in cui opera, che, preparata a partire dal 2004, vedrà la sua introduzione nel 2005. Analogamente, la valorizzazione delle risorse umane sarà ancora obiettivo primario attraverso il rafforzamento delle attività di formazione che, a partire dal 2004, comprendono l'introduzione delle tematiche di sostenibilità in tutti i cicli di formazione, ed è stata avviata la formazione specifica sulla responsabilità d'impresa per circa 4.500 dirigenti e quadri (si veda p. 58).
- > Salute e sicurezza: continua l'obiettivo "zero infortuni" per quanto riguarda il numero di incidenti in cui possano incorrere i collaboratori di Enel, ed è cresciuto l'impegno per promuovere la sicurezza anche fra i lavoratori di imprese che operano per conto dell'azienda (si veda p. 59).

Elektrárne, la cui conclusione è prevista per la fine del 2005. Slovenské è il principale produttore di energia elettrica in Slovacchia, con una quota di mercato dell'83%. Ha un portafoglio di generazione di 6,9 gigawatt bilanciato tra nucleare, carbone e idrico e un costo di generazione complessivo molto competitivo.

In Romania, sono state appena portate a compimento le acquisizioni nella distribuzione elettrica (Banat e Dobrogea). In Nord America e in America Latina sono proseguite le acquisizioni nelle energie da fonti rinnovabili. È stato inoltre concluso il contratto di gestione di una centrale da 450 megawatt a ciclo combinato a San Pietroburgo, che consentirà a Enel di acquisire una conoscenza dettagliata del mercato locale, preparandola a cogliere eventuali opportunità negli anni a venire.

Tutte queste iniziative si traducono in obiettivi finanziari per il periodo 2005-2009. Per prima cosa, Enel dedicherà non meno di 20 miliardi di euro ai suoi investimenti. Secondo, genererà 20 miliardi di euro di cassa. Terzo, manterrà il giudizio positivo sul suo credito (attualmente collocato tra i più alti livelli internazionali con un giudizio di "strong A") e avrà un ritorno sul capitale investito netto medio (ROACE) maggiore dell'11% per i prossimi due anni.

Anche sui temi della sostenibilità Enel ha l'obiettivo di progredire. I suoi sforzi saranno orientati, da un lato, all'individuazione di iniziative aggiuntive ed esemplari per consolidare la sua reputazione di operatore attento alla tutela dell'ambiente e, dall'altro, a ricercare e promuovere azioni in campo sociale, creando gli strumenti di gestione e valorizzazione dei rapporti con gli *stakeholder*, attraverso incontri bilaterali e tavoli di confronto secondo le più consolidate pratiche internazionali.

Un'altra sfida sarà quella di far sì che la cultura della sostenibilità si radichi definitivamente all'interno dell'azienda. Ciò dovrà valere sia in Italia sia all'estero e sarà realizzato attraverso iniziative di formazione e comunicazione interna che, a loro volta, produr-



Salvatore De Blasi, *Gioco all'aperto*

ranno diffusione e condivisione dei principi e dei valori guida. In particolare, nelle realtà estere Enel seguirà la strada del rispetto delle diversità etniche, degli usi e dei costumi, senza pretendere o imporre modelli di omologazione.

Enel vuole anche sostenere e diffondere, sulla scorta dei principi del suo Codice Etico, una politica aziendale relativa ai diritti umani, integrata da azioni di controllo per verificare il rispetto degli impegni etici presi da parte di tutti: azienda e *stakeholder*. La "persona" sarà sempre al centro delle iniziative di Enel attraverso l'incremento di sistemi, procedure e formazione atti a garantire la sicurezza nel lavoro sia per il personale Enel sia per i terzi.

Enel prevede un 2005 e un futuro positivi. Ha definito una solida base per creare ulteriore efficienza e per perseguire una crescita profittevole del *core business* con l'impegno di mantenere costantemente alta l'attenzione sui principi guida della sua responsabilità d'impresa e accreditarsi in Italia e all'estero come azienda etica, accrescendo così il valore della sua reputazione.

Attualmente il titolo Enel compare nei principali indici di sostenibilità e la quota di azioni detenuta dai fondi etici raggiunge il 19,8% (16,2% nel 2003) del totale degli investimenti effettuati nell'azienda da parte di operatori istituzionali, cioè banche, assicurazioni, fondi pensione e fondi d'investimento. Alla fine del 2004 gli investitori di questa categoria nell'azionariato di Enel erano 47 contro i 33 del 2003. Grazie poi all'aumento dei profitti delle sue attività industriali e commerciali, Enel sarà in grado di distribuire sui risultati del 2005 un dividendo superiore a 0,36 per azione, sostenuto dai suoi utili ordinari. ■

Etica e buone regole di governo d'impresa



Piero Gnudi
Presidente

66 anni

Designato dal Ministero
Economia e Finanze

Dal 1994 al 1999 consigliere
dell'Iri e poi Presidente fino
al 2002

Membro della giunta
direttiva di Assonime e
Presidente di Emittenti Titoli

Componente del Consiglio
direttivo e della Giunta di
Confindustria

Vice Presidente di
Unicredito Banca d'Impresa
e consigliere di Unicredit

Membro del comitato
esecutivo dell'Aspen Institute

“Un’azienda come Enel – tra le più importanti in Italia – ha il dovere di farsi carico, oltre che dei risultati economici, anche dell’impatto sociale e ambientale delle proprie attività. In questi anni abbiamo lavorato intensamente per essere all’avanguardia anche sul fronte della Corporate Social Responsibility, misurandoci con le migliori esperienze delle grandi società internazionali”.

Piero Gnudi, Presidente di Enel, è uno fra i più noti commercialisti italiani, una vita professionale caratterizzata dall’impegno nei Consigli di Amministrazione di alcune tra le maggiori imprese nazionali, che lo ha portato a contribuire a delicati processi di cambiamento del sistema economico e industriale del Paese.

Presidente di Enel dal maggio 2002, Gnudi si è concentrato in particolare sull’evoluzione dei meccanismi di governo dell’azienda.

“Con il termine inglese di *governance* – spiega Gnudi – si ricomprende un complesso di regole, processi, sistemi di direzione e controllo per avere una corretta,

efficace e trasparente gestione della società e che consente agli *stakeholder* (azionisti, finanziatori, risorse umane, clienti, fornitori, istituzioni, generazioni future, comunità) di essere puntualmente informati circa il rispetto delle norme che l’impresa si è data e circa la sostenibilità delle sue azioni”.

“Le aziende caratterizzate da elevati standard etici – prosegue Gnudi – sono quelle che attraggono di più i giovani, soprattutto i più dotati e sono quelle dove l’orgoglio di appartenenza e le motivazioni sono più forti e radicati”.

Enel declina la propria responsabilità d’impresa anche a livello internazionale. “Abbiamo aderito ai principi del Global Compact delle Nazioni Unite e siamo tra i 62 sottoscrittori a Davos del PACI, l’iniziativa “Tolleranza zero verso la corruzione e la concussione” annunciata alla riunione del World Economic Forum 2005. Stiamo sviluppando – aggiunge Gnudi – una procedura aziendale che accolga questi principi trasformandoli in regole e prassi. La presenza di Enel in molti indici internazionali che misurano la sostenibilità delle imprese ci stimola a mantenere standard elevatissimi in questo senso”.

Enel è inoltre fra le aziende più attive nel sostenere la solidarietà sociale: “Otto società operative del Gruppo hanno unito i loro sforzi per fondare una organizzazione senza fini di lucro, Enel Cuore Onlus. Questa, nel 2004, ha avuto a disposizione 6 milioni di euro per finanziare iniziative di solidarietà rigorosamente selezionate e di ampio respiro, che hanno consentito di realizzare interventi incisivi e duraturi a sostegno dei più deboli. Enel Cuore – conclude Gnudi – in poco tempo è diventata un punto di riferimento del non profit in Italia, oltre a rappresentare uno dei volti più familiari e riconoscibili del nostro sistema di responsabilità d’impresa”.

Creare valore con la sostenibilità



Paolo Scaroni
Amministratore Delegato

58 anni

Designato dal Ministero
Economia e Finanze

Presidente del Consiglio di
Amministrazione di Alliance
Unichem Plc

Membro del Board
della Business School
della Columbia University
di New York

Consigliere del Supervisory
Board di ABN AMRO Bank

Consigliere di
Amministrazione
di Marzotto e Il Sole 24 Ore

Presidente di Unindustria
Venezia

“Vogliamo continuare a essere un porto sicuro per chi investe nella nostra azienda e la determinazione con la quale perseguiamo la nostra responsabilità d’impresa e la sostenibilità complessiva di Enel è la migliore delle garanzie che possiamo offrire”.

Paolo Scaroni, Amministratore Delegato di Enel dal 2002, ha maturato nelle società internazionali l’esperienza che lo ha avvicinato alle problematiche ambientali, sociali e di *corporate governance* nel rispetto degli analisti finanziari e degli investitori. “A partire dal 2002 – spiega Scaroni – abbiamo rivolto una grande attenzione a questi temi all’interno e all’esterno della nostra azienda. Abbiamo lanciato un programma di formazione sui temi della responsabilità sociale d’impresa di 4.500 dirigenti e quadri, includendo nel nostro piano strategico 70 obiettivi specifici di sostenibilità. Obiettivi che vengono progressivamente inseriti nei piani di incentivazione dei dirigenti”.

Per questa attività Enel ha ricevuto, nel maggio 2005, un importante riconoscimento da parte di Sodalitas, l’Associazione per lo sviluppo dell’imprenditoria nel sociale, nell’ambito del Sodalitas Social Award. Scaroni ritiene anche che la responsabilità d’impresa sia un elemento fondamentale della vita di Enel: “Il nostro primo obiettivo è di creare valore con le nostre attività, remunerando i nostri azionisti e conquistando posizioni di eccellenza nei settori dell’energia elettrica e del gas. Per conseguire questo obiettivo dobbiamo essere efficienti. Nello stesso tempo vogliamo integrare le nostre recenti acquisizioni all’estero anche sul terreno della sostenibilità. È questo un impegno che richiederà un ulteriore sviluppo della nostra capacità nella gestione e raccolta dati relativi alla sostenibilità. Un esempio della nostra capacità di raccogliere e gestire questi dati nel dettaglio è pubblicato alla fine di questo rapporto e il sistema di *reporting* utilizzato, che coinvolge circa 200 persone nell’azienda, è stato ritenuto fra i migliori da un importante indice di sostenibilità”.

“I grandi investitori internazionali – continua Paolo Scaroni – chiedono alle aziende dividendi e la minimizzazione dei rischi, proprio come i piccoli risparmiatori cassettonisti. Per entrambe le tipologie la sostenibilità è un elemento importante nella scelta d’investimento. I fondi etici, quelli specializzati in investimenti socialmente responsabili, che hanno deciso di acquistare azioni Enel sono 47 e detengono circa il 20% della quota istituzionale. Accanto a questi abbiamo 2,5 milioni di azionisti individuali. 623.000 risparmiatori hanno comprato le nostre azioni collocate sul mercato nell’ottobre 2004, mentre oltre 220.000 persone hanno sottoscritto il nostro prestito obbligazionario emesso nei mesi scorsi”.

La struttura di Enel

Questa la descrizione dell'attività delle divisioni di Enel.

Generazione ed

Energy Management (GEM)

La divisione opera in Italia e all'estero, nei campi della produzione di energia elettrica e dei prodotti energetici con questa articolazione:

- > Energia elettrica
- > Prodotti energetici
- > Servizi logistici correlati
- > Tecnologie legate allo sviluppo di fonti energetiche alternative
- > Attività di generazione all'estero.

Mercato, Infrastrutture e Reti (MIR)

La struttura organizzativa del Gruppo individua due specifiche divisioni operative:

- > **Mercato:** sviluppa un'offerta integrata di prodotti e servizi di energia elettrica e gas alla clientela finale tramite canali distributivi mirati
- > **Infrastrutture e Reti:** raggruppa la gestione delle reti di distribuzione dell'energia elettrica e del gas.

Terna (Reti di Trasmissione)

Terna è proprietaria della parte prevalente della Rete di Trasmissione Nazionale di elettricità ed è responsabile all'interno di Enel delle attività di esercizio, manutenzione e sviluppo della stessa sulla base delle indicazioni del Gestore della Rete di Trasmissione Nazionale (GRTN). Da giugno 2004 è quotata in Borsa ed è iniziato il percorso per integrare GRTN e Terna.

Wind (Telecomunicazioni)

Wind opera nei settori della telefonia mobile, fissa e dei servizi internet commercializzando i propri servizi attraverso i seguenti marchi:

- > Wind per i servizi mobili
- > Infostrada per i servizi fissi sia voce sia internet
- > Libero per il portale internet.

Nel 2004 il Consiglio di Amministrazione di Enel ha dato mandato all'Amministratore Delegato di trattare la cessione di questo ramo d'azienda.

Servizi e Altre attività

L'area Servizi e Altre attività si propone di assicurare servizi competitivi alle divisioni di Enel, ottimizzando nel contempo le proprie attività verso il mercato esterno.

Ne fanno parte i settori:

- > Immobiliare e servizi
- > Ingegneria e costruzioni
- > Servizi informatici
- > Servizi di formazione e gestione amministrativa del personale
- > *Factoring*
- > Servizi assicurativi
- > Idrico (dal quale è previsto un progressivo disimpegno).

Capogruppo

La Capogruppo Enel SpA, detta anche Corporate, nella sua funzione di *holding* industriale, definisce gli obiettivi strategici a livello di Gruppo e di società partecipate e ne coordina l'attività.

Svolge inoltre la funzione di tesoreria centrale e provvede alla copertura dei rischi assicurativi, fornisce assistenza e indirizzi in materia di organizzazione, gestione del personale e relazioni industriali, nonché in materia contabile, amministrativa, fiscale, legale e societaria.

Crescere anche all'estero

Le linee di sviluppo internazionale di Enel sono: il rafforzamento delle proprie posizioni dove l'azienda è già presente nell'Europa Centro-Orientale (è stata firmata all'inizio del 2005 l'acquisizione della Slovenské Elektrárne, nella Repubblica di Slovacchia); il consolidamento nella penisola iberica, che permetterà una crescita nel campo delle energie rinnovabili (specialmente l'eolico) e per le quali è stato varato un piano che dovrebbe portare al raddoppio della capacità entro il 2007; lo sviluppo della produzione da fonti rinnovabili in Nord e Sud America con eccellenti prospettive nel settore geotermico. È poi interesse di Enel monitorare opportunità nei Paesi vicini alla Slovacchia (Polonia, Ucraina, Ungheria e Repubblica Ceca), nel mercato russo, con la ormai collaudata presenza a San Pietroburgo e in Francia. Enel è comunque pronta a va-

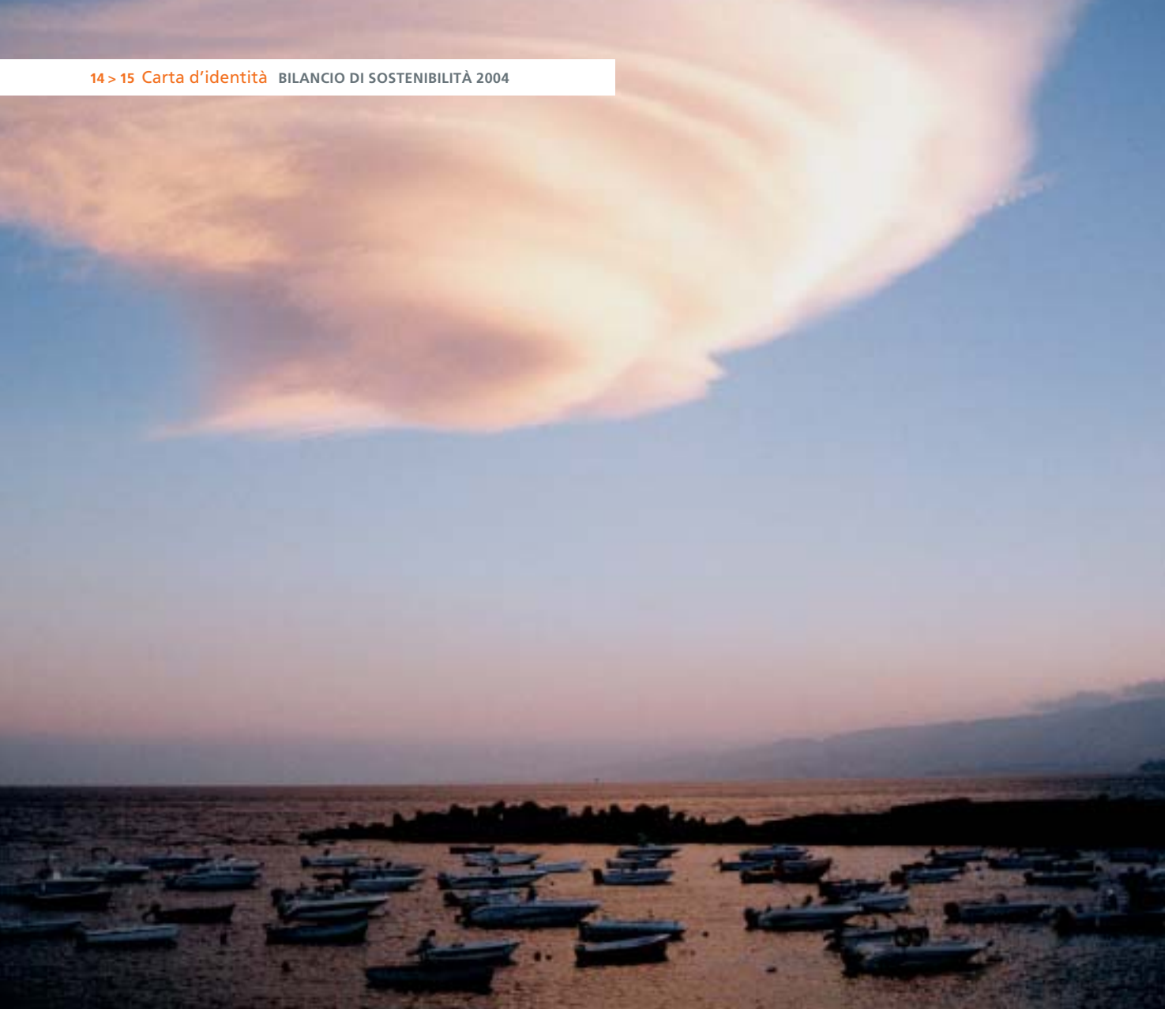
lutare nuove occasioni in altri mercati europei e in mercati promettenti e a forte espansione.

Nell'Europa Centro-Orientale l'obiettivo di Enel è consolidare la crescita in Slovacchia integrando la struttura di Slovenské Elektrárne, quasi 10.000 uomini e donne in organico e che da sola rappresenta circa metà della capacità che Enel ha dovuto cedere ad altri operatori in osservanza del decreto per la liberalizzazione del mercato elettrico in Italia. Gli impianti slovacchi, inoltre, hanno una forte propensione all'esportazione verso Paesi quali Austria e Germania. In Bulgaria, dove è in atto un programma di privatizzazioni, in particolare nell'area generazione, Enel è stata la prima società straniera del settore a entrare nel mercato proponendosi di stabilizzare la propria posizione attraverso la partecipazione maggioritaria in Maritza East III

Power Company. In Romania lo sviluppo prevede il rafforzamento della presenza Enel in seguito al completamento (avvenuto a fine aprile 2005) dell'acquisizione del 51% di Electrica Banat Timisoara ed Electrica Dobrogea di Costanza: un insieme di 1,4 milioni di clienti, circa il 17% del mercato rumeno.

Nelle Americhe, Enel Latin America gestisce la produzione di circa 200 megawatt di energia da fonti rinnovabili in Costa Rica, Guatemala e Cile; partecipa in Salvador, attraverso una partnership con la società LaGeo, a una piattaforma per la produzione da fonti geotermiche con 114 megawatt già operativi e 140 megawatt in costruzione. Negli Stati Uniti, dove ancora una volta le fonti rinnovabili hanno una particolare rilevanza, geotermico ed eolico sono i settori dove Enel vede le migliori prospettive. ■





Vincenzo Salerno, Al tramonto

DOVE VA IL VALORE AGGIUNTO

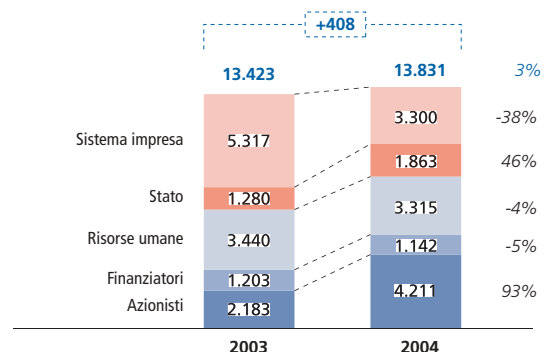
Il valore aggiunto misura la ricchezza che l'impresa produce e che è poi distribuita tra: azionisti (dividendi), risorse umane (stipendi), finanziatori (sistema bancario), pubblica autorità (imposte e tasse). In altri termini, il sistema impresa produce valore aggiunto, ovvero una ricchezza misurata come differenza tra i ricavi generati e i costi esterni sostenuti nell'esercizio.

Enel contribuisce alla crescita economica del contesto in cui opera, generando ricchezza e distribuendola agli *stakeholder*: nell'esercizio 2004, Enel ha creato valore aggiunto netto per gli *stakeholder* per complessivi 13.831 milioni di euro.

Il 76,14% della ricchezza creata da Enel è stato distribuito ai principali *stakeholder*: azionisti (privati e Stato), finanziatori, risorse umane, Stato (come insieme di enti e istituzioni) e comunità. Le risorse messe a disposizione del sistema impresa (il 23,86% del valore aggiunto netto) sono state pari a 3.300 milioni di euro.

Per quanto riguarda la distribuzione della ricchezza agli *stake-*

Valore aggiunto netto (milioni di euro)



holder, il personale è stato remunerato per 3.315 milioni di euro, i finanziatori per 1.142 milioni di euro.

Agli azionisti è stato attribuito un dividendo per complessivi 4.211 milioni di euro. Allo Stato sono state riconosciute come spettanti imposte e tasse pari a 1.863 milioni di euro. ■

Un porto sicuro

Una delle più importanti operazioni finanziarie finalizzate dal Gruppo Enel nel 2004 è stata la quotazione in Borsa della società controllata Terna, principale proprietario in Italia di infrastrutture elettriche in alta e altissima tensione (AT-AAT) costituenti la Rete di Trasmissione Nazionale dell'energia elettrica (RTN). Terna ha richiamato l'attenzione dei principali investitori istituzionali italiani ed esteri e di circa 209.000 azionisti. A giugno 2004 sono state collocate 870 milioni di azioni, pari al 43,5% del capitale sociale della società, alle quali si aggiungono ulteriori 130 milioni di azioni offerte in opzione ai *global coordinator*. Questi ultimi sono i responsabili del processo di collocamento e hanno il compito di fornire alla società quotanda e ai suoi azionisti il supporto informativo e di consulenza necessario a recepire ogni aspetto del processo. Si tratta di banche che acquistano e conservano per sé stesse, come investimento, una parte delle azioni offerte, quella che gli operatori chiamano con il termine *greenshoe*. Il totale, quindi, delle azioni Terna immesse sul mercato è di circa un miliardo di azioni, il 50% del capitale sociale della società.

Il prezzo definitivo dell'offerta è stato fissato a 1,7 euro per azione, corrispondente a un valore complessivo pari a 3,4 miliardi di euro. Dal 23 giugno le azioni Terna sono quotate sul Mercato Telematico Azionario (MTA) organizzato e gestito da Borsa Italiana.

La quotazione ha riscosso un grande successo fra i piccoli risparmiatori italiani. L'assegnazione del miliardo di azioni in offerta è stata pressoché paritetica tra piccoli azionisti e investitori istituzionali: ai primi sono stati assegnati 508 milioni di titoli (quasi il 51%) e, di questi, circa il 40% è nelle mani di piccoli azionisti Enel e circa il 12% di collaboratori di Enel. Agli investitori istituzionali, invece, sono state assegnate 492 milioni di azioni, cioè il rimanente 49%. Per l'offerta pubblica di vendita di Terna sono stati garantiti ai piccoli azionisti alcuni incentivi: chi manterrà le azioni per diciotto mesi dall'acquisto delle stesse (il 23 giugno 2004) otterrà una azione ordinaria Terna gratuita ogni 20 azioni assegnate nell'ambito dell'offerta pubblica. Per i collaboratori di Enel che manterranno la piena proprietà per diciotto mesi dalla data di pagamento delle azioni (sempre il 23 giugno 2004) è prevista invece l'assegnazione gratuita di una azione ordinaria Terna ogni 10

azioni acquistate. Inoltre, le risorse Enel hanno potuto aderire all'offerta utilizzando fino al 70% del loro TFR (trattamento di fine rapporto accantonato) oppure un finanziamento agevolato da parte di una primaria banca italiana.

Il prezzo definitivo dell'offerta, fissato il 19 giugno a 1,7 euro, è stato individuato anche sulla base di analisi svolte dai *global coordinator*, e, sentiti gli stessi, tenendo conto della qualità e quantità della domanda espressa dal mercato, nonché delle condizioni più generali dei mercati finanziari italiano e internazionali.

Nel primo anno di quotazione, gli azionisti Terna hanno ricevuto a ottobre 2004 un acconto di dividendo relativo all'esercizio in corso pari a 0,045 euro e riceveranno altri 0,070 euro il 26 maggio 2005 a saldo di tale dividendo. Complessivamente, dunque, per l'intero esercizio 2004 Terna ha reso 0,115 euro per azione che rappresenta un rendimento vicino al 6% rispetto al valore di emissione. ■



Francesco Scaramozzino, I piloni dello stretto

Terza tranche per 623.000 azionisti

Altra importante operazione di Borsa nel 2004, dopo il collocamento in Borsa di di Terna, è stata la cessione della terza *tranche* di azioni Enel sul mercato, operazione che i mezzi d'informazione hanno ribattezzato "Enel 3".

La dimensione definitiva dell'offerta globale è stata stabilita in un miliardo di azioni, pari a circa il 16,4% del capitale della società, che con l'integrale esercizio della

greenshoe (ulteriori 150 milioni di azioni) si è portata a 1.150 miliardi di azioni, pari a circa il 19% del capitale sociale.

Il prezzo di collocamento delle azioni è stato fissato a 6,64 euro per l'Offerta Istituzionale. Di conseguenza, il prezzo per l'Offerta Pubblica di Vendita (OPV) coincide con questo livello. Pertanto, il controvalore lordo dell'operazione è stato pari a 6,64 miliardi di euro, che diventano 7,5

miliardi con l'esercizio integrale della *greenshoe*, la quota comunque garantita dai coordinatori globali dell'offerta.

Il collocamento delle azioni si è concluso a fine ottobre 2004 con risultati eccellenti non solo sul piano quantitativo, ma anche su quello della qualità dell'azionariato così come oggi si articola.

A fronte di una riduzione della quota direttamente controllata dallo Stato (attra-



Trasparenza per gli analisti

Gli incontri con gli analisti finanziari e gli investitori istituzionali possono essere di varia natura e, nel gergo specifico, tutte le denominazioni sono in inglese. Si tratta degli *analyst meeting*, incontri collettivi; delle *conference call*, conferenze telefoniche; *video conference*, videoconferenze. A questi si aggiunge il *roadshow*, viaggio dei vertici operativi dell'azienda nelle capitali della finanza mondiale per incontri *one-to-one* (individuali) oppure *group meeting* collettivi. Incontri individuali si tengono anche nella sede dell'azienda.

Agli *analyst meeting*, che si svolgono due volte l'anno in occasione della presentazione dei risultati semestrali e di fine esercizio, sono presenti analisti finanziari delle grandi banche d'affari, investitori e la stampa di settore. Per Enel, il vertice. Gli incontri avvengono nella sede di Roma con un video collegamento interattivo con Londra, dove ha base gran parte della comunità finanziaria. Il pubblico può seguire l'evento collegandosi in internet al sito aziendale.

Ascoltata la presentazione, gli analisti possono chiedere approfondimenti e chiarimenti. Contemporaneamente all'evento viene pubblicata sul sito la presentazione, scaricabile anche come *file*, e a distanza di pochi giorni,

sempre sul sito, è possibile rivedere e riascoltare una registrazione della giornata di incontro con gli analisti.

Le *conference call* sono organizzate per rendere pubblici i dati di *quarter* (trimestrali) o per chiarire, se necessario, particolari aspetti della vita aziendale importanti per il mondo finanziario. Gli analisti si collegano a un numero telefonico attraverso cui possono ascoltare e porre domande. Anche in questo caso a distanza di pochi giorni viene messa a disposizione sul sito internet una registrazione della *conference call*. Il *roadshow* è il momento in cui i vertici aziendali incontrano i più importanti investitori istituzionali nel mondo. Nell'occasione l'Amministratore Delegato e il Direttore finanziario, insieme con lo staff di Investor Relations (l'unità che cura i rapporti con gli investitori istituzionali) e una banca di affari (che organizza e coordina gli incontri), spiegano e approfondiscono temi di particolare rilevanza. Anche i *roadshow* solitamente hanno una cadenza semestrale, a seguito dei risultati di metà anno e annuali, ma possono essere eccezionalmente organizzati per eventi di straordinaria rilevanza. Nel 2004, in occasione della collocazione sul mercato della terza *tranche* di azioni Enel, il *roadshow* ha toccato Giappone, Stati Uniti, Germania, Gran

Bretagna, Francia e Scandinavia.

Durante i *roadshow* gli incontri possono essere *one-to-one* o *group meeting*. Un *roadshow* permette di incontrare mediamente 150 investitori istituzionali nel mondo, siano o meno già azionisti.

Gli incontri svolti con la comunità finanziaria in sede sono parte integrante dell'attività stessa di Investor Relations. La cadenza è frequente e anche il tipo di informazione scambiata (principalmente con gli analisti finanziari) è di natura prettamente tecnica.

L'analista finanziario utilizza un proprio modello matematico che simula e cerca di prevedere l'andamento delle *performance* economiche e finanziarie di Enel.

Dal modello con cui l'analista stima l'andamento di Enel e dalle informazioni ottenute negli incontri discenderanno i vari studi pubblicati dalle grandi banche d'affari che esprimono un *target price* (TP, previsione del prezzo del titolo Enel) e un *rating* (giudizio complessivo sul titolo) che si sintetizza in tre grandi famiglie, dal più positivo al più negativo: Buy (comprare), Neutral (neutrale) e Sell (vendere). Molti degli incontri dello staff Investor Relations hanno lo scopo di agevolare il lavoro degli analisti nella creazione dei propri modelli su Enel.

verso il Ministero dell'Economia e delle Finanze), il nuovo capitale azionario è ricco di investitori individuali, 623.000 al 30 novembre 2004, che insieme posseggono il 28,5% del totale, ma anche e soprattutto di investitori istituzionali italiani e stranieri, che complessivamente detengono il 29,7% del capitale; lo Stato è sceso al 41,8%.

Gli investitori istituzionali sono la categoria di azionisti che ogni grande gruppo

desidera avere in quanto rappresentano un pubblico autorevole, che ha la caratteristica di investire a medio-lungo termine, che proviene da tutte le parti del mondo e costituisce quindi una presenza qualificante, professionale e stabilizzante nel capitale.

Se si esamina la composizione di questa grossa fetta di azionariato istituzionale, si rileva che di quel 29,7% solo il 31,5% è nelle mani di investitori istituzionali italiani,

mentre il 26% appartiene a investitori istituzionali britannici e un ulteriore 22,1% a investitori istituzionali statunitensi. Quindi, il grande capitale diffuso anglosassone, considerato il più professionalmente gestito, di matrice prevalentemente previdenziale (fondi pensione, grandi compagnie d'assicurazioni, fondi d'investimento) e dunque abituato a investire a lungo termine, è ormai presente nella proprietà di Enel con quote di rilievo. ➤

Anche per "Enel 3", così come per l'operazione Terna, sono stati garantiti ai piccoli azionisti alcuni incentivi: i risparmiatori che conserveranno ininterrottamente le azioni per almeno dodici mesi dalla data di pagamento riceveranno 5 azioni ogni 100 acquistate (la cosiddetta "bonus share").

Otto azioni ogni cento sono previste invece per gli "azionisti Enel", cioè per chi si trovava già in possesso di tutti e tre i seguenti requisiti: fosse risultato assegnatario della bonus share di "Enel 1", il primo collocamento in Borsa del 1999; alla data del 9 settembre 2004 (presentazione del Prospetto in Consob) avesse in deposito presso il proprio conto titoli almeno 250 azioni Enel; da tale data fino al giorno di adesione all'OPV non avesse ridotto tale quantitativo minimo (detto "bonus share maggiorata").

Stessa maggiorazione di *bonus share* vale per i collaboratori di Enel che conserveranno i titoli per dodici mesi ininterrottamente dalla data di pagamento delle azioni. E a proposito di chi lavora in Enel, un'ulteriore conferma del successo di "Enel 3" viene dai numeri che analizzano proprio questa fetta di azionisti:

- > 17.012 è il numero del personale che ha sottoscritto azioni Enel;
- > 19.879.800 il numero di azioni richieste, 132.001.872 euro il valore totale delle azioni richieste. Di queste, il 57,47% acquistato investendo parte del TFR con una media di 1,9 lotti di azioni per aderente. ■

Il calcolo dei rischi

Enel, nell'esercizio della propria attività industriale, è esposta a una serie di rischi legati all'andamento dei mercati finanziari e delle *commodity* (materie prime). La maggior parte di queste viene acquistata sui mercati internazionali e di conseguenza Enel affronta costantemente un duplice rischio legato alla possibile crescita del prezzo in valuta diversa dall'euro e al possibile deprezzamento dell'euro nei confronti delle principali monete internazionali. Rischi mitigati da

un'indicizzazione al prezzo delle *commodity* presente anche dal lato dei ricavi per le vendite di energia elettrica. Sul fronte dei tassi di interesse, la principale fonte di rischio deriva invece dall'indebitamento finanziario.

Per il proprio sistema di gestione del rischio, Enel ha ricevuto nel 2004 il premio Corporate Risk Management Award. Motivazione: la chiarezza degli obiettivi (ridurre l'esposizione ai rischi finanziari di tasso di interesse, cambio e *commodity*



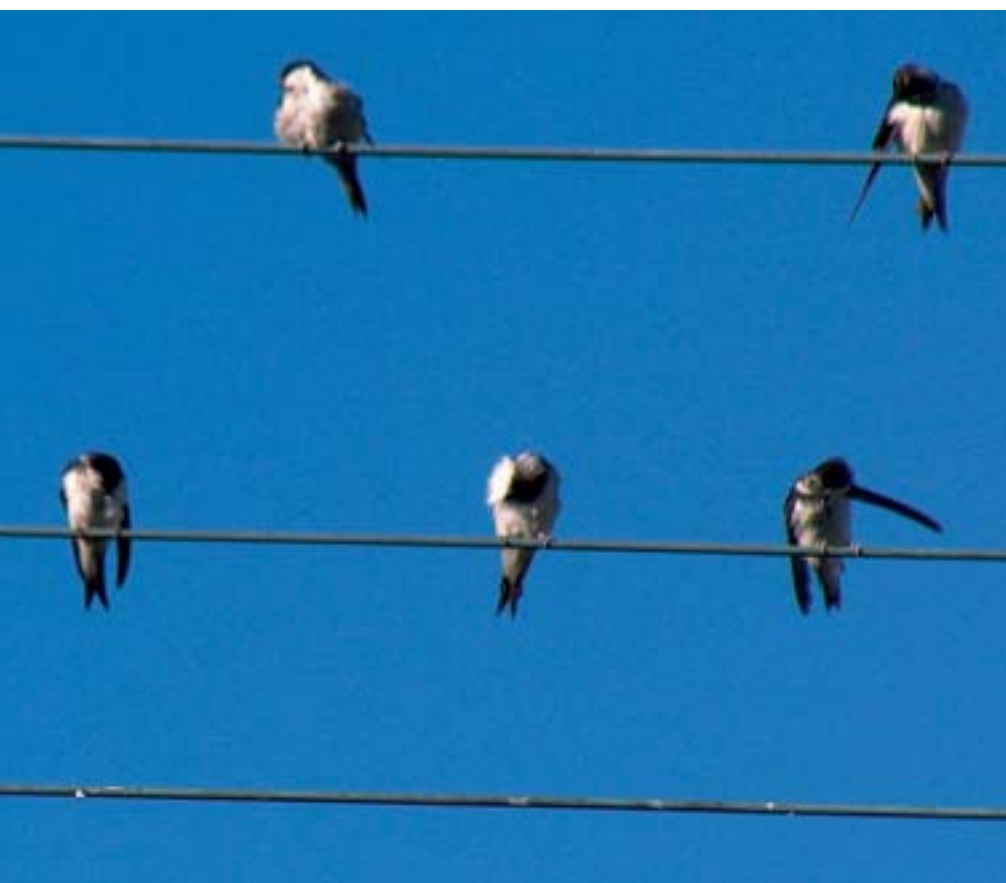
e, nel contempo, ridurre e stabilizzare il costo medio dell'indebitamento finanziario); la profonda conoscenza dei mercati finanziari e degli strumenti derivati trattati in questi mercati, delle più sofisticate tecniche di *pricing* e di *risk management* e dei relativi software finanziari; la semplicità ed economicità con cui tali obiettivi sono stati perseguiti negli anni, ricorrendo, quando possibile, al cosiddetto *natural hedging* (che consente di coprire i rischi finanziari di una determinata attività o passività con un'altra attività o passività che presenti una correlazione opposta alle variabili finanziarie,

evitando il ricorso ai mercati finanziari) e a strumenti derivati semplici (i cosiddetti derivati *plain vanilla*) evitando il ricorso a strumenti derivati di tipo strutturato, che presentano un più alto divario fra domanda e offerta e quindi un alto costo implicito per la copertura dei rischi.

Da diversi anni Enel si è dotata di una *policy* che detta le principali linee guida dell'attività di gestione e controllo dei rischi finanziari e fissa i limiti operativi in base ai quali l'unità Finanza deve regolare la propria attività. Le tecniche di misurazione del rischio utilizzate a tal fine da Enel sono in linea con gli standard bancari inter-

nazionali determinati dal Comitato di Basilea. Considerata ovviamente la natura industriale e non finanziaria dell'azienda, i livelli di rischio assumibili sono determinati in modo molto più prudentiale rispetto a quanto stabilito dal Comitato. Le principali linee guida della *policy* sono le seguenti:

- > coprire le varie società del Gruppo dai rischi finanziari;
- > gestire i rischi finanziari a livello accentrato;
- > monitorare costantemente l'esposizione ai rischi finanziari del Gruppo, attuali e potenziali;
- > dividere il lavoro fra chi esegue le operazioni di copertura e chi analizza e controlla i rischi finanziari;
- > nell'ambito dell'attività di approntamento delle coperture, gestire dinamicamente le variabili e i rischi finanziari ottimizzando gli interventi sui mercati. ■



Carlo Meazzi, *Spartito della Distribuzione*

Qualità del debito

Anche la qualità dell'indebitamento di Enel è costantemente valutata a livello internazionale. Per questo l'azienda è impegnata a mantenere un *rating* a medio e lungo termine estremamente solido, pari ad A+ secondo la terminologia di Standard & Poor's e ad A1 secondo la terminologia di Moody's. La sostenibilità rientra ormai fra i criteri per la valutazione del credito di un'impresa da parte delle agenzie di *rating* e viene applicata principalmente in senso economico-finanziario (sostenibilità dell'indebitamento, della politica di dividendi e di determinati coefficienti finanziari).

QUESTIONE DI GOVERNANCE

Da un paio d'anni sono diventate parole che si incontrano con frequenza sulle pagine dei giornali, non solo economici: *corporate governance*, letteralmente governo dell'azienda. Per un'azienda che ha scelto di essere trasparente nei confronti dei propri azionisti, finanziatori, clienti e fornitori significano molto: fanno riferimento all'insieme di norme (leggi, regolamenti e anche autoregolamenti) che disciplinano il funzionamento delle società, con particolare riferimento a quelle quotate in Borsa.

Dice Claudio Sartorelli, Direttore della Segreteria Societaria di Enel, la direzione incaricata di gestire e migliorare la *governance*: "Fin dalla sua quotazione in Borsa nel 1999, Enel ha attuato le disposizioni in questa materia. Abbiamo anche recepito nel modo più rigoroso e attento le raccomandazioni e i principi del Codice di Autodisciplina delle società quotate italiane predisposto dalla Borsa Italiana, e conosciuto anche come Codice Preda".

Il sistema di *corporate governance* non è riferito soltanto alle attività svolte dal vertice societario, che risulta di certo quello maggiormente investito dalla sua applicazione, ma si estende a tutta l'azienda. "Tutti coloro che lavorano per Enel – a qualsiasi livello e in qualsiasi settore di attività, precisa Sartorelli – sono di fatto investiti della responsabilità di assicurare un buon governo all'azienda rispettando le regole e i principi stabiliti nei docu-

menti e nelle procedure di cui ci siamo dotati, per esempio l'osservanza del segreto d'ufficio o l'assenza di conflitto di interesse nello svolgimento dell'attività lavorativa".

La struttura più generale riguarda anche altri delicati settori. "Partiamo dall'assetto azionario di Enel. Fra quanti possiedono azioni della Società troviamo rappresentati – oltre agli azionisti di maggioranza (vale a dire il Ministero dell'Economia e delle Finanze e la Cassa Depositi e Prestiti SpA) – tanto gli investitori istituzionali (banche, fondi comuni, fondi pensione sia italiani sia stranieri) quanto i piccoli azionisti, cioè i risparmiatori.

Enel, fin dal momento della quotazione delle proprie azioni in Borsa, ha ritenuto conforme ai propri interessi, oltre che un dovere nei confronti del mercato, assicurare un dialogo continuo con la generalità degli azionisti nonché con gli investitori istituzionali". Un dialogo, dice Sartorelli, "fondato sulla comprensione reciproca dei ruoli e sulla massima correttezza e trasparenza. Per questo abbiamo istituito, oltre all'area che mantiene i rapporti con gli investitori istituzionali, anche un'area cui possono rivolgersi i risparmiatori privati". Questa seconda area

è collocata in seno alla Segreteria societaria e ha appunto il compito di fornire con immediatezza risposte e chiarimenti a quesiti e richieste di informazioni che giungono dai piccoli azionisti per iscritto o per telefono. Nel 2004 sono state fornite risposte a circa 600 richieste pervenute per iscritto e a circa 500 telefonate. ■

Chi ascolta i piccoli azionisti

I piccoli azionisti di Enel e i risparmiatori in genere che hanno domande o dubbi possono rivolgersi a: Fabio Bonomo, Responsabile Rapporti Azionisti Individuali, Viale Regina Margherita, 137, 00198 Roma. Oppure possono mandare un messaggio di posta elettronica a: azionisti.retail@enel.it o telefonare al numero +39 06 8305 2081.



Santi Villari, Cielo

Come si guida Enel

Gli organi societari di Enel, quelli che sono incaricati di dare un indirizzo strategico all'azienda e di sorvegliarne l'attività, sono:

- > il Consiglio di Amministrazione, che provvede alla gestione aziendale;
- > il Collegio Sindacale, che vigila sull'osservanza della legge e dell'atto costitutivo e controlla l'adeguatezza del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo-contabile;
- > l'assemblea dei soci, incaricata di deliberare sull'approvazione del bilancio e sulla destinazione degli utili, sulla nomina dei componenti il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale, su operazioni su capitale, su modifiche statutarie, sulla scelta della società di revisione (quella che attesta che i bilanci siano redatti con chiarezza e rappresentino in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico della Società), nonché su altre materie riservate alla sua competenza dalla normativa vigente.

Nel 2004, il Consiglio di Amministrazione ha tenuto 21 riunioni (19 nel 2003), alle quali hanno regolarmente partecipato tutti i Consiglieri e i Sindaci, nonché il ma-

gistrato delegato della Corte dei Conti.

Attualmente il Consiglio, le cui attività sono coordinate dal Presidente, si compone di sette membri. Fatta eccezione per l'Amministratore Delegato, gli altri sei membri rivestono il ruolo di amministratori non esecutivi (incluso il Presidente) in quanto ricoprono la carica senza essere investiti di deleghe per la gestione o di funzioni direttive in azienda.

Ai sei amministratori non esecutivi è stato riconosciuto anche il requisito dell'indipendenza, secondo la definizione dettata in materia dal Codice Preda, in quanto nessuno di loro, pur svolgendo, contestualmente all'esercizio della carica in Enel, altre attività professionali e altri incarichi al di fuori della Società, risulta avere con la Società stessa, con le sue controllate, con l'amministratore esecutivo ovvero con gli azionisti o gruppi di azionisti che controllano la Società, relazioni economiche di rilevanza tale da condizionarne l'autonomia di giudizio.

Sempre in attuazione del Codice Preda Enel ha provveduto a istituire nell'ambito del Consiglio di Amministrazione due comitati: il comitato per il controllo interno e

Di chi è Enel

Il capitale di Enel SpA è posseduto per il 31,35% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, per il 10,25% dalla Cassa Depositi e Prestiti (società per azioni controllata a sua volta dal medesimo Ministero), mentre il restante 58,4% è in mano al mercato.

Quest'ultima quota è destinata a incrementarsi in quanto è stata di recente avviata da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze la procedura per il collocamento sul mercato di un'ulteriore quota del 10% della sua partecipazione. Fra quanti possiedono azioni della Società troviamo rappresentati tanto gli investitori istituzionali (banche, fondi comuni, fondi pensione sia italiani sia stranieri) quanto i piccoli azionisti, cioè i risparmiatori.

il comitato per le remunerazioni. Entrambi hanno funzioni propositive e consultive nei confronti del Consiglio di Amministrazione. In particolare, il comitato per il controllo interno concorre a fissare le linee di indirizzo del sistema di controllo interno (di cui verifica periodicamente l'adeguatezza e l'effettivo funzionamento), valuta il piano di lavoro redatto dal responsabile dell'*audit* aziendale, valuta l'adeguatezza dei principi contabili utilizzati e la loro omogeneità ai fini della redazione del bilancio consolidato e tiene i rapporti con la società di revisione per le attività svolte da questa sul bilancio di Enel. Nell'ambito dei suoi compiti rientra anche la verifica dell'efficacia, efficienza ed economicità dei diversi processi aziendali (compresa l'attuazione del Codice Etico).

Al comitato per le remunerazioni è invece affidata la supervisione sulla politica >

retributiva dei principali dirigenti della Società, nonché la predisposizione dei piani di *stock option*, cioè quegli strumenti di incentivazione del *management* rappresentati dall'assegnazione di diritti di opzione per l'acquisto di azioni della Società a un prezzo predeterminato, in linea con la normativa fiscale, che possono essere esercitati a condizione che siano stati raggiunti determinati obiettivi economici dell'azienda e che, allineando gli interessi dei destinatari con quelli degli azionisti, possono influire positivamente sul prezzo del titolo.

Inoltre, Enel si è dotata anche di altri istituti di *corporate governance*, tra cui va ricordato, oltre al Codice Etico, anche il *dealing code* (il codice di comportamento cui sono soggette, nei casi in cui effettuino per proprio conto operazioni in Borsa sul titolo Enel, le persone che in azienda hanno accesso a informazioni sensibili e delicate che potrebbero influire sul suo andamento di mercato) e il modello di organizzazione e gestione previsto dal decreto legislativo n. 231 del 2001, che mira a prevenire il compimento da parte dei collaboratori di Enel di reati che possano comportare una responsabilità amministrativa, ma di fatto penale, a carico della Società. Va anche aggiunto che, sempre nella logica di assicurare la massima adesione alle disposizioni vigenti, Enel ha provveduto nel 2004 a recepire tempestivamente le innovazioni introdotte dalla riforma del diritto societario (la cosiddetta riforma Vietti), volte a consentire una gestione delle varie società controllate secondo

A proposito di Codice Etico

Tre anni sono passati dalla comparsa in azienda del Codice Etico. Da allora Enel ha continuato a lavorare per la sua diffusione e il suo rispetto. Nel 2004 lo stampato del corso di formazione "Codice Etico del Gruppo Enel" è stato nuovamente distribuito a tutto il personale, aggiornato nel testo e ampliato con una nuova unità dedicata al concetto di responsabilità sociale d'impresa e al suo legame con l'etica degli affari.

Nel maggio 2004, la pubblicazione di una procedura interna per il corretto svolgimento delle "Attività di verifica e controllo sull'implementazione del Codice Etico" è stata anche l'occasione per rinnovare a tutte

le persone che lavorano in Enel la richiesta di impegno al suo rispetto e per ricordare la responsabilità di ciascuno a rilevare ogni sua violazione. Il canale attraverso cui tutti gli *stakeholder* di Enel possono segnalare eventuali violazioni al Codice Etico è accessibile via intranet al sito:

www.enel.it/azienda/chi_siamo/codice_etico_3/segnalazione_responsabile/

È anche possibile inviare la propria segnalazione a:

Codice Etico - Direzione Audit Enel SpA
Viale Regina Margherita 137 00198 Roma;
oppure scrivendo un messaggio di posta elettronica a: audit.enel.codice.etico@enel.it

modalità improntate a rinnovati criteri di snellezza e trasparenza.

In definitiva, per Enel, questa continua attenzione al miglioramento del proprio

sistema di *corporate governance* si pone come un fattore essenziale per conseguire e mantenere la fiducia degli investitori e del mercato. ■

Un esame da Amministratori

Fra le iniziative di Enel per continuare nel miglioramento della propria *corporate governance* c'è anche quella, adottata per la prima volta in Italia, di procedere a una verifica del funzionamento e dell'efficienza del Consiglio di Amministrazione (denominata, in gergo aziendale, con il termine inglese *board review*).

Questa iniziativa, già sperimentata da altre grandi aziende in Europa e negli USA, consiste in un'analisi condotta da un certificatore indipendente (Enel ha scelto di affidarsi alla società Egon Zehnder International) sul modo di operare del Consiglio di Amministrazione e

dei suoi comitati e sull'individuazione di eventuali punti di criticità o aspetti di miglioramento delle loro attività. In concreto, l'analisi è stata condotta mediante la predisposizione di un questionario e lo svolgimento di interviste ai Consiglieri per recepire, a livello individuale, indicazioni sulle metodologie operative del Consiglio di Amministrazione, eventuali rilievi su aspetti di disfunzione e indicazioni di possibili cambiamenti.

Sulla base delle risposte ricevute, il certificatore ha proceduto poi a una valutazione sul funzionamento del Consiglio di

Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale

Consiglio di Amministrazione

Piero Gnudi
Presidente



Paolo Scaroni
Amministratore
Delegato



Mauro Miccio
49 anni
Designato dal Ministero
Economia e Finanze
Docente universitario
in materie relative
al settore della
comunicazione
Imprenditore
nell'editoria e nella
comunicazione
Consigliere incaricato
dell'Unione Industriali
di Roma e del Lazio
Amministratore
Delegato di Eur SpA

Franco Morganti
73 anni
Designato dagli
investitori istituzionali
Vice Presidente
dell'International
Institute of
Communications
Consigliere dell'ANFOV
(Associazione delle
imprese della
convergenza
multimediale)

Fernando Napolitano
40 anni
Designato dal Ministero
Economia e Finanze
Amministratore
Delegato Booz Allen
Hamilton Italia
Componente della
commissione per la
televisione digitale
terrestre presso il
Ministero delle
Comunicazioni
Consigliere di
Amministrazione del
CIRA (Centro Italiano
Ricerche Aerospaziali)

Francesco Taranto
64 anni
Designato dagli
investitori istituzionali
Consigliere di
Amministrazione
Pioneer Global Asset
Management (Gruppo
Unicredito), di Kedrios
e di Banca Carige

Gianfranco Tosi
57 anni
Designato dal Ministero
Economia e Finanze
Docente universitario in
siderurgia e tecnologia
dei materiali metallici

Collegio Sindacale

Angelo Provasoli
Presidente
62 anni
Docente universitario in materie
economiche
 Rettore dell'Università Bocconi
Membro ordinario dell'Accademia
Nazionale di Economia Aziendale
Presidente del comitato esecutivo
dell'Organismo Italiano di Contabilità

Carlo Conte
Sindaco effettivo
57 anni
Docente di contabilità pubblica
presso la Scuola Superiore della Pubblica
Amministrazione e la Scuola
di Management della LUISS
Professore di amministrazione
e contabilità pubblica presso la Bocconi
Dirigente Generale presso la Ragioneria
Generale dello Stato

Franco Fontana
Sindaco effettivo
61 anni
Docente universitario
in materie economiche
Preside della facoltà
di Economia della LUISS
Direttore della Scuola
di Management della LUISS

Amministrazione, che è stata presentata al Consiglio stesso.

Nel caso del Consiglio di Amministrazione di Enel, la *board review* eseguita ha evidenziato, tra i punti di eccellenza, la presenza all'interno dell'organo consiliare di un clima molto costruttivo e di grande coesione, che ha incoraggiato i componenti a formulare riflessioni e ad approfondire il dibattito sui temi trattati, con un notevole livello di indipendenza nell'esercizio della carica. Tutti i Consiglieri hanno espresso una valutazione

estremamente positiva e di larga fiducia nei confronti del vertice societario (Presidente e Amministratore Delegato) e hanno apprezzato la facilità di accesso nei loro confronti, valutando positivamente la frequenza delle riunioni e il flusso di informazioni ricevuto dalla struttura.

Anche il processo decisionale risulta svolgersi in modo ottimale per raggiungere la convergenza e assumere posizioni unanime tra i componenti del Consiglio.

Le aree sulle quali è stata segnalata una esigenza di miglioramento sono risultate

limitate. L'esigenza più significativa segnalata è stata quella di poter procedere nell'ambito del Consiglio di Amministrazione a un esame ancora più esteso e approfondito delle strategie a lungo termine dell'azienda. Per venire incontro a questa richiesta si è provveduto, immediatamente dopo la *board review*, a organizzare un incontro informale fra i Consiglieri di Amministrazione. Successivamente è stato condotto un supplemento di *board review* da cui è emerso un giudizio positivo sui risultati dell'approfondimento. ■

100.000 CONTRATTI D'ACQUISTO, 2,3 MILIARDI DI VALORE

A partire dal 2003, la struttura di acquisti di Enel ha subito una profonda ristrutturazione che ha permesso una centralizzazione e una razionalizzazione senza precedenti per l'azienda. A capo di questa macchina complessa che assicura a Enel tutti i beni e i servizi necessari per funzionare c'è Salvatore Sardo, Direttore Acquisti e servizi. Questa in Enel è anche una delle strutture più delicate. Trasparenza assoluta e rapidità sono le parole d'ordine di Sardo, che spiega: "Nel 2004 Enel ha stipulato qualcosa come 100.000 contratti d'acquisto, per un valore complessivo di circa 2,3 miliardi di euro, pari a circa 4.500 miliardi delle vecchie lire. Da questa cifra sono esclusi i combustibili, le telecomunicazioni e i progetti di ingegneria di Enelpower". Ma perché Enel ha deciso di centralizzare tutti i suoi acquisti? "Anzitutto dovevamo focalizzare questa funzione, come le altre, sulle sue finalità istituzionali, senza distrazioni e per meglio conseguire i generali obiettivi di efficienza e redditività. E poi gli acquisti si sono confermati uno dei tavoli dove ricercare rilevanti vantaggi in termini di efficienza nei prezzi e nelle modalità di acquisto. A questo aggiungiamo le potenzialità degli acquisti via internet e le possibili economie di scala".

L'analisi dell'efficienza nei prezzi è rilevata attraverso le seguenti modalità: per gli acquisti ricorrenti, che rappresentano circa il 52% del portafoglio acquisti, è calcolata sulla base della valutazione dello scostamento tra il prezzo a cui si conclude un contratto con un fornitore e i prezzi medi storici ponderati e indicizzati di quel determinato bene o servizio. Per gli acquisti non ricorrenti (quelli cioè per i quali non esiste un termine di paragone storico facile da individuare e pari a circa il 48% del totale), il risparmio viene invece calcolato misurando la differenza tra il prezzo a cui è stato concluso il contratto con il venditore e il preventivo di spesa che questi aveva predisposto. Per questo si utilizzano riferimenti di costo basati su precedenti contratti comparabili". L'analisi di dettaglio dei risultati conseguiti nel 2004 applicando questi criteri dimostra che le differenze fra i diversi settori sono rilevanti, ma il metodo ha giovato a tutti", dice ancora Sardo.

"Il principio guida che seguiamo nella gestione degli acquisti è garantire la massima trasparenza al processo, per definizione uno dei più delicati all'interno di un'azienda anche sotto il profilo della deontologia professionale". E aggiunge:

"Abbiamo lanciato iniziative di miglioramento valide per tutta Enel attraverso quattro principali linee di azione: la focalizzazione sulle azioni tradizionali di riduzione dei prezzi di acquisto, l'ulteriore sviluppo del sistema di approvvigionamento via internet, l'avvio di un primo sistema di *vendor rating* e il lancio già a partire dal 2003 di un programma di iniziative di *design to cost*".

Il *vendor rating* è una specie di voto di qualità sulle prestazioni dei singoli fornitori, assegnato con criteri di imparzialità e oggettività e periodicamente aggiornato. Si tratta di un processo che ha l'obiettivo di contribuire a una profonda conoscenza dei fornitori con una valutazione a posteriori sulla qualità e rispondenza delle forniture e dei servizi prestati rispetto a quanto richiesto in sede di gara, e di contribuire all'ottimizzazione del rapporto qualità-prezzo nei successivi processi di acquisto. Il *design to cost*, invece, ha come obiettivo identificare soluzioni tecniche e funzionali che, a parità di prestazioni, consentano di conseguire economie in termini di costo valide anche per il futuro. È un processo che vede seduti a un virtuale tavolo comune i responsabili degli acquisti con i responsabili delle varie aree operative e



Daniele Sforza, *Energia 1*

tecniche dell'azienda. Il loro obiettivo è la ricerca, da un lato, dell'ottimizzazione e della standardizzazione delle soluzioni tecniche per la funzionalità di volta in volta necessaria, cogliendo anche opportunità che possono derivare da una costante ricerca sul mercato di soluzioni innovative proposte dagli stessi fornitori; dall'altro, il miglioramento dell'efficacia commerciale d'acquisto del singolo prodotto o servizio. "Si tratta quindi di una iniziativa che richiede a tutta l'azienda un importante salto di qualità, sia in termini di capacità di sondare attentamente le opportunità offerte dal mercato, sia di ripensare in modo propositivo materiali e processi tradizionalmente utilizzati", dice ancora Sardo. Fra i primi progetti avviati, la revisione delle specifiche tecniche per cavi e pali della rete di distribuzione dell'energia elettrica, la vendita a cementifici delle ceneri residue dei processi produttivi in alternativa al loro smaltimento e la revisione delle specifiche dei cavi a media tensione per i campi eolici.

"Questo – aggiunge Salvatore Sardo – è un approccio innovativo che può essere applicato a vari livelli, dal ridisegno delle specifiche funzionali di apparati di centrale o di rete alla normalizzazione dei materiali necessari al funzionamento delle diverse attività, per poter conseguire le massime economie di scala". È infatti fuori dubbio che acquistare 1.000 pezzi di uno

stesso modello di interruttore costa meno che acquistare 100 pezzi di 10 modelli diversi, forniti da 10 fornitori diversi.

"In questi due anni abbiamo anche lavorato con intensità per garantire trasparenza e correttezza in tutte le fasi delle attività che ci competono" dice Sardo. "Questo è anche il motivo per cui in tutti i contratti che stipuliamo inseriamo una nota informativa sul nostro Codice Etico, indi-

cando anche le modalità per prenderne visione. Non solo: con i fornitori che svolgono parte della loro attività anche in Paesi a rischio, abbiamo particolare cura, attraverso, per esempio, specifiche clausole inserite nei contratti, affinché nel processo delle loro attività siano garantiti i diritti fondamentali del lavoratore, come rispetto dell'età minima, divieto di discriminazioni, garanzia di sicurezza e salute". ■

Gli acquisti *on line*

L'*e-procurement*, il sistema di approvvigionamento basato sulle tecnologie di internet, è uno strumento fondamentale per rendere più trasparenti ed efficienti il processo e la catena di acquisto dei beni e servizi di cui Enel ha bisogno; attraverso il Portale degli Acquisti

(www.acquisti.enel.it/acquisti/it/html/index.asp) permette infatti la gestione elettronica di molte attività, tra cui la qualificazione dei fornitori, le gare *on line* e la gestione tecnico-amministrativa dei contratti.

A fine 2004 sono risultati attivi ai fini della qualificazione circa 200 gruppi merci, con circa 1.430 imprese qualificate tramite RFQ (Request For Qualification), un'applicazione che, oltre a permettere alle aziende di fornire *on line* tutte le informazioni necessarie al procedimento di qualificazione, consente di aggiornare l'albo delle aziende qualificate per i differenti comparti merceologici di interesse Enel e di disporre di una selezione di imprese la cui idoneità (giuridica, tecnologica e così via) viene preventivamente valutata da Enel.

Un altro importante capitolo

dell'*e-procurement* è quello delle aste e gare *on line*. In circa due anni Enel ha gestito oltre 3.700 gare via internet, per un importo complessivo di circa 1.750 milioni di euro. In particolare, l'adozione delle gare *on line* – oltre 2.000 nel 2004, per commesse pari a circa 1.200 milioni di euro – ha contribuito a snellire l'emissione dei bandi di gara, ad aumentarne la trasparenza e ad abbassare i prezzi di aggiudicazione.

Sfruttando ancora l'innovazione tecnologica, Enel ha introdotto il nuovo Sistema Informativo degli Acquisti, ovvero un ambiente di *supply chain management* (gestione della catena di forniture) che si pone come interfaccia unica per tutta l'azienda e che permette la gestione dell'intero processo di approvvigionamento, dalla presa in carico dei fabbisogni delle diverse società alla gara (di tipo sia tradizionale sia *on line*), alla successiva aggiudicazione e all'emissione dei dati contrattuali, prevedendo inoltre un valido sistema di *datawarehouse* (cioè un ampio magazzino di dati) per il controllo operativo e direzionale.

Alfredo Martinelli, *Luce nell'oscurità*

IL CLIENTE AL PRIMO POSTO: SERVIZI E TARIFFE SU MISURA

Negli ultimi anni i mercati dell'energia elettrica e del gas hanno subito profondi cambiamenti per effetto del processo di liberalizzazione in atto, imponendo a tutti gli operatori coinvolti una riflessione seria su come affrontare al meglio tale sfida. A parlarne, Vincenzo Cannatelli, Chief Operating Officer divisione Mercato e divisione Infrastrutture e Reti (MIR) di Enel.

“Da gennaio 2003 il mercato del gas si è pienamente liberalizzato, mentre per l'elettrico si dovrà aspettare ancora luglio 2007, quando anche i clienti domestici potranno scegliere il loro fornitore di elettricità”, dice Cannatelli. “È evidente che il contesto di riferimento ci sta portando in maniera molto naturale a porre i nostri clienti al centro di tutte le attività, o, in altre

parole, ci sta radicalmente trasformando in un'azienda *customer-driven*. Siamo pronti ad accettare la sfida concentrandoci sugli oltre 23 milioni di clienti domestici che per almeno altri due anni rimarranno nel mercato vincolato, ma anche operando nel mercato libero dell'energia elettrica e del gas, dove la competizione si sta facendo, giorno dopo giorno, sempre più agguerrita. Anche se le due tipologie sono molto diverse, il nostro impegno quotidiano in termini di professionalità, competenza, trasparenza e attenzione alle esigenze dei clienti è costante”.

Per esempio, fin dai primi mesi del 2005 è stata offerta alle famiglie italiane la possibilità di scegliere fra 6 tariffe multiorarie, ognuna delle quali pensata per soddisfare i bisogni di un parti-

colare segmento di clientela: risultato, 350.000 adesioni in poche settimane. "Una risposta che rende possibile differenziare ulteriormente le tariffe, immaginando schemi ancora più innovativi e vantaggiosi per tutta la clientela, grazie anche alla rivoluzione introdotta dal contatore elettronico che stiamo esportando in tutto il mondo, con l'aiuto del nostro partner IBM", aggiunge Cannatelli.

Uguale attenzione è rivolta ai clienti del mercato già liberalizzato. Quello del gas si è subito rivelato un mercato complesso, ma proprio per questo denso di sfide. "Non appena nata, Enel Gas è diventata subito il secondo operatore nazionale, con una quota di mercato del 12% e oltre due milioni di clienti – dice – ma vogliamo raddoppiare la nostra presenza sul mercato e superare i 3,8 milioni di clienti nel giro dei prossimi 4-5 anni; obiettivo ambizioso, ma raggiungibile". La strategia di Enel Gas punta sia a fidelizzare gli attuali 1,9 milioni di clienti domestici, sia a conquistarne di nuovi, attaccando costantemente la concorrenza proprio nelle città dove la loro presenza è storicamente consolidata. "Un esempio – ricorda Cannatelli – è la recente campagna lanciata a Milano, ma anche a Roma, Firenze e Torino, città-roccaforti, queste ultime, del nostro principale concorrente". In pochi mesi, Enel Gas ha già acquisito oltre 70.000 clienti.

A questo va aggiunta la forte competizione nel mercato elettrico libero, dove Enel Energia, insieme a Enel Trade, costituisce il primo operatore di settore, con una quota di mercato vicina al 20%. "Anche qui ci poniamo l'obiettivo di posizionare l'azienda a livelli sempre crescenti, garantendo al tempo stesso quella redditività indispensabile per conseguire gli obiettivi di Gruppo", dice Cannatelli. "È chiaro che in questo mercato il fattore prezzo, soprattutto per i clienti con più alti consumi, ma non solo, rappresenta una leva importante nella scelta tra un fornitore e un altro. Per questo sono stati creati pacchetti di offerta che associano alla componente prezzo anche altre importanti innovazioni come "Due in uno", l'offerta congiunta di elettricità e gas che, oltre agli sconti, prevede un'unica bolletta, con indubbi vantaggi per le aziende che aderiscono".

La strategia di grande attenzione al cliente comprende anche il miglioramento continuo della qualità del servizio elettrico,

aspetto che interessa le famiglie, ma ancor di più i clienti industriali. Anche nell'ambito della divisione Infrastrutture e Reti, Enel Distribuzione si sta ponendo all'avanguardia con il raggiungimento di obiettivi di assoluta eccellenza e a livello della migliore concorrenza europea. "L'Autorità per l'energia elettrica e il gas ha premiato Enel con più di 400 milioni di euro per i risultati della qualità del servizio raggiunti nell'ultimo triennio: ci aspettiamo ulteriori riconoscimenti anche nei prossimi anni", dice ancora Cannatelli. "In particolare, è stato recuperato in larga misura il divario di servizio al Sud, che ha ormai raggiunto risultati a livello della media nazionale e delle Regioni settentrionali. Enel è poi tra i primi operatori in Europa ad aver ottenuto la certificazione ISO 14001 per la gestione ambientale di una rete elettrica da oltre un milione di km che, come dice la nostra campagna pubblicitaria, è più della distanza tra la Terra e la Luna". L'immagine di Enel che ne deriva è quella di una realtà decisamente proiettata verso le esigenze dei suoi clienti e fortemente impegnata in un processo di innovazione continua, molto apprezzata sia sul mercato vincolato, sia su quello già liberalizzato. Per questo, gli obiettivi che la divisione MIR si è data consentiranno a Enel di essere nel 2009 ancora l'attore protagonista dell'energia in Italia. ■

Le tariffe per risparmiare

Prima al mondo, Enel ha lanciato nel gennaio 2005 le tariffe su misura per i suoi clienti. Con un uso intelligente dell'elettricità si ottengono notevoli risparmi, fino a 80 euro l'anno a seconda dei consumi e dell'offerta prescelta. In percentuale, si tratta di un possibile risparmio fino all'8% l'anno indirizzando i consumi nelle ore e nei giorni di minor costo.

Da gennaio 2005 si può aderire alla tariffa "Nuova Due", che riduce i costi dell'elettricità nelle ore serali e notturne.

Da febbraio è possibile richiedere le tariffe "Sera" e "Weekend", che permettono risparmi per un utilizzo prevalente serale e notturno e durante i fine settimana.

Da aprile sono operative le tariffe "Una-forfait", dedicata ai clienti residenti e non residenti con bassi consumi (un quantitativo di energia elettrico prefissato e fatturato una sola volta l'anno), e "Agosto", tariffa studiata per risparmiare sulla bolletta della casa delle vacanze.

Molti canali sempre aperti

“Essere un’azienda *customer-driven*, ovvero orientata al cliente, richiede un costante affinamento delle strategie commerciali. Così, per soddisfare con sempre maggiore professionalità e prontezza le richieste dei clienti, sono state favorite: l’introduzione di nuove tecnologie per rendere più efficaci i canali di contatto; la standardizzazione dei processi aziendali; l’uniformità di comportamento e la caratterizzazione del servizio all’insegna del Codice Etico sia verso il cliente/famiglia, che avrà l’accesso al mercato totalmente liberalizzato a partire da luglio 2007, sia verso il cliente/impresa, che ha deciso di rimanere sul mercato regolato da tariffe fissate dall’Autorità”, dice Matteo Codazzi, Responsabile Area di Business Commerciale Clienti Vincolati.

“Elemento fondamentale di un rinnovato rapporto con il cliente sono le nuove tariffe che permettono fin d’ora interessanti risparmi – aggiunge – e che affiancano due leve sinergiche, con cui contiamo di mantenere e consolidare la nostra leadership di mercato: l’innovazione tecnologica e quella commerciale”.

L’innovazione tecnologica è rappresentata dal contatore elettronico e dal miglioramento generalizzato dei servizi (si vedano i riquadri e gli approfondimenti in queste stesse pagine). L’innovazione commerciale comporta l’introduzione, anche

Se non si paga la bolletta

Enel ha varato un nuovo sistema informatico per la gestione del credito e degli incassi che, oltre a supportare tutti i relativi processi, permette un migliore rapporto con i clienti. Il nuovo strumento è oggi utilizzato da 5.000 operatori dopo un articolato programma di sperimentazione durato 9 mesi che ha coinvolto progressivamente tutte le unità territoriali della divisione Mercato. Per le utenze con contatore elettronico telegestito è stata sperimentata, in accordo con l’Autorità per l’energia elettrica e il gas, la procedura di riduzione della potenza per i clienti non in regola con i pagamenti che, anziché subire uno stacco totale dell’erogazione del servizio, potranno transitoriamente prelevare il 20% della potenza disponibile per i servizi essenziali (illuminazione e frigo); entro un mese dovranno però provvedere al pagamento delle bollette. La procedura di abbassamento della potenza scatta, in caso di morosità, dopo 20 giorni

dalla scadenza del pagamento della bolletta, quando viene inviato al cliente un sollecito. Se nei 20 giorni successivi al sollecito il cliente non effettua il pagamento, Enel gli spedisce una comunicazione di preavviso di riduzione della potenza. Grazie alla telegestione, la riduzione di potenza sarà effettuata da remoto, cioè senza l’intervento di un tecnico Enel in casa del cliente, il quale potrà rilevare l’avvenuta riduzione direttamente sul display del contatore elettronico, dove apparirà il messaggio “ridurre carico”. La riduzione di potenza avviene quindi dopo almeno 40 giorni dalla scadenza della bolletta insoluta. Dopo una prima fase di sperimentazione effettuata con successo in Sardegna su un ristretto numero di clienti, la nuova procedura è stata estesa, sempre in via sperimentale per alcune settimane, alle regioni Piemonte, Liguria, Campania, Puglia, Basilicata e Calabria. Dal gennaio del 2005 è stata estesa nelle restanti regioni italiane.

nel settore della vendita di energia elettrica, di strumenti di marketing e cura del cliente finora utilizzati prevalentemente nel settore dei beni di largo consumo.

“Un esempio è Enel Club – dice Codazzi – con una tessera che consente ai clienti che pagano l’elettricità attraverso la banca, la posta e con carta di credito, di ottenere sconti e vantaggi su una ricca selezione di prodotti e servizi per la casa, la famiglia e il tempo libero. Un programma che ha raggiunto circa 1,2 milioni di soci”. Ma ancora: gli oltre 1.000 punti di contatto QuiEnel messi a disposizione per essere più vicini ai clienti nei negozi Wind ed Enel.si convenzionati, presso numerosi uffici comunali e uffici postali abilitati,

dove personale esperto fornisce al cliente assistenza e consulenza qualificata. E poi, l’attivazione del numero verde 800.900.800 e il servizio clienti attivo tutti i giorni della settimana per trovare soluzione a ogni problema della clientela domestica.

“Abbiamo, inoltre, 140 PuntoEnel e circa 200 *account manager* per operazioni complesse della clientela d’affari. Oppure internet per effettuare tutte le principali operazioni commerciali. Per non dimenticare, poi, lo sviluppo di nuove e più comode possibilità di pagamento della bolletta, tramite i 4.500 sportelli bancomat, i 2.200 sportelli postamat e i Puntolis Lottomatica”, dice ancora Codazzi.



Maurizio Tieghi, *L'energia della competizione*

Tutti questi servizi sono gestiti attraverso severe procedure di 'cura' del cliente, il sistema di Customer Relationship Management (CRM). Sono coperti dal CRM tutti i processi commerciali del *contact center*, i PuntoEnel, gli *account manager* e le altre unità operative dell'Area di Business.

Nei *contact center* Enel, i grandi centralini che accolgono dubbi e domande, operano circa 2.300 persone con un forte orientamento al cliente; nel 2004 si sono svolti continui interventi per lo sviluppo delle capacità e delle competenze necessarie a comunicare con i clienti in modo semplice e professionale, trasmettere sicurezza e affidabilità e offrire un servizio di elevata qualità che ha permesso di risolvere in una conversazione l'84% delle richieste o dei problemi. In questi centri Enel ha ricevuto nel 2004 oltre 42 milioni di chiamate (circa 115.000 chiamate al giorno), pari al 7% in più rispetto al 2003. ■

Un tecnico in palmo di mano

Il computer palmare aveva fatto il suo ingresso nella borsa degli attrezzi dei tecnici Enel all'inizio del programma di sostituzione dei contatori elettromeccanici con quelli elettronici per rendere più veloci e sicure alcune operazioni di avvio del nuovo contatore. Nel 2005, più che uno strumento, diventerà un affidabile collega: compilerà moduli, riempirà i rapporti sui guasti dei clienti, conterrà i moduli delle ispezioni tecniche e, in futuro, permetterà il rilevamento di tutti quei dati che servono a migliorare la qualità commerciale.

Risultato: minori tempi di attesa per il tecnico e per il cliente. Il palmare verrà aggiornato dal sistema centrale nelle ore notturne affinché la mattina il tecnico possa avere già chiaro il suo piano di lavoro quotidiano. Attraverso la tecnologia GPRS, quella dei telefoni cellulari, poi, sarà possibile aggiornarlo nel corso della giornata inviando un tecnico verso nuovi incarichi senza la necessità che rientri alla sua sede.

I vantaggi non si fermano qui. Anche negli

uffici il carico di lavoro amministrativo verrà notevolmente ridotto liberando spazio per un'altra preziosa attività: l'assistenza al cliente.

Chi guida le automobili e i furgoni dell'assistenza Enel sta invece conoscendo direttamente quello che per molti è solo un *optional* ma che diventa uno strumento di lavoro utilissimo. È un navigatore satellitare messo a punto per Enel contenente le mappe che rendono più facile e veloce raggiungere gli impianti su cui si deve lavorare: cabine secondarie di distribuzione di elettricità, trasformatori, precisi punti della rete elettrica e così via.

Il navigatore permette poi al centro operativo di Enel di localizzare le varie squadre di intervento tecnico e reagire con maggiore velocità a possibili guasti o alle situazioni di emergenza. Lo strumento installato sul veicolo per consentire la navigazione può essere un computer portatile oppure un palmare, lo stesso impiegato per la pianificazione delle attività quotidiane.

La rivoluzione del contatore

Il gergo aziendale li definisce clienti del mercato vincolato; i tecnici li chiamano anche clienti in bassa tensione. Si tratta della gran parte delle famiglie italiane, titolari di quasi 30 milioni di contratti per la fornitura di energia elettrica. Di questi clienti, ormai 23 milioni hanno già beneficiato della sostituzione negli ultimi tre anni del vecchio contatore elettromeccanico con un contatore elettronico. Il programma di sostituzione sarà praticamente completato entro la fine del 2005. Se ne occupano 650 imprese incaricate da Enel con 4.500 tecnici che installano i nuovi contatori al ritmo di 45.000 al giorno.

Oltre 20 milioni di essi sono gestibili a distanza e fanno parte integrante del progetto Telegestore: lettura (già attiva per circa

Tutti i numeri del contatore

Dati al 21 aprile 2005

2.100.000.000	euro investiti nel progetto Telegestore
23.000.000	contatori già installati
20.300.000	quelli gestiti a distanza
9.900.000	quelli letti a distanza ogni due mesi per consentire la fatturazione dei soli consumi registrati nel bimestre
350.000	punti di connessione telefonica per la trasmissione dei dati gestiti da Wind
288.000	concentratori di dati operativi
15.000	persone che in tre continenti ne assicurano il successo
650	aziende coinvolte nell'installazione
50	fornitori di componenti per la costruzione
5	aziende assemblatrici



Sergio Ronconi, *Il contatore elett...* Ico



Carmine Leone, *L'energia è vita*

dieci milioni di contatori), attivazione, distacco, cambio di potenza contrattuale gestiti da una centrale operativa. Tutte funzioni che si possono utilizzare a distanza e senza l'intervento di un tecnico. Come la definisce Brunello Botte, già Responsabile del progetto Telegestore: "Una rivoluzione silenziosa che serve a migliorare la qualità del servizio e il rapporto commerciale tra Enel e i suoi clienti, anche conoscendo meglio le loro esigenze. Ciò consentirà quello che tecnicamente definiamo *demand side management*, la capacità di gestire al meglio la domanda di energia elettrica. In altre parole, la possibilità di conoscere in qualsiasi momento quanto si sta consumando e di scegliere tra diverse tariffe induce i clienti a ridurre i consumi quando la domanda e i prezzi sono elevati, evitando così i picchi di consumo e ottimizzando in questo modo la gestione dell'intera rete". Inoltre, senza il contatore elettronico telegestito sarebbe complesso applicare le nuove e più vantaggiose tariffe: l'elettronica permette a chi ne fa richiesta, esattamente come accade con il telefono, di fatturare il consumo secondo le ore della giornata, i giorni e i periodi in cui si utilizza l'elettricità (si veda il riquadro dedicato alle nuove tariffe di Enel a p. 27). Un'innovazione, questa, progettata in casa Enel e che dal mese di marzo 2004, attraverso un'alleanza con IBM, è messa a disposizione di chi in Italia e nel mondo vuole adottare lo stesso sistema: un mercato potenziale di 700 milioni di contatori. ■

Vecchio, ma buono

I materiali presenti in percentuale maggiore nei contatori elettromeccanici che vengono sostituiti da quelli elettronici sono: plastica (media 44%, massima 69%), acciaio (media 32%, massima 59%), rame (media 9%, massima 13%), alluminio (media 7%, massima 27%) e ottone (media 6%, massima 13%), e altri materiali a concentrazioni nettamente inferiori. Nessuno dei materiali presenti, per composizione o quantità, risulta classificabile come pericoloso, sulla base delle

normative applicabili. Gli apparecchi elettromeccanici, dopo essere stati rimossi dal servizio, sono imballati e inviati presso i depositi Enel Distribuzione, dove sono periodicamente sottoposti a una valutazione tecnico-economica per individuarne la futura destinazione (riuso come contatore di energia o recupero di materiale come rifiuto); nei termini stabiliti dalla legge, lo smaltimento dei contatori elettromeccanici viene effettuato da ditte specializzate.

La qualità che premia

A fine 2004, l'Autorità per l'energia elettrica e il gas ha conferito a Enel Distribuzione un riconoscimento economico di 203 milioni di euro per aver ridotto, nell'anno precedente, a 72 minuti la durata delle interruzioni medie annue per cliente, contro gli 80 minuti del 2002. Un obiettivo, questo, migliore di quelli fissati dalla stessa Autorità e che segna un ulteriore avanzamento del 10% circa rispetto al risultato del 2002, per il quale Enel Distribuzione aveva già ottenuto un premio di 114 milioni di euro. Complessivamente, a partire dal 2000, anno nel quale l'Autorità ha introdotto il sistema di premi e multe, la qualità del servizio di Enel è migliorata del 50% a livello nazionale, beneficiando di premi per un totale di oltre 400 milioni di euro.

"Uno dei principali obiettivi che ci siamo posti nel 2004 doveva condurci a migliorare la qualità del servizio offerto – dice Livio Gallo, Responsabile Area di Business Rete Elettrica e Telegestione – e le azioni

specifiche sono state finalizzate alla realizzazione di nuove cabine di trasformazione da alta a media tensione, con cui abbiamo razionalizzato e ottimizzato la rete di media tensione. Con gli investimenti fatti si è ottenuta una riduzione della lunghezza media e quindi del carico elettrico medio sulle linee, con una conseguente riduzione delle perdite annue pari a circa il 4,5%, che corrisponde a 96 gigawattora".

Ulteriori riduzioni delle perdite sulla rete sono state ottenute con le ricostruzioni e i potenziamenti delle linee di media tensione, impiegando cavi con sezioni maggiori mediamente del 30% rispetto alle attuali. Questi interventi, realizzati sul 2,3% della rete, hanno permesso una riduzione delle perdite annue di energia pari a circa 16 gigawattora.

Inoltre, la realizzazione di nuove cabine di trasformazione da media a bassa tensione, con cui si è razionalizzata e ottimizzata la rete di bassa tensione, ha con-



sentito una diminuzione della lunghezza media e quindi del carico elettrico medio sulle relative reti, con una riduzione delle perdite di energia stimabile intorno al 2,5%, pari a circa 50 gigawattora.

Infine, la ricostruzione e il potenziamento di circa il 2% delle linee di bassa tensione, con l'utilizzo di conduttori di maggiore sezione, fa stimare una riduzione delle perdite di circa 1 gigawattora. "Cifre – aggiunge Gallo – che fanno prevedere risparmi di combustibili fossili e di energia primaria con una corrispondente riduzione delle emissioni di CO₂ stimabile in circa 120.000 tonnellate all'anno".

Efficienza e sicurezza della rete di distribuzione anche per Enel Rete Gas, che le annovera tra le prime voci di investimento. Dice il Responsabile Area di Business Rete Gas Franco Castagnola: "Le reti, in particolare, sono oggetto di un programma sistematico che ricerca e previene eventuali dispersioni. Una politica di prevenzione, questa, certificata secondo le norme ISO. I sistemi utilizzati tecnologicamente avanzati, inoltre, consentono interventi in assoluta sicurezza su condotte in media e bassa pressione, senza interruzioni del servizio di erogazione".

A questo si aggiunge il progetto di telecontrollo delle circa 600 cabine "di primo salto" (i punti di consegna del gas dalla rete nazionale, dove avviene la decompressione del gas da 50 a 5 atmosfere) e delle principali (circa 600) cabine "di secondo salto" (dove avviene la decompressione da 5 a 0,02 atmosfere, pressione adatta per fornelli e caldaie domestiche).



Giuseppina Buzzi, *Energia a... tutti i costi*

Si tratta di un sistema che verrà completato nel 2006 e che permette un controllo continuo delle pressioni di rete assicurando una migliore efficienza e sicurezza degli impianti.

"Nella sicurezza della rete del gas – aggiunge Castagnola – è importante avere come alleato il consumatore finale. In particolare, sulle precauzioni e ispezioni periodiche che consentono di vivere in sicurezza l'utilizzo di un combustibile prezioso come il metano".

A questo proposito Enel Rete Gas ha lanciato, nell'aprile 2004, una campagna

pubblicitaria sulla sicurezza degli impianti interni. Il progetto "Interventi per la sicurezza degli impianti" dei clienti finali ha origine dalle disposizioni della delibera n. 64/02 dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas, e prevede una comunicazione indirizzata ai clienti di Enel Gas (circa due milioni) e ai clienti delle società terze servite da Enel Rete Gas (circa 10.000). Tra gli obiettivi del progetto sono in evidenza il rafforzamento e consolidamento del rapporto con i clienti, con una rilevanza particolare ai consigli pratici sul tema della sicurezza. ■

Il gas sbarca nelle città

C'è un'avanguardia, all'interno delle imprese Enel, sulla strada della liberalizzazione, dove, peraltro, si muove come nuovo entrante e non come operatore dominante: è Enel Gas, l'area nata nel 2000 e ormai in costante crescita. Dice Luca Valerio Camerano, Responsabile Area di Business Commerciale Mercato Gas: "Cerchiamo di enfatizzare al massimo i fattori chiave del successo in un settore liberalizzato: la competitività, l'innovazione, la cura del cliente".

Enel Gas ha circa due milioni di clienti,

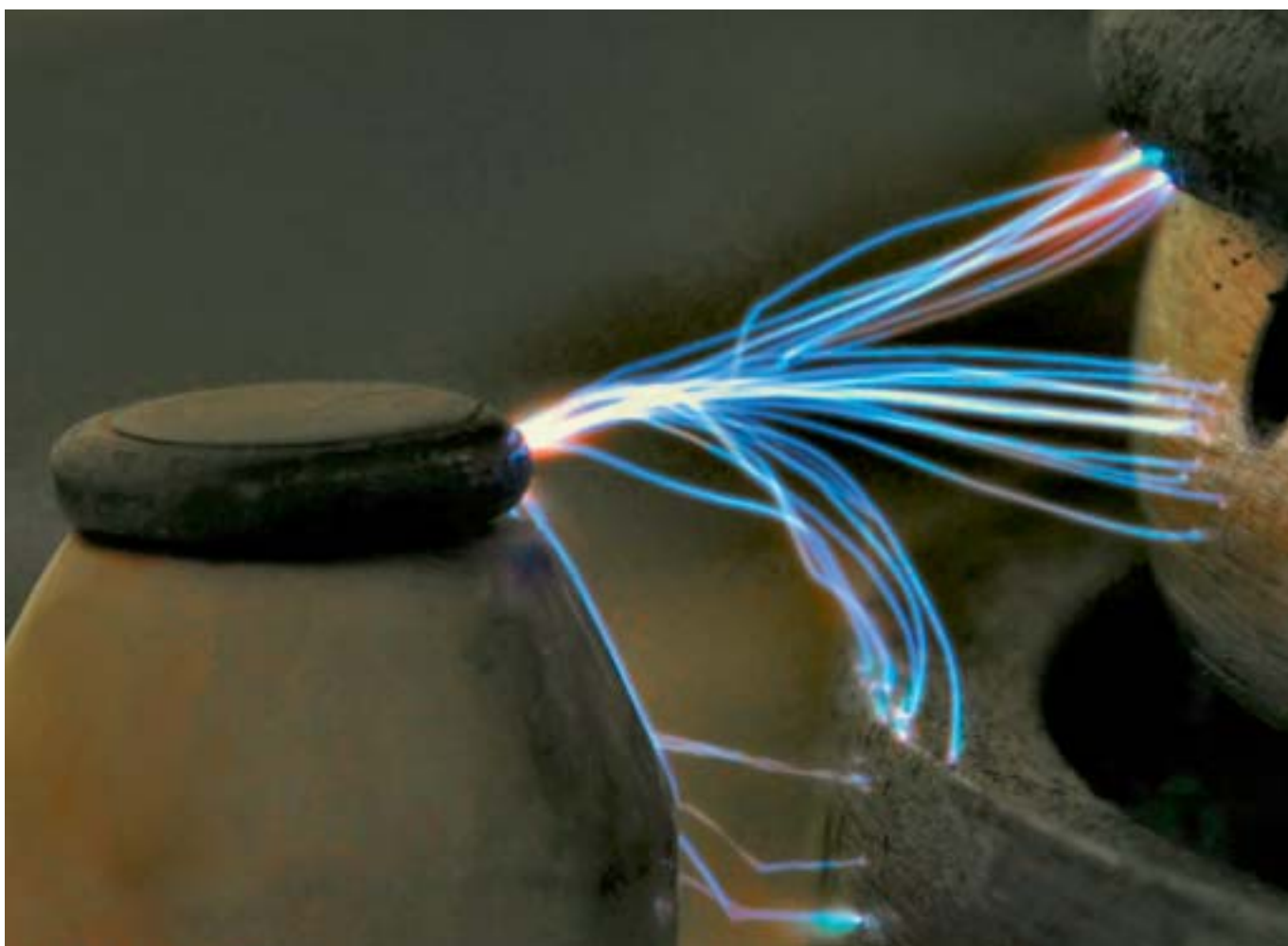
vende cinque miliardi di metri cubi l'anno, con una presenza capillare in 17 regioni, 72 province, 15 capoluoghi e oltre mille Comuni. "Con queste cifre – afferma – la società copre circa l'11% di un mercato che, per legge, dal 1° gennaio 2003 è interamente liberalizzato. Enel Gas è il secondo operatore nel mercato del gas in Italia". Il 2003 aveva visto un'importante espansione di Enel Gas nel segmento più dinamico del mercato, quello dei grandi clienti, dove ha fortemente incrementato la sua quota e acquisito nuove importanti

posizioni di mercato. Il 2004, invece, è stato l'anno dell'inizio dell'espansione commerciale nei segmenti delle piccole e medie aziende e delle famiglie. Ma quali sono le specificità della sfida che affronta un operatore come Enel Gas? Dice ancora Camerano: "Credo che la principale sia la natura della sua missione, cioè il mercato e i concorrenti". Enel Gas opera anche in condizioni particolari. Da un lato si confronta sul mercato libero, dall'altro ha di fronte una situazione singolare:

in Italia ci sono circa 600 piccoli operatori, molto radicati sul territorio e con una spiccata identità locale. "Contendere il mercato a 600 micro-monopoli richiede pluralità di strategie e soprattutto la capacità di affrontare i problemi specifici di ogni singola città e dei suoi abitanti, che ancora non conoscono bene meccanismi e vantaggi della liberalizzazione". La liberalizzazione del gas è ancora all'inizio ed è molto più complessa di quella, per esempio, delle telecomunicazioni, per >

Date e numeri della liberalizzazione

Il mercato del gas è liberalizzato dal 1° gennaio 2003 e quello dell'energia elettrica sta procedendo a rapidi passi verso la piena liberalizzazione, prevista per il 1° luglio 2007, passando per l'importante tappa di luglio 2004, quando tutti i clienti non domestici hanno potuto cominciare a scegliere il proprio fornitore. I clienti potenzialmente liberi erano 200.000 prima di luglio 2004, sono passati successivamente a 6 milioni per diventare 30 milioni a luglio 2007.



il cui avvio sono state investite ingenti somme.

“Ogni nuovo mercato ha un apripista, che, sfruttando la sua visione e i suoi vantaggi competitivi, decide di muoversi in anticipo promuovendone lo sviluppo – continua Camerano – e questo è un po’ il ruolo di Enel Gas”. Dopo il primo anno di forte penetrazione nel segmento della clientela industriale, Enel Gas ha esteso la sua azione, per prima in Italia, ai segmenti della piccolissima imprenditoria, dell’artigianato e residenziale, lanciando offerte su misura per questi clienti. Nel 2004 l’obiettivo di Enel Gas è stato mantenere i clienti acquisiti e acquisirne di nuovi, usando tutti gli strumenti che il marketing del largo consumo ha messo a punto e che nel settore del gas risultano inediti. Dice Camerano: “Un forte strumento è quello della fidelizzazione dei clienti, la cosiddetta *loyalty*. L’operazione ‘L’Accendipremi’ è emblematica: una vera raccolta punti, come quelle che milioni di famiglie eseguono in migliaia di supermercati”.

L’altro strumento è quello della qualità del servizio: velocità ed efficienza nei rapporti con la clientela, nell’assistenza, nella manutenzione. “L’obiettivo di acquisire nuovi clienti – continua – è stato perseguito anche con tutti gli altri strumenti classici del marketing che, applicati al settore del gas, risultano rivoluzionari”. Anzitutto ampliando e diversificando la gamma dei prodotti, e poi facendo lo stesso con i canali di vendita. Per quanto riguarda i clienti industriali, Enel Gas ha

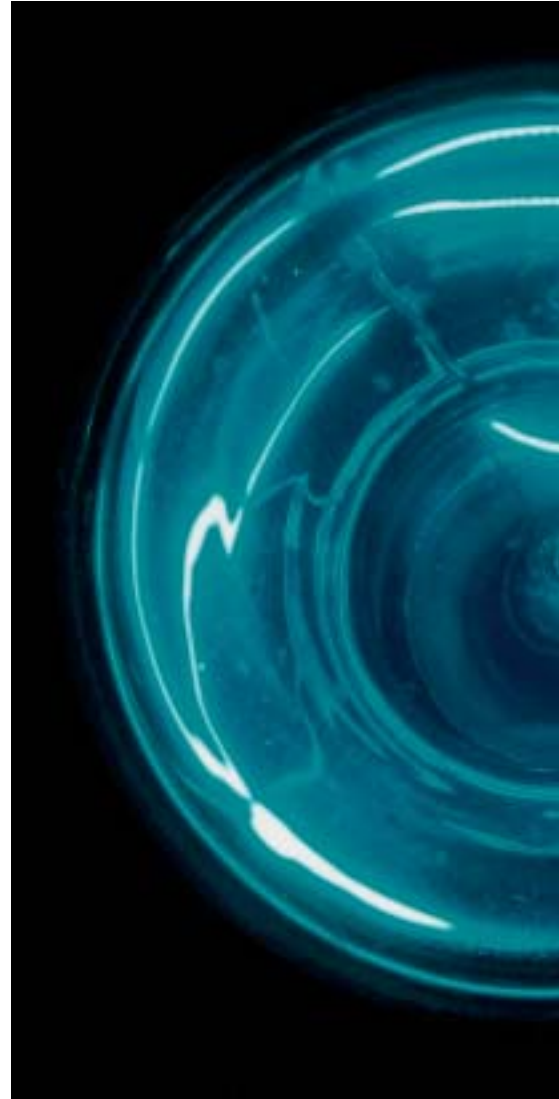
rinnovato la filosofia dei prezzi. “Per i clienti che prediligono la sicurezza del prezzo fisso, noi offriamo una consulenza integrata che ci permette di studiare la fornitura su misura per ciascun cliente ottimizzando la gestione del rischio”.

Diverso ancora è l’approccio al cliente più piccolo e alle famiglie. “In questo settore le tipologie di offerta devono necessariamente essere standardizzate – spiega Camerano – ma abbiamo introdotto un menu di prodotti diversi. Per esempio, ‘Valore’ e ‘Ricarica’, due prodotti *ad hoc* per il cosiddetto microbusiness. ‘Valore’ regala 150 metri cubi di gas ogni 3.000 consumati; l’altro prodotto permette al cliente di prenotare il suo quantitativo di gas per un determinato periodo di tempo, a un prezzo molto conveniente rispetto alla media, ma impegnandosi poi a consumarlo realmente, tutto con Enel Gas”.

Grandi e piccoli ad alta efficienza

Enel Energia è la società di Enel per la vendita di energia elettrica e di servizi energetici alle aziende del mercato libero e si rivolge a clienti con consumi inferiori a 100 gigawattora l’anno: questa fascia dell’acquisto libero (in cui cioè si può scegliere fra i diversi fornitori sul mercato) è di circa 350.000 clienti, quelli con consumi superiori a 1 gigawattora, cioè un milione di chilowattora (chiamati *large bu-*

siness) e il *middle business* (con consumi tra 0,1 e 1 gigawattora l’anno). Sul mercato libero finale Enel è nel 2004 il primo singolo venditore, con oltre 18 terawattora (cioè 18 miliardi di chilowattora) venduti all’anno, seguito da operatori nazionali e internazionali quali Egl, Edison, Enipower, Energia, Eneco, CVA, Endesa Italia, Dalmine Energie, EdF Italia e le società municipalizzate.





Santi Villari, Terra

“Per competere in maniera efficace – spiega Luca Dal Fabbro, Responsabile Area di Business Commerciale Mercato Elettrico – Enel Energia deve usare la massima tempestività e capacità di innovazione. Dobbiamo offrire servizi eccellenti e proporre modalità di consumo sempre più vicine alle esigenze del cliente”.

Enel Energia in diverse occasioni ha anticipato i suoi concorrenti con offerte innovative sul mercato come l’offerta di energia a prezzo fisso. “Migliori prodotti e servizi, generazione del massimo valore possibile dalla relazione con il cliente, impongono rigore nei metodi e nei processi

aziendali, tempestività e creatività”, dice Dal Fabbro. Enel Energia è stata scelta come fornitore da numerose imprese multinazionali e clienti nazionali molto esigenti, come IBM, Blockbuster, Siemens, Consorzio Industriali di Verona, CAEM Vicenza, Lavazza, Banca d’Italia, Rai. Enel Energia però non tende unicamente a servire il cliente *large business*, che compra facendo attenzione quasi esclusivamente al prezzo, ma soprattutto il cliente più remunerativo e fidelizzabile. È quindi nella fascia del *middle* e dello *small business* che l’azienda vuole svilupparsi garantendo servizi evoluti (come un’efficiente gestione del rischio), semplicità di offerta e servizi a valore aggiunto, oltre che facilità di accesso e scelta tra opzioni contrattuali molto chiare e semplici.

“Sul fronte della vendita – precisa Dal Fabbro – stiamo sviluppando un insieme di canali commerciali che ci permette di ottimizzare il costo di contatto e di acquisizione dei clienti. Per i clienti più grandi e con alti consumi, il canale di vendita chiave è rappresentato dai nostri venditori-consulenti che si muovono visitandoli sul territorio”.

Enel Energia ha poi lanciato il suo Business Contact Center per il mercato libero (un centralino operativo che risponde al numero 800.900.161) che è il canale preferito per i segmenti *middle* e *small business*. Venditori e internet sono invece dedicati alla clientela di fascia *middle business* a basso consumo e *small business*, quanti lavorano in piccoli uffici, come i liberi professionisti, oppure da ca-

sa. “Questi nuovi canali ci permettono non solo di ottimizzare i costi, ma anche di aumentare la nostra capacità di risposta alle esigenze del cliente”, dice Dal Fabbro. Enel Energia dispone di altri due prodotti di punta: “Energia verde” e “Consumo consapevole”. Nel corso del 2004 ha infatti sviluppato un’offerta integrata di prodotti in un’ottica di sostenibilità ambientale, accogliendo l’esigenza dei clienti particolarmente attenti alle tematiche di responsabilità d’impresa. “Energia verde”, lanciata a primavera 2004, si basa su un particolare contratto che garantisce al cliente la fornitura di energia prodotta con fonti idroelettriche o comunque rinnovabili. Un contratto molto apprezzato da aziende turistiche, produttori di acque minerali, agroindustria, largo consumo e distribuzione organizzata. “Consumo consapevole” è la possibilità di chiedere a Enel Energia una consulenza su come ottimizzare i propri consumi e ridurre così le proprie spese.

“Per le imprenditrici abbiamo pensato a un prezzo unico e stabile durante tutto il periodo della fornitura, a un bonus di fornitura a consumo, senza cauzioni o anticipi sui consumi e garanzie richieste per l’attivazione della fornitura. Non dimenticando la solidarietà”. Ogni 1.000 chilowattora consumati, 25 centesimi di euro verranno devoluti a sostegno del progetto per la produzione e la vendita di prodotti artigianali dell’Organizzazione Donne Indigene del Costa Rica, sostenuto dalla Onlus Green Cross Italia, presieduta da Rita Levi Montalcini. ■

Oltre il lampione

Enel Sole opera nel mercato dell'illuminazione pubblica e artistica, lavorando per più di metà dei Comuni italiani. Il suo obiettivo, aumentare il numero di Comuni assistiti: ne ha oggi 4.088 con 1,8 milioni di punti luce gestiti, di cui 1,4 di proprietà, per una quota del mercato italiano pari al 21%.

"Lavoriamo innovando l'offerta e garan-

tendo qualità del servizio, cura del cliente, tempestività d'intervento", dice Gian Mario Omarini, Responsabile Area di Business Illuminazione Pubblica.

Un'organizzazione su cinque macro aree tecniche e commerciali in Italia per essere vicini ai clienti con 360 persone al servizio delle municipalità e un piano di investimenti nell'ordine di 100 milioni di

euro da spendere in un quinquennio dedicati a mantenere in perfetta efficienza gli impianti, ad adeguarli alle normative sull'inquinamento luminoso, a conseguire risparmi energetici a vantaggio dei Comuni. Tutto ciò consente a Enel Sole di consolidare la sua posizione di leader di mercato nell'ambito della pubblica illuminazione.

"Nella nostra attività – dice Omarini – adottiamo criteri di qualità molto rigorosi: siamo in grado infatti di offrire un Piano regolatore dell'illuminazione comunale che, partendo da uno studio accurato del contesto urbano da illuminare, prende in esame tutti gli aspetti funzionali e di valorizzazione della città; in più realizziamo progetti *ad hoc* redatti da nostri professionisti con l'utilizzo dei sistemi d'illuminazione più avanzati. Infine, attraverso la gestione informatizzata degli impianti possiamo monitorare i guasti nonché gli interventi dei nostri tecnici semplificando in questo modo la gestione dei punti luce".

Caso esemplare del 2004 è quello del Comune di Piacenza. Per gli amministratori piacentini la priorità era garantire un servizio uniforme ed elevati standard di qualità, nonché avere un unico gestore di tutti gli impianti di illuminazione pubblica. "Una premessa valida per la maggior parte dei Comuni, che cercano il risparmio, la sicurezza e una migliore qualità della vita attraverso una corretta illuminazione per i cittadini", dice Omarini.

A Piacenza Enel Sole lavorerà con una convenzione di 12 anni per un valore complessivo, tra investimenti e gestione, di ol-

Quando il certificato è bianco

I decreti del Ministero delle Attività Produttive, dello scorso 20 luglio 2004, emanati di concerto con il Ministero dell'Ambiente, introducono un sistema innovativo di promozione del risparmio dell'energia negli usi finali. Il meccanismo punta a stimolare l'attività di *demand side management* (gestione della domanda) da parte dei distributori di energia elettrica e gas naturale, ponendo a loro carico l'ottenimento degli obiettivi nazionali di riduzione dei consumi di energia primaria attraverso progetti di risparmio energetico, all'interno di una logica di mercato. Per conseguire gli obiettivi di riduzione i distributori possono realizzare direttamente interventi di razionalizzazione energetica presso i clienti finali, avvalersi di società controllate o acquistare i titoli di efficienza energetica attestanti i risparmi di energia ottenuti dalle ESCo (Energy Service Company o società di servizi energetici) e certificati dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas (Autorità). I titoli di efficienza energetica (TEE), o certificati bianchi, attestano i risparmi energetici conseguiti e vengono emessi dal Gestore del Mercato Elettrico (GME) a favore dei soggetti (distributori, società da essi controllate ed ESCo) che hanno conseguito

i risparmi certificati dall'Autorità.

La compravendita dei TEE avverrà in un mercato apposito istituito dal GME o tramite contratti bilaterali. Entro il 31 maggio di ciascun anno, a partire dal 2006, i distributori dovranno dimostrare all'Autorità, mediante i TEE in loro possesso, il raggiungimento degli obiettivi specifici annuali fissati dai decreti. Per la realizzazione di alcuni progetti di efficienza energetica, Enel Distribuzione si avvale fattivamente della collaborazione di varie ESCo, tra cui Enel.si ed Enel Sole. Gli interventi riguardano, per esempio, il rifasamento elettrico presso la clientela finale, la promozione di motori elettrici ad alta efficienza, la promozione, tramite Enel Club, dell'acquisto di elettrodomestici a elevata efficienza "classe A", la sostituzione di lampade tradizionali a incandescenza con lampade fluorescenti compatte; nel campo dell'illuminazione pubblica, la sostituzione di lampade a vapori di mercurio con lampade al sodio ad alta pressione e l'installazione di regolatori di flusso luminoso, l'installazione presso i clienti di impianti per la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili come quelli fotovoltaici, i solari termici e i sistemi di microgenerazione.



Valter Papurel Frer, *Certezza nel buio*

tre 10 milioni di euro. Nella città emiliana è previsto un importante investimento iniziale, circa 3 milioni di euro, per la riqualificazione dell'intera rete di illuminazione pubblica comunale (oltre 12.500 centri luminosi). Il servizio di Enel Sole in risposta alle necessità della città include – oltre a standard avanzati di gestione, ispezioni e manutenzioni preventive, accesso a un *contact center* 24 ore al giorno per 365 giorni l'anno – anche un contratto che garantisce trasparenza sui prezzi e flessibilità nelle modalità di pagamento.

Il Piano regolatore dell'illuminazione comunale e il programma di risparmio energetico prevedono la sostituzione del 50%

degli apparecchi di illuminazione esistenti, oggi a bassa efficienza (con lampade ai vapori di mercurio), con nuove apparecchiature ad alta efficienza luminosa (principalmente con lampade ai vapori di sodio ad alta pressione). Contemporaneamente verranno rimesse in ordine tutte le installazioni esistenti (verniciature conservative e adeguamento di parti di impianto per garantire sicurezza e affidabilità nel tempo). Dice Omarini: "Il tutto è inserito in un progetto di risparmio di energia che prevede l'installazione di circa 50 regolatori di flusso e stabilizzatori di tensione i quali, oltre a prolungare la vita utile delle lampade, permetteranno di ridurre la po-

tenza assorbita nelle ore notturne di minor traffico senza pregiudicare la sicurezza". Il risparmio sui consumi che otterrà l'Amministrazione Comunale di Piacenza è valutabile nel 30% e ciò consentirà un rapido ammortamento dei costi.

L'accordo prevede poi una serie di importanti interventi di valorizzazione del patrimonio artistico e culturale per offrire una città più bella e vivibile. Sono infatti in corso di avanzata progettazione gli impianti d'illuminazione artistica di piazza Cavalli, delle mura della città, della piazza e della facciata del Duomo, interventi che seguono l'illuminazione di Palazzo Farnese, attuata il 20 settembre 2004. ■

Un *franchising* da risparmio

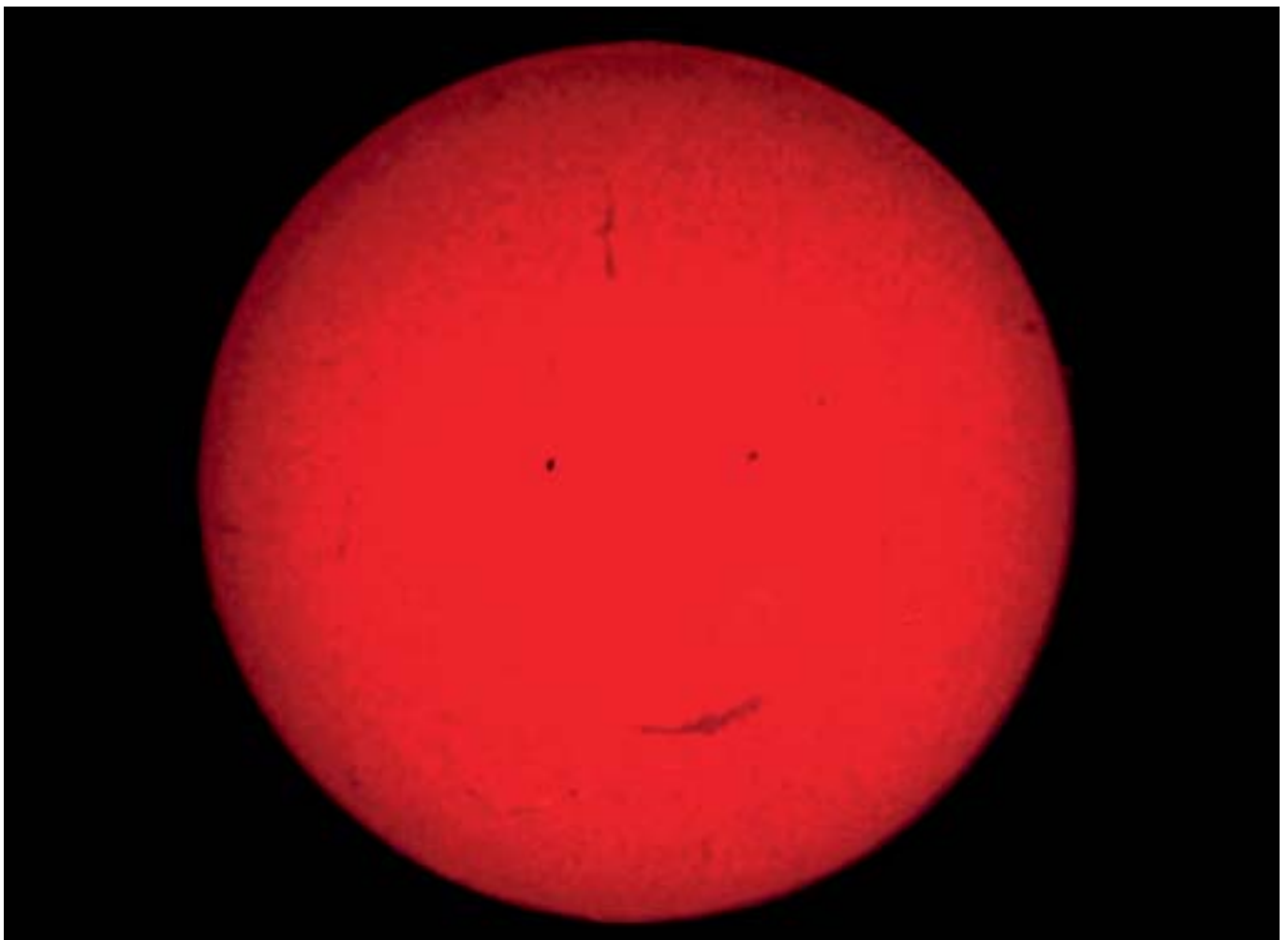
Enel.si, con una rete di punti vendita in *franchising* rivolti ai clienti finali e di imprese specializzate nei servizi per le aziende e il terziario, è uno dei grandi canali di contatto di Enel con i suoi clienti. “Quando un cliente entra in un nostro negozio affiliato trova tutti i servizi, quelli legati sia all’energia elettrica sia al gas. E in tutte le proposte commerciali trova

qualità e garanzia di conformità ai valori ‘etici’ di Enel”, spiega Luigi Tedone, Responsabile Area di Business Impiantistica e Franchising. “Offerte trasparenti nei prezzi e mirate alla sicurezza degli impianti, al rispetto verso l’ambiente e al risparmio energetico”.

L’offerta di Enel.si comprende prodotti e servizi per la realizzazione, la verifica e la

gestione di impianti elettrici, di climatizzazione, di riscaldamento e di sicurezza. Grazie a una accurata selezione di tecnologie e materiali, i negozi affiliati Enel.si sono poi in grado di offrire soluzioni particolarmente favorevoli all’ambiente quali gli impianti solari fotovoltaici e quelli solari per la produzione di acqua calda, oltre che soluzioni per l’uso efficiente dell’energia, l’automazione e la sicurezza della casa.

“Prodotti e servizi – dice Tedone – destinati ai clienti finali, residenziali o d’affari,



Check-up per casa, ufficio e officina

Enel.si offre, fra gli altri, un esclusivo servizio di check-up dell'impianto elettrico per controllare il dimensionamento, l'efficienza e la sicurezza in casa o nell'ambiente di lavoro. Il check-up permette di: verificare lo stato dell'impianto elettrico e il corretto dimensionamento delle sue componenti; controllare la rispondenza alle normative per l'impiantistica elettrica; fornire la diagnosi dell'impianto e la consulenza per gli eventuali lavori da eseguire. Inoltre, Enel.si realizza o rinnova impianti elettrici nelle abitazioni e negli ambienti di lavoro, così come offre la manutenzione e l'adeguamento dei quadri elettrici nei condomini. Anche in questo caso viene assicurata un'analisi degli impianti e sono forniti suggerimenti per la loro ottimizzazione.

sempre più interessati al risparmio energetico e sempre più sensibili alle tematiche che riguardano la salvaguardia dell'ambiente". Prodotti e servizi che sfruttano direttamente fonti rinnovabili di energia e che prevedono la progettazione e la realizzazione di impianti fotovoltaici e solari termici da destinare a uso sia domestico sia professionale. In questo campo, particolare interesse è rivolto agli impianti connessi alla rete elettrica di distribuzione per i quali a breve è prevista l'introduzione di incentivi statali. Anche in Italia sarà quindi possibile disporre di meccanismi che premieranno l'energia prodotta da fonte fotovoltaica, superando il classico incentivo basato sul contributo *una tantum* in conto capitale. Per gli impianti fotovoltaici, l'offerta si in-



Campagna climatizzazione Enel.si

centra sulla vendita di kit per impianti connessi alla rete di distribuzione con potenza da 1 a 20 chilowatt. Enel.si ha installato negli ultimi due anni impianti di questo tipo per una potenza complessiva pari a 500 chilowatt, con previsioni di forte crescita per il 2005.

Negli impianti solari termici Enel.si offre soluzioni che vanno dai piccoli impianti in kit per la sola produzione di acqua calda sanitaria nelle abitazioni, agli impianti per la produzione di acqua calda in quantità per strutture ricettive e impianti sportivi, ai sistemi combinati per il riscalda-

mento ambientale e la produzione di acqua calda sanitaria.

A breve, poi, Enel.si sarà sul mercato anche con soluzioni innovative che sfruttano la forza eolica.

Una serie di prodotti e servizi che impongono anche un grande sforzo nella formazione della rete di affiliati. Già a partire dal 2001 nelle aziende affiliate sono stati offerti numerosi corsi annuali per l'installazione degli impianti da fonti rinnovabili. I corsi comprendono anche formazione su come accompagnare il cliente nell'*iter* per la partecipazione ai bandi regionali di finanziamento (che coprono circa il 60-70% dell'investimento) e all'incentivazione di alcune banche (che offrono la copertura su circa il 30% dell'investimento con formule di pagamento rateizzato) e seguirlo nel collaudo e nella manutenzione dell'impianto. A oggi sono circa 300 gli affiliati Enel.si coinvolti nella formazione sulle tecnologie delle fonti rinnovabili d'energia. ■

Pedalare elettrico

Un nuovo prodotto si affaccia dalle vetrine dei punti Enel.si: la bicicletta a pedalata assistita elettricamente. Il mercato italiano è di 16.000 unità nel 2004, con previsione di arrivare a 30.000 unità entro il 2006). L'offerta di Enel.si si compone di due modelli che hanno riscosso un notevole successo di vendita.

Il Club dei fedelissimi



Una tessera che identifica e aiuta a risparmiare, oppure ad accumulare punti da 'spendere' per ottenere premi. Un approccio simile a quello delle compagnie aeree, della grande distribuzione, ma applicato per la prima volta all'energia elettrica e al gas con lo scopo di attrarre e premiare i clienti più leali e fedeli. Un'operazione che nel gergo del marketing rientra nei programmi di *loyalty*, lealtà dei clienti. E che ormai coinvolge oltre un milione di clienti dell'elettricità e 390.000 del gas. Questi i dettagli.

Enel Club. È il programma dedicato ai clienti domiciliati dell'elettricità, quelli cioè che pagano la bolletta direttamente con addebito sul loro conto corrente bancario, postale o su carta di credito, i quali, grazie a un'apposita Card, hanno l'opportunità di usufruire di sconti e agevolazioni in grandi catene di negozi convenzionati. Il pubblico cui si rivolge il Club è eterogeneo e vasto, in quanto fa riferimento a circa 23 milioni di clienti residenziali Enel Distribuzione sul territorio nazionale. Con una *mailing* (l'invio postale di materiale informativo e moduli di adesione) Enel si rivolge a due tipologie di clienti: i domiciliati e i non



MIGLIORA LA TUA VITA.
CON ENEL CLUB PUOI.

ENEL CLUB È IL CLUB CHE TI FA AVERE SCONTI SUGLI ELETTRODOMESTICI AD ALTA EFFICIENZA ENERGETICA, E SU TANTO ALTRO, DA: UniEuro, Carri, Galvanleggi & Vignola, Telepass Family, Mondadori Multicanale, Cinema UCI Multisala, TicketOne, Avio Autonomia e nei Musei. Fatti parte non costa niente. Basta avere la domiciliazione della bolletta sul conto corrente bancario, postale o carta di credito. Per scoprire tutti i vantaggi che ti aspetta chiama il numero verde 800 800 878 oppure visita il sito www.enelclub.it. Con Enel Club, di Enel Distribuzione, lire un'altra vita.

L'ENERGIA CHE TI AGGIUNTA.



Campagna Enel Club

domiciliati. Per i primi, che hanno già il diritto di aderire a Enel Club, la comunicazione verte principalmente sui vantaggi che il Club può offrire a tutta la famiglia nelle attività quotidiane. Per i non domiciliati, Enel Club viene presentato come uno dei vantaggi che i clienti possono trarre dalla domiciliazione della bolletta, oltre a comodità, trasparenza e convenienza. Dal lancio dell'iniziativa le domiciliazioni bancarie sono aumentate del 4% mentre la percentuale di clienti che usano la carta Enel Club per i loro acquisti è in continuo aumento. Così come aumenta il numero dei punti vendita convenzionati, passato da 1.100 al momento del lancio a 2.670 a oggi. "L'Accendipremi". Enel Gas ha proposto il primo programma *loyalty* in Italia nel settore del gas, completamente gratuito.

Scegliendo Enel Gas e iscrivendosi a "L'Accendipremi" si ottiene accesso ai privilegi riservati ai clienti. I punti "Fiammella", che si accumulano in molti modi (il tempo passato come cliente Enel Gas, l'autolettura, i

metri cubi consumati, la domiciliazione della bolletta), possono essere convertiti in uno dei tanti premi presenti nel catalogo dell'iniziativa o in sconti sulla bolletta. Partecipare alla promozione è gratuito e semplice: basta compilare il questionario di adesione che arriva a casa dei clienti; e con l'iscrizione si riceveranno già punti di benvenuto. Inoltre, grazie ai partner che collaborano a "L'Accendipremi" è possibile scambiare punti di altre promozioni o aumentare i punti "Fiammella".

"L'Accendipremi" dà anche la possibilità di donare parte dei punti raccolti alla Onlus di Enel, Enel Cuore (1.000 punti "Fiammella" valgono un contributo del valore di 10 euro). L'iniziativa ha infine contribuito a un aumento delle domiciliazioni bancarie delle bollette gas nell'ordine del 20% e delle autoletture del contatore del 77%. Le autoletture comunicate attraverso il sito internet di Enel Gas sono aumentate del 320%. ■



Catalogo "L'Accendipremi" Enel Gas

Fabrizio Bargelli, *Bocche per il cielo*

CENTRALI A PROVA DI AMBIENTE

È Sandro Fontecedro l'uomo cui è delegata la responsabilità di produrre l'energia elettrica che Enel vende al Paese, cioè circa il 40% di quanto l'Italia assorbe giornalmente. Come Chief Operating Officer della divisione Generazione ed Energy Management (chiamata in Enel con l'abbreviazione GEM) è anche l'uomo che deve realizzare i grandi cambiamenti che Enel ha pianificato e che la renderanno ancora più efficiente nei prossimi anni.

“Stiamo ridisegnando un parco di produzione che comprenda un più largo uso di centrali con tecnologie a carbone pulito”, spiega. “Dobbiamo abbassare i costi complessivi di produzione di cui olio combustibile e gas sono una parte consistente. In questo modo assicureremo poi, anche a livello nazionale, un migliore equilibrio delle fonti di produzione”. Ma se il carbone pulito, come tecnologia di produzione dell'energia elettrica, diventa oggi e in futuro un modo irrinunciabile di provvedere alle esigenze di tutta Italia, Fontecedro illustra anche un altro punto fondamentale della strategia di Enel: “Rimarremo con forza leader nella produzione di energia da fonti rinnovabili. Abbiamo un piano di investimenti che arriva a 1,8 miliardi di euro nei prossimi 4 anni”, dice. E prosegue: “Quella dell'energia da fonti rinnovabili è una attività che ci

ha sempre caratterizzati a livello europeo e mondiale e soprattutto rimane ancora un settore molto redditizio e sostenibile nel lungo periodo”.

La divisione GEM ha anche importanti sfide internazionali da affrontare: nel 2004 e nei primi mesi del 2005 l'espansione all'estero di Enel è stata considerevole e sono stati acquisiti impianti di produzione in Europa centrale che andranno ristrutturati e modernizzati per adeguarli ai livelli e agli standard di Enel. “Il nostro modo di procedere è chiaro – dice Fontecedro – Gestiremo questi impianti portandoli a standard europei e applicando le nostre stringenti normative per quanto riguarda le emissioni dei diversi cicli di produzione e la sicurezza e la salute degli uomini e donne che lavorano per Enel in questi Paesi. Va da sé che introduciamo anche nelle nuove imprese che entrano o che già sono entrate a far parte di Enel i nostri principi di etica e trasparenza operativa, validi per i nostri collaboratori e per gli *stakeholder* locali”.

In Slovacchia, dove Enel sta acquisendo la società Slovenské Elektrárne, la divisione di Fontecedro dovrà anche affrontare le problematiche relative all'integrazione di due impianti di produzione nucleari. Dice Fontecedro: “È un'esperienza nuova per molti tecnici di Enel, ma disponiamo sia in questo Paese sia da noi in Italia di persone molto qualificate per seguire le attività di

produzione, peraltro efficacemente presidiate dalle strutture esistenti. Sostenibilità, sicurezza e massima attenzione a tutti gli elementi critici, sia di natura tecnica sia di natura relazionale con gli *stakeholder*, sono le caratteristiche del nostro intervento. Vogliamo anche assicurare l'uniformità con le nostre prassi operative". In Slovacchia una centrale nucleare è pienamente funzionante già a standard di sicurezza e produzione europei; l'altra è in fase di completamento secondo le più rigide norme del settore. Una terza centrale, che non rientra fra quelle acquisite da Enel, è in fase di *decommissioning*, cioè di spegnimento e smantellamento.

Inoltre, la divisione GEM sta completando anche la ristrutturazione della consociata Enelpower, la società di ingegneria civile di Enel, una struttura che opererà esclusivamente per conto di Enel e soddisferà le sue necessità dirette in termini di costruzioni e ristrutturazioni delle centrali elettriche nel mondo. "In questo modo – dice Fontecedro – otterremo strutture, rapporti e missione dell'azienda estremamente semplificati".

Infine, in questo anno di profonde trasformazioni, la divisione di Fontecedro ha anche avuto modo di creare al suo interno nuovi mestieri: "Sono quelli relativi alla gestione dei rapporti e dei flussi con la Borsa dell'energia elettrica", dice. "Abbiamo formato una serie di bravi ed efficienti venditori di elettricità e ampliato le competenze di quanti hanno a che fare con il nostro mercato finale". ■

La via del carbone pulito

Enel sta realizzando una delle più profonde trasformazioni industriali messe a punto negli ultimi anni. Rendere più efficiente la propria produzione e migliorare l'equilibrio dei combustibili nel proprio processo industriale riconvertendo a tecnologie a carbone pulito (fonte: European Commission Clean Coal Technology Programme) alcune fra le più grandi centrali elettriche del Paese. Come tutte le grandi trasformazioni, anche questa deve tener conto delle interazioni con il tessuto sociale, le comunità in cui va a collocarsi. E in particolare in questo caso, dove la materia prima utilizzata, il carbone, pur impiegato con tecnologie pulite, suscita ancora diffidenze e timori da dissipare non solo attraverso una comunicazione trasparente, ma anche con la rilevazione di dati certificati e rassicuranti per la salute dei cittadini e la salvaguardia dell'ambiente.

Sulcis

Nel corso del 2005 entrerà in funzione nella centrale a tecnologie a carbone pulito "Grazia Deledda", nel Sulcis, in Sardegna, una nuova unità di produzione di energia elettrica da 340 megawatt a letto fluido circolante, che utilizzerà un innovativo sistema di abbattimento polveri con filtri a maniche. Gli impatti ambientali saranno ancora minori rispetto alle altre unità di produzione che, comunque, rispettano le normative ambientali sulle emissioni di gas in atmosfera. L'impianto sarà il più grande al mondo che impiega questa nuova tecnologia.

Con queste finalità è stato istituito a Civitavecchia un Osservatorio ambientale di cui Umberto Veronesi, uno dei maggiori esperti internazionali nello studio e nella ricerca contro i tumori, ha accettato di ricoprire il ruolo di Supervisore scientifico. L'Osservatorio, fra le più qualificate strutture di controllo e sorveglianza della qualità dell'ambiente oggi esistenti in Italia, ha il compito di promuovere e coordinare le attività necessarie alla valutazione dello stato ambientale del territorio attraverso l'analisi dei livelli complessivi degli inquinanti dell'aria derivanti dalle diverse fonti (energia, trasporti, traffico urbano, porto e altri insediamenti industriali) e lo studio delle ricadute sugli abitanti della zona. >



Renzo Lorenzetti, Fuga (dall'energia)

In particolare, l'Osservatorio, nella sua qualità di organismo tecnico con funzione di indirizzo, controllo e garanzia, formula proposte e pareri allo scopo di promuovere e realizzare le attività necessarie alla valutazione dello stato ambientale del comprensorio, utilizzando anche il supporto tecnico-scientifico e amministrativo di organismi ed enti di ricerca pubblici e privati. L'Osservatorio, che sarà finanziato dalle principali industrie presenti nell'area, si è già dotato delle migliori attrezzature di rilevamento e monitoraggio in tempo reale della qualità dell'ambiente (fattori fisici, geologici, chimici, biologici, di inquinamento acustico, dell'aria, delle acque e del suolo) del centro laziale, a tutela della salute dei cittadini.

Il comitato di gestione, presieduto dal Sindaco di Civitavecchia, è composto da rappresentanti dell'Autorità portuale, dei Ministeri della Salute e dell'Ambiente, del Consorzio Universitario di Civitavecchia, dell'Istituto Superiore di Sanità e dei Comuni del comprensorio. Il comitato scientifico, composto da personalità di rilievo del mondo accademico e della ricerca, ha il compito di dettare le metodologie e convalidare i risultati raggiunti con un'importante funzione di guida, controllo e stimolo. L'Osservatorio opererà in stretto coordinamento con gli enti territoriali competenti: Arpa Lazio, ASL Roma/Fiumicino e Asp di Roma. Nella prima fase di attività dell'Osservatorio sono stati avviati diversi progetti, fra i quali un sito web e una raccolta di tutta la normativa in materia di ambiente, vigente a livello comunitario, nazionale e locale. In particolare, la realizzazione del sito web è uno strumento pensato per avvicinare l'istituzione al cittadino, facilitare la diffusione dei risultati degli stu-

Cosa cambia a Civitavecchia

Nel marzo 2004 sono iniziati i lavori di trasformazione a tecnologie a carbone pulito di tre dei quattro gruppi di produzione della centrale di Torvaldaliga Nord. Si è cominciato con la demolizione della caldaia del gruppo 4, la bonifica e scoibentazione di una parte del parco olii per la successiva demolizione e la preparazione delle aree destinate alle infrastrutture del cantiere. Le attività hanno comportato un progressivo incremento della manodopera che, alla fine dell'anno, ha coinvolto oltre 500 unità. Tra gli interventi previsti c'è anche la realizzazione di una banchina per lo scarico delle navi che trasporteranno il carbone e il calcare (molo principale) e per il carico delle navi

che trasporteranno gesso e ceneri derivate dalla lavorazione del carbone (molo secondario). L'entrata in servizio dei gruppi trasformati è prevista per il gruppo 4 nel 2007 e per i gruppi 2 e 3 nel 2008. Anche nell'area della vecchia centrale di Fiumaretta, in base agli accordi fra Enel e Comune, sono in fase avanzata le attività di demolizione, con l'obiettivo di restituire alla città, nell'arco di un anno, un'area utilizzabile per servizi di circa cinque ettari.

Il progetto ha generato un intenso dibattito locale che ha visto protagoniste diverse associazioni di base contrarie alla riconversione della centrale, riunite in un "cartello no-coke".

Acqua ossigenata

Enel, nell'ambito della realizzazione delle opere marittime a servizio della centrale di Torvaldaliga Nord, sta effettuando il reimpianto delle praterie di posidonia (una pianta marina capace di ossigenare le acque producendo in media 14 litri di ossigeno al giorno per metro quadro) dalle acque di Civitavecchia a quelle di Santa Marinella. In particolare, per ovviare alla dispersione di una porzione del manto vegetale sottomarino, conseguenza della realizzazione della nuova banchina, si sta realizzando il trapianto di 300.000 piante di posidonia per una superficie pari a 10.000 m² nella prateria di Santa Marinella. Si tratta del più grande esperimento di restauro di un fondale marino mai realizzato al mondo. Il progetto esecutivo della ripiantumazione è stato approvato dal Ministero dell'Ambiente che ne controlla

anche la corretta esecuzione. Il lavoro è seguito inoltre da esperti nominati dall'Autorità portuale ed è suddiviso in due parti. La prima riguarda l'espianto dalla Mattonara di Civitavecchia e il successivo reimpianto a Santa Marinella, poco più a sud. Le piantine, selezionate per qualità, vengono fissate al fondo sabbioso, a profondità comprese tra 9 e 13 metri con apposite cornici in cemento. L'operazione è iniziata nel mese di agosto 2004, ha impegnato quasi 50 persone e si è conclusa a marzo 2005. La seconda parte, che inizierà tre mesi dopo la fine delle operazioni di trapianto, servirà a valutare con campagne di controllo subacqueo il successo del progetto e durerà cinque anni. Nei primi due anni di questo controllo verranno sostituite le piante che non avranno attecchito o che saranno state asportate dal mare.

di, promuovere l'interattività, ascoltare e rilevare pareri e suggerimenti. I risultati dei monitoraggi saranno resi disponibili in tempo reale agli enti territoriali.

di, promuovere l'interattività, ascoltare e rilevare pareri e suggerimenti. I risultati dei monitoraggi saranno resi disponibili in tempo reale agli enti territoriali. ■

Combinare cicli e risultati

La tecnologia di produzione a ciclo combinato si basa sull'utilizzo di uno o più gruppi di generatori di elettricità con turbine a gas i cui scarichi alimentano con il loro calore residuo una caldaia. Il vapore prodotto dalla caldaia è utilizzato per il funzionamento di una turbina a vapore accoppiata a sua volta a un generatore.

Ecco le principali novità del 2004 in alcuni importanti impianti Enel che utilizzano questa tecnologia.

Porto Corsini. Gli interventi di trasformazione in ciclo combinato sono iniziati nel 1999, nel 2003 sono entrate in servizio le sezioni trasformate e il loro pieno utilizzo ha avuto luogo nel corso del 2004. Gli in-

terventi, in particolare, hanno interessato la realizzazione di due sezioni di produzione recuperando in parte la sala macchine dei preesistenti gruppi 3 e 4 e demolendo le caldaie e la sala macchine delle unità 1 e 2. La trasformazione è stata completata con interventi architettonici finalizzati a mitigare l'impatto visivo, coerenti con le caratteristiche valide per tutta Enel. Nel corso del 2004 sono state poi realizzate le nuove strutture per uffici, >



Cattura e sequestro per la CO₂

Enel ha ospitato a Roma dal 19 al 23 gennaio 2004, nel proprio Centro Congressi, il secondo incontro del "Carbon Sequestration Leadership Forum" (CSLF), un'iniziativa internazionale che concentra la sua attenzione sullo sviluppo delle tecnologie di "cattura e sequestro" dell'ossido di carbonio (CO₂) valutate come possibili soluzioni per stabilizzare nel lungo termine le concentrazioni di gas serra nell'atmosfera.

Il CSLF si propone di monitorare progetti internazionali per lo sviluppo di nuove tecnologie in grado di rendere compatibile l'impiego dei combustibili fossili per la produzione energetica con la necessità di contrastare i cambiamenti climatici. Il Forum, nato per iniziativa del Ministero dell'Energia degli Stati Uniti, è stato inaugurato il 23 giugno 2003 in Virginia; nella riunione inaugurale si discusse delle

prospettive finanziarie, industriali, normative e tecnologiche connesse ai processi di cattura e sequestro dell'anidride carbonica e fu definito e siglato un accordo di cooperazione internazionale sul tema. L'incontro di Roma è stato utile per definire i protocolli per lo scambio di informazioni internazionali, presentare i più interessanti progetti congiunti e illustrare i percorsi di sviluppo del tema nei Paesi partecipanti.

portineria, parcheggi e si è cominciato a predisporre aree a verde per migliorare la visione dall'esterno dell'impianto.

Escatrón (Spagna). A novembre 2004 Enel ha ottenuto l'autorizzazione per la costruzione di una centrale a ciclo combinato nel comune di Escatrón, a 70 km da Saragozza. L'impianto sarà alimentato a gas naturale (è prevista l'alimentazione a gasolio come combustibile di emergenza), avrà una potenza di 800 megawatt e un rendimento intorno al 58%. Sostituirà un altro impianto a carbone a letto fluido pressurizzato da 70 megawatt e con un rendimento minore del 35%.

L'intervento include la costruzione di un gasdotto di circa 8 km che collegherà l'impianto alla rete nazionale di distribuzione del gas naturale, e la realizzazione di un bacino di accumulo dell'acqua di raffreddamento di circa 120.000 metri cubi in sostituzione dell'attuale parco carbone dell'impianto precedente.

Le elevate prestazioni del moderno impianto a ciclo combinato consentiranno di limitare sensibilmente l'impatto ambientale della centrale per quanto riguar-

da le emissioni in atmosfera di NO_x e CO₂, mentre, per quanto riguarda la SO₂ e le polveri sottili, si avrà un totale azzeramento delle emissioni. I lavori sono iniziati a maggio 2005 e l'entrata in esercizio dell'impianto è prevista per il luglio del 2007. Termini Imerese. Ad agosto 2004 Enel ha presentato le richieste per il raddoppio del ciclo combinato della centrale di Termini Imerese, in provincia di Palermo, dove recentemente era già entrato in servizio un impianto a ciclo combinato che riutilizza la turbina a vapore esistente. Il raddoppio consiste nell'installazione di un'ulteriore turbina a gas utilizzando la stessa turbina a vapore. La potenza del gruppo sarà di circa 780 megawatt e il suo rendimento del 56%. L'intervento porterà a un sensibile abbattimento delle emissioni annue: 98% per la SO₂, 85% per gli NO_x, 76% per la CO e 95% per le polveri sottili. L'entrata in esercizio del gruppo è prevista per l'estate 2007.

Santa Barbara. Nel novembre 2004 Enel ha ottenuto le autorizzazioni per realizzare una sezione a ciclo combinato, alimentata con gas naturale, nella centrale

di Santa Barbara, a Cavriglia, Arezzo. Questo impianto, della potenza elettrica di circa 390 megawatt, va a sostituire uno degli impianti più vecchi del parco termoelettrico Enel (fine anni Cinquanta), costituito da due sezioni da 125 megawatt a lignite. La trasformazione include anche la costruzione da parte di Enel di un metanodotto di circa 6 km per la connessione alla rete gas SNAM. Inoltre, verrà eseguita la manutenzione straordinaria dei sistemi idraulici esterni alla centrale, da parte di Enel, e la realizzazione da parte di Terna, su richiesta del Gestore della Rete di Trasmissione Nazionale (GRTN), di una nuova stazione elettrica a 380 chilovolt, in vista di un futuro sviluppo della rete di distribuzione.

Con questa trasformazione l'efficienza energetica della centrale di Santa Barbara sarà pari a circa il 56%. Netto miglioramento anche delle prestazioni ambientali: riduzione del 100% delle emissioni di SO₂ e di particolato, dell'80% di NO_x, del 50% di CO, del 30% di CO₂, nonché una riduzione del consumo di acqua del 30% circa. ■

Un sistema per l'ambiente

L'introduzione di Sistemi di Gestione Ambientale (SGA) nei propri impianti e nelle proprie attività consente a Enel di rispondere con efficacia e tempestività alle disposizioni di legge e ai problemi ambientali connessi alle sue attività produttive e di distribuzione di energia elettrica. Per la divisione Generazione ed Energy Management l'obiettivo è far operare tutti gli impianti di produzione che al 2008 potranno essere ancora chiamati in esercizio dal Gestore Unico. Il sistema, certificato secondo la norma ISO 14001:1996, deve essere adeguato all'entità degli impatti provocati dai diversi processi di produzione e funzionale al raggiungimento degli obiettivi stabiliti dalle direttive aziendali. Le linee guida della applicazione dei sistemi sono due. Il primo, sensibilizzare e formare adeguatamente il personale coinvolto nella gestione ambientale ai diversi livelli; il secondo, sviluppare un processo di controllo ambientale interno che costituisca uno strumento capace di assicurare costantemente il monitoraggio e la rispondenza della gestione ambientale alla politica e agli obiettivi stabiliti, nonché la conformità alla legislazione applicabile. Le unità di produzione attualmente certificate secondo la norma internazionale ISO 14001:1996 gestiscono il 70% dell'attuale potenza elettrica installata di GEM, a fronte del 51% del 2003. >



Nicola Caracciolo, *Energia è vita!*...

Microrganismi da fiuto

Il controllo della qualità dell'aria mediante l'uso di organismi vegetali, detto biomonitoraggio, si basa sulle variazioni ecologiche indotte dall'inquinamento. Alcuni organismi, in particolare licheni, muschi e alcune piante superiori, hanno la capacità di assorbire e accumulare i contaminanti persistenti, generalmente presenti nell'atmosfera in concentrazioni molto basse. Questi organismi sono stati largamente impiegati nel controllo di metalli, radionuclidi e non-metalli come zolfo e fluoro. Enel ha eseguito controlli di tipo biologico integrato per sorvegliare le emissioni da diverse centrali elettriche (Rossano Calabro, Civitavecchia,

Montalto di Castro e Fusina) con risultati del tutto ottimali, confermando quanto già rilevato dalle reti di controllo fisico-chimico in uso attorno agli impianti. I biomonitoraggi hanno permesso una copertura e un controllo del territorio su aree estese attorno alle centrali, tenendo anche conto delle caratteristiche specifiche della flora e della fauna presenti. Attualmente sono in corso monitoraggi biologici sulle centrali di Termini Imerese e La Casella; nell'immediato futuro saranno attivate, su richiesta del Ministero dell'Ambiente, reti di biomonitoraggio anche attorno alle centrali di Torrevaldaliga Nord e Santa Barbara.

Anche l'Area di Business Rete Elettrica della divisione Infrastrutture e Reti ha adottato un Sistema di Gestione Ambientale, sviluppato in conformità con la norma di riferimento ISO 14001:1996, primo passo per la futura registrazione EMAS 2.

Gli aspetti ambientali significativi per la rete elettrica, valutati in condizioni normali, sono: produzione di rifiuti, generazione di campi elettrici e magnetici, presenza degli impianti, detenzione di olii anche contenenti policlorobifenili (PCB), detenzione e uso di esafluoruro di zolfo (SF₆), perdite di energia in rete, scarichi idrici, inquinamento acustico, detenzione di materiali contenenti amianto: invece gli aspetti ambientali significativi in casi eccezionali sono: versamento accidentale di sostanze pericolose e incendio. Il Sistema di Gestione Ambientale adottato dall'Area di Business Rete Elettrica è stato certificato ISO 14001:1996. Come per tutte le certificazioni di questo tipo, il certificato ha validità tre anni e attesta che la Società ha adottato un sistema di gestione ambientale di tutte le attività relative alla distribuzione di energia elettrica, incluse quelle di progettazione, gestione, sviluppo e manutenzione della rete elettrica. Il Sistema di Gestione Ambientale è, infatti, applicato da Enel Distribuzione su tutto il territorio nazionale includendo sia la Sede Centrale, le 11 unità territoriali Rete articolate in 11 Centri Alta Tensione, 29 Esercizi e 129 Zone, sia gli impianti, con oltre 1 milione di km di elettrodotti (19.000 km di linee in alta ten-

sione, 334.000 in media tensione e 732.000 in bassa tensione), e più di 400.000 cabine di trasformazione dell'energia elettrica (suddivise in 2.000 cabine di trasformazione da alta a media tensione e 409.000 cabine di trasformazione da media a bassa tensione). Il Sistema garantisce controllo e verifica continui di tutti gli aspetti ambientali significativi connessi. Da rilevare che Enel Distribuzione è la seconda società in Europa a ottenere questo tipo di certificazione su una rete elettrica di così rilevanti dimensioni.

A Larderello, un secolo fa

Il 4 luglio 2004 Enel ha festeggiato il centenario della geotermia: cento anni fa, per la prima volta nella storia, il vapore contenuto sotto la crosta terrestre è stato utilizzato per produrre energia elettrica. L'area di Larderello, in Toscana, costituisce forse l'esempio più importante al mondo di sito geotermico, anche in considerazione del fatto che il 10% della produzione



geotermica mondiale è lì racchiuso. Il processo geotermico parte dalla realizzazione dei pozzi, con perforazioni che arrivano a sfiorare i 5.000 metri di profondità, dove nelle rocce calde permeabili si trova il vapore prodotto dalla circolazione di acque profonde. A causa della impermeabilità del terreno di copertura, questi vapori non sempre raggiungono la superficie. I pozzi di estrazione servono per rendere disponibile il vapore attraverso il drenaggio dalle zone permeabili profonde. Enel utilizza tecnologie di perforazione in grado di fronteggiare le particolari caratteri-

stiche del terreno, del fluido e delle temperature. Un pozzo può produrre anche 200 tonnellate di vapore l'ora, sebbene la quantità media sia di 60 tonnellate. Per produrre 1 chilowattora di energia bastano 7-8 chili di vapore. Una volta fuoriuscito dai pozzi, il vapore viene incanalato in tubature e condutture che, nel caso di Larderello, si estendono per 222 km; altri 244 km di tubazioni di altro tipo sono invece utilizzate per la reiniezione dei fluidi nei pozzi, un processo che serve per restituire all'ecosistema parte dei fluidi utilizzati nel processo di produzione rispettando così l'equilibrio dell'intero sistema geologico dell'area. Tra la zona di Larderello, nella Val di Cecina, e l'Amiata Enel ha 32 centrali alimentate da 392 pozzi di produzione che utilizzano 55 pozzi per la reiniezione. Nell'insieme queste centrali hanno una potenza effettiva di 699 megawatt e producono energia pari al 25%

del fabbisogno di tutta la Toscana. Le centrali sono tutte automatizzate dal 1987 e sono gestite da un centro di teleconduzione. Quale ulteriore attenzione verso l'ambiente, il territorio e la qualità dell'aria, Enel ha sviluppato una tecnologia per l'abbattimento di alcuni componenti gassosi presenti nel fluido geotermico. Si tratta del processo "Abbattimento Mercurio e Idrogeno Solforato" (AMIS). Gli impianti AMIS sono destinati a contribuire al miglioramento della qualità dell'aria eliminando anche gli odori particolari dei siti geotermici, a tutto vantaggio della popolazione residente. AMIS opera già in 3 installazioni e altre 14 saranno realizzate nei prossimi due anni: il valore ambientale di questa tecnologia è stato riconosciuto alla fine del 2003 da Legambiente che ha premiato il progetto con il "Premio Innovazione Amica dell'Ambiente". ■



Giancarlo Caroti, *Forme nella campagna toscana*

Il "Tele" è anche riscaldamento

L'energia geotermica viene utilizzata anche per scopi diversi dalla generazione di energia elettrica, come la fornitura di calore sia per abitazioni sia per attività industriali o imprenditoriali. Tra i modelli di impresa che fanno uso del calore geotermico possiamo citare: Floramiata, un moderno stabilimento di floricoltura nei pressi del Monte Amiata che ricava dalla geotermia il calore necessario per i suoi impianti che coprono una superficie di 22 ettari e sono strutturati in tre centri differenziati; il caseificio Ricci, nel Comune di Monterotondo Marittimo (Grosseto), che utilizza calore geotermico per il processo di produzione e stagionatura e, nella stessa area, l'impresa Arcadia che alleva maiali

di razza cinta senese per la produzione di carne e insaccati; la società Parvus Flos che con le sue serre nel Comune di Radicondoli produce ortaggi e fiori. Non ultimo l'uso del calore per il riscaldamento delle abitazioni: in Val di Cecina, infatti, tutte le case dell'abitato di Pomarance e dei centri limitrofi dell'abitato di Castelnuovo di Val di Cecina (Pisa), di Sasso Pisano (Pisa) e del centro di Monterotondo (Grosseto) vengono riscaldate grazie al calore geotermico con evidenti benefici per l'ambiente e per l'economia locale. Il fluido geotermico convogliato in uno scambiatore riscalda acqua che circola in un circuito secondario. Questa acqua calda trasporta l'energia termica nelle abitazioni.

Il vento in primo piano

Il 21%, al netto degli apporti da pompaggio, della produzione complessiva di energia elettrica di Enel proviene da fonti rinnovabili. Nel 2004 Enel ha messo in esercizio 13 nuovi impianti, realizzati secondo criteri di compatibilità ambientale, per un totale di 128 nuovi megawatt idroelettrici, geotermici ed eolici. In particolare, nel settore eolico Enel ha messo in produzione cinque nuovi impianti in Sicilia e Sardegna per 117 megawatt, pari a quasi la metà di tutte le nuove installazioni eoliche in Italia. Con queste nuove realizzazioni, Enel è diventato il secondo produttore nazionale di energia eolica, con un totale di 247 megawatt installati.

Il piano di sviluppo nel settore prevede per il 2005 investimenti per 240 milioni di euro: saranno avviati più di 20 impianti, ossia uno ogni due settimane circa.

A queste iniziative nell'eolico, si affiancano un nuovo piano di esplorazione geotermica e l'attivazione dei servizi di manutenzione idro, con l'obiettivo di accrescere le conoscenze specifiche nella manutenzione dei grandi impianti.

Anche nelle fonti rinnovabili l'impegno ambientale di Enel continua con le certificazioni ISO 14001 ed EMAS previste per tutte le centrali e con gli impianti AMIS per l'abbattimento del mercurio e dell'idrogeno solforato delle centrali geotermiche.

All'estero, è continuato l'impegno di Enel Unión Fenosa Renovables (società attiva nella costruzione di impianti a fonti rinnovabili in Spagna, acquisita all'80% da Enel) per l'avvio di un programma di sviluppo idroelettrico ed eolico che porterà al raggiungimento di 300 nuovi megawatt entro il 2007. Sono inoltre in corso

le attività per la realizzazione di una nuova centrale geotermoelettrica da 40 megawatt in Salvador per La Geo, società elettrica salvadoregna di cui Enel detiene una percentuale minoritaria del capitale. A fine 2004 Enel Latin America ha iniziato la costruzione di una nuova centrale idroelettrica in Guatemala da 12 megawatt. ■



Energia verde al 100%

Enel Energia è il primo operatore del mercato libero dell'energia elettrica che ha ottenuto la certificazione "100% Energia verde", il marchio dell'energia "ecologica" riconosciuto e sostenuto da

Legambiente, dal WWF, dalle principali Associazioni di Consumatori e dall'Associazione dei Produttori di Energia Rinnovabile (APER). La certificazione è parte integrante e sostanziale della nuova offerta sviluppata da Enel Energia.

Il cliente che aderisce all'iniziativa può valorizzare la sua scelta a favore dell'ambiente apponendo sui suoi prodotti il marchio "100% Energia verde".

Per aderire al "contratto verde", il cliente deve acquistare un certificato Renewable Energy Certificates System (RECS) dal Gestore della Rete di Trasmissione Nazionale (GRTN), che attesta che una determinata quantità di energia elettrica è generata da fonti rinnovabili. Il RECS è un programma europeo per la valorizzazione delle energie rinnovabili. I

certificati vengono rilasciati al produttore di energia da fonti rinnovabili in proporzione all'energia generata e sono venduti in un mercato distinto da quello dell'energia elettrica, che non risente delle limitazioni legate alla trasmissione e alla distribuzione.

Hanno già aderito all'offerta di Enel Energia la Società Generale Acque Minerali, titolare dei marchi Acqua Lete, Acqua Prata e Acqua Frizzarella, che ha supportato l'iniziativa anche con una campagna pubblicitaria su radio, stampa e sui principali circuiti televisivi; la ATA Hotels, uno tra i principali operatori italiani nel settore turistico alberghiero, che ha acquisito la certificazione per le strutture del Tanka Village Resort di Cagliari e del Naxos Beach Resort di Taormina; la Mirage, azienda leader nel settore dei pavimenti e rivestimenti che ha voluto impiegare energia verde per l'intera catena pro- ➤

Acqua ed eolico per 40.000

Il più grande parco eolico Enel in Sardegna (produce elettricità per circa 20.000 famiglie) si trova nel territorio di Tula (Sassari) a circa 680 metri di altitudine. Inaugurato nella primavera 2004, il parco eolico si compone di 28 aerogeneratori, le pale eoliche, per una potenza installata di circa 24 megawatt, in grado di evitare l'immissione in atmosfera di 32.000 tonnellate l'anno di anidride carbonica. Un impianto realizzato rispettando il paesaggio, le attività preesistenti e il contesto naturalistico dell'area. I generatori, infatti, sono stati installati lungo le fasce antincendio del comprensorio forestale utilizzando le piste esistenti. È stato inoltre riutilizzato sul posto tutto il materiale degli

scavi in modo da conservare tonalità di colore tipiche del luogo e sono state messe a dimora numerose piante ad alto fusto della macchia mediterranea autoctona. La viabilità di accesso al parco eolico da Tula e da Erula è stata migliorata rendendo più agevole il collegamento tra i due comuni. L'area dell'impianto sovrasta un altro importante sito: il bacino idroelettrico del Coghinas, che alimenta la centrale omonima. Acqua e vento si coniugano così in questa zona del Monte Acuto dove l'energia generata da fonti rinnovabili, eolica e idroelettrica, è pari al fabbisogno energetico di circa 40.000 famiglie ed evita l'immissione di circa 60.000 tonnellate annue di anidride carbonica in atmosfera.

duttiva nell'Appennino modenese del "Granito Ceramico"; il Grande Albergo Cipriani di Roccaraso; le Cartiere Cario-laro nella provincia padovana; il Prosciut-tificio Brendolan nella provincia vicentina; il Comune di Viareggio per le proprie strutture scolastiche; l'Auditorium Parco della Musica di Roma.

Questo tipo di fornitura costa al cliente una quota di circa il 3,5% in più sulla propria bolletta. Il cliente ottiene un ri-torno d'immagine e un miglioramento del valore della sua reputazione che, se gestito a dovere, può superare qualsiasi aspettativa. Una parte del margine di Enel Energia viene devoluto alla REEF Onlus, l'Associazione proprietaria del marchio "100% Energia verde", per lo sviluppo e la promozione delle energie rinnovabili. ■

La sfida dell'idrogeno

L'idrogeno è l'elemento chimico più dif-fuso in natura, ma la sua molecola non si trova libera, deve essere prodotta da so-stanze complesse (acqua, metano, eta-nolo, carbone, biomasse); per questo non si può considerare una "fonte pri-maria" di energia. L'idrogeno può essere prodotto in diversi modi, e questo è im-portante per la diversificazione delle fon-ti energetiche primarie. Può essere pro-dotto da sostanze fossili o dalle biomas-



Claudio Critelli, *Cipresso*

se con un processo detto di "gassifica-zione" e può essere separato dall'acqua attraverso il processo di elettrolisi. L'idro-

geno immagazzina l'energia spesa per produrlo e può essere conservato e tra-sportato. Funziona come un normale

combustibile o come una batteria; un "vettore energetico", cioè un mezzo con cui trasportare energia.

I vantaggi dell'impiego di questo vettore stanno nel fatto che, al momento del suo utilizzo, genera solamente acqua e, in caso di combustione in aria, ossidi di azoto. Non sono quindi emessi altri inquinanti né CO₂. L'idrogeno può essere utilizzato, per la produzione elettrica di piccola taglia, in celle a combustibile in cui la conversione energetica, effettuata per via elettrochimica, è estremamente efficiente e a emissioni nulle. Per la produzione di media e grande taglia, l'idrogeno può essere utilizzato come combustibile in turbine a gas opportunamente modificate.

Le ricerche condotte da Enel nel campo dell'idrogeno si sviluppano su due fronti: quello della produzione e quello dell'utilizzazione. Per il primo, le attività sono concentrate sulla produzione di idrogeno da carbone con l'obiettivo di ridurne al minimo il costo attraverso l'impiego della fonte fossile più economica e grazie alle possibili integrazioni tecnologiche con gli impianti di Enel alimentati a carbone. Sul fronte dell'utilizzazione le ricerche sono invece orientate allo sviluppo e alla dimostrazione di cicli innovativi ad altissima efficienza che siano in grado di produrre energia elettrica con emissioni zero.

Per sperimentare questa tecnologia, Enel utilizzerà un impianto pilota presso la

centrale termoelettrica Pietro Vannucci di Bastardo, vicino Perugia. Inoltre, nell'ambito del Consorzio Hydrogen Park-Marghera, Enel ha firmato nel 2004 l'accordo per la realizzazione di uno dei più importanti poli mondiali per la produzione e l'utilizzo dell'idrogeno e per il suo sviluppo. Enel sta anche studiando la possibilità di realizzare un altro impianto sperimentale di produzione di idrogeno da carbone e successivo ciclo termoelettrico a idrogeno presso il polo produttivo di Fusina/Marghera: un ciclo combinato di taglia industriale (16 megawatt) alimentato a idrogeno che produrrà energia elettrica nel 2007. Sarà il primo impianto al mondo di questo tipo. ■

Kyoto: cosa è e cosa significa per Enel

Nel dicembre 1997, nell'ambito della terza conferenza delle Parti (COP 3), viene sottoscritto in Giappone il Protocollo di Kyoto che impegna i Paesi industrializzati e in transizione verso un'economia di mercato a contenere le emissioni globali di gas serra. Il rispetto di questi impegni comporterebbe, entro il periodo compreso fra il 2008 e il 2012, una riduzione di non meno del 5% delle emissioni complessive annue di gas serra di questi stessi Paesi rispetto ai preoccupanti livelli del 1990.

Le quote di riduzione per ciascun Paese sono differenziate. Ogni Paese ha negoziato i propri obiettivi di riduzione: gli

USA dovranno contenere le proprie emissioni del 7% rispetto al 1990, al Giappone spetta un impegno di riduzione del 6%, mentre nessuna riduzione bensì una stabilizzazione delle emissioni (0%) è prevista per Russia, Ucraina e Nuova Zelanda. Alcune nazioni come la Norvegia, l'Islanda e l'Australia potrebbero addirittura incrementare, in modo controllato (rispettivamente +1, +10 e +8%), le proprie emissioni.

Per quanto riguarda l'Unione Europea, l'obiettivo globale di riduzione è stato fissato all'8%, ripartito però tra gli Stati membri sulla base di un accordo di suddivisione degli oneri (*burden sharing*)

sottoscritto dai ministri dell'Ambiente comunitari nel Consiglio Ambiente del 17 giugno 1998. Allo scopo di rispettare tale impegno, nel dicembre 2002 il Comitato Interministeriale per la Programmazione Economica (CIPE) con deliberazione n. 123 ha approvato il Piano Nazionale per la Riduzione dei gas a effetto serra (PNR).

Il piano prevede, per il 2010, due scenari: quello tendenziale, costruito tenendo conto delle misure già avviate o comunque decise per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, e quello di riferimento, elaborato sulla base di misure individuate al 30 giugno 2002 e da atti- ➤

vare entro il periodo di validità del piano medesimo.

In particolare, nello scenario di riferimento erano indicati, per ciascun settore produttivo (industrie energetiche, costruzioni, trasporti, civile, agricoltura), i rispettivi limiti alle emissioni.

Recentemente, il 20 aprile 2004, il Ministero delle Attività Produttive, di concerto con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, ha pubblicato lo sche-

ma di Piano Nazionale d'Assegnazione (PNA o NAP) delle quote di emissione che il Governo italiano intende attribuire ai settori di attività inclusi nella direttiva 2003/87/CE. Il PNA disciplina peraltro le modalità di calcolo e attribuzione della riserva di quote destinate ai cosiddetti "nuovi entranti", ovvero gli impianti che entreranno in esercizio durante il triennio 2005-2007. Sono seguite due ulteriori versioni in bozza, pubblicate rispettivamente a luglio 2004 e a febbraio 2005. Nell'ultima versione sono state presentate per la prima volta ipotesi di allocazione a livello di singolo impianto. Il PNA è ora oggetto di analisi da parte della Commissione Europea che valuterà se accettarlo o meno.

Enel ritiene che il PNA, così come proposto dai Ministeri delle Attività Produttive e dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, possa essere accettato in

quanto, come già detto, mira a salvaguardare sia la sicurezza degli approvvigionamenti attraverso un opportuno riequilibrio del mix dei combustibili sia la competitività delle imprese italiane.

A ogni modo, la gestione delle emissioni di CO₂ rivestirà un ruolo sempre più importante nella definizione delle strategie di Enel, visto l'esistente parco centrali termoelettriche e i progetti di riconversione. Il piano di riconversioni di Enel è ben bilanciato e sufficientemente diversificato: l'incremento di emissioni dovuto a una maggiore produzione a carbone sarà compensato da un altrettanto importante cambio di scelta della fonte energetica. Si passerà dall'uso di olio combustibile ai più moderni ed efficienti Combined Cycle Gas Turbine (CCGT) che impiegano appunto gas, il cui fattore di emissione CO₂ è inferiore alla metà di quello dell'olio combustibile.

Il sole nella lampada

Continua l'impegno di Enel nel progetto "Archimede" in collaborazione con Enea, Ente nazionale energie alternative: la prima applicazione a livello mondiale di integrazione fra un ciclo combinato a gas e un impianto solare termodinamico. Enel ed Enea stanno studiando la possibilità di realizzare l'impianto sperimentale presso la centrale di Priolo Gargallo (Siracusa). Il grande impianto solare sorgerà in un'area adiacente di proprietà di Enel e incrementerà la potenza dell'esistente centrale a ciclo combinato di 20 megawatt, consentendo di produrre energia elettrica aggiuntiva di fonte solare (capace di soddisfare il fabbisogno di una città di 20.000 abitanti), un risparmio di 12.500 tonnellate equivalenti di petrolio l'anno e minori emissioni di CO₂ per 40.000 tonnellate l'anno. "Archimede" utilizzerà una tecnologia ad alto rendimento che produrrà energia elettrica dal sole, anche di notte e quando il cielo è coperto, grazie a una miscela di sali in grado di conservare a lungo il calore raccolto durante il giorno. Nel 2004 sono state svolte le attività relative al progetto funzionale dell'impianto: sono stati analizzati gli aspetti di integrazione col ciclo combinato ed è stata effettuata la progettazione preliminare dei componenti principali.



Enel è quindi pronta ad accettare la sfida del mercato delle emissioni di anidride carbonica avendo adottato negli anni passati una politica ambientale orientata ad applicare tecnologie innovative, a migliorare continuamente l'efficienza dei propri processi industriali e ad attuare una gestione dei propri impianti in sintonia con le procedure internazionali richieste dai sistemi di certificazione ISO 14001 e di registrazione EMAS.

Questa linea di condotta ha portato Enel a sottoscrivere, già nel 2000, insieme ai Ministeri dell'Ambiente e dell'Industria, un Accordo volontario per il contenimento delle emissioni di gas serra, con l'impegno di conseguire per il 2006 una riduzione delle proprie emissioni di CO₂ soprattutto attraverso misure e interventi nel campo termoelettrico, delle fonti rinnovabili e sulla rete di distribuzione. ■



Danilo Tanara, *L'energia cammina sul filo*

Contenzioso in materia ambientale

Secondo quanto pubblicato anche nel Bilancio consolidato Enel per il 2004, il contenzioso in materia ambientale riguarda, principalmente, l'installazione e l'esercizio di impianti elettrici e presenta problematiche comuni per Enel Distribuzione e per Terna, succedute a Enel nei relativi rapporti.

Enel Distribuzione e Terna sono convenute in vari giudizi, civili e amministrativi, nei quali vengono richiesti lo spostamento o la modifica delle modalità di esercizio delle porzioni di rete elettrica di proprietà o nella disponibilità delle stesse, adducendo la loro presunta potenziale dannosità, nonostante gli impianti siano stati installati nel rispetto della normativa vigente in materia.

Nell'ambito di taluni procedimenti sono state avanzate anche richieste di risarcimento dei danni alla salute asseritamente conseguenti all'esposizione ai campi elettromagnetici. Sotto il profilo processualistico è frequente il ricorso a procedure di urgenza per ottenere, in via cautelare, la sospensione o la modifica delle condizioni di esercizio degli impianti da parte di coloro che risiedono in prossimità degli stessi.

Tuttavia è da rilevare la tendenza positiva per Enel sull'andamento del contenzioso in questione. Sotto il profilo delle decisioni intervenute in materia, va infatti segnalato che solo in sporadici casi si sono avute pronunce sfavorevoli, in sede cautelare peraltro, tutte impugnate. Allo stato attuale, nel merito non vi sono sentenze negative passate in giudicato e in nessun caso è stata accolta domanda di risarcimento danni alla salute.

Con specifico riguardo a Enel Distribuzione, vanno segnalate anche controversie concernenti i campi elettromagnetici delle cabine di media e bassa tensione poste all'interno di edifici, peraltro sempre rispettosi dei limiti di induzione previsti dalla normativa nazionale. La situazione relativa a questo contenzioso si è evoluta in senso più favorevole per Enel a seguito

dell'entrata in vigore della legge quadro sulla tutela dall'inquinamento elettromagnetico (n. 36 del 22 febbraio 2001) e dei relativi decreti di attuazione, il DPCM 8 luglio 2003, n. 11719 e il DPCM 8 luglio 2003, n. 11723.

La nuova normativa, infatti, ha inteso armonizzare l'intera materia sul territorio nazionale con la definizione di "limiti di esposizione", di "valori di attenzione" e degli "obiettivi di qualità", concretamente individuati dai suddetti decreti attuativi del 2003. La nuova normativa riguarda sia le infrastrutture a bassa frequenza, quali le linee di trasmissione e distribuzione e le cabine di distribuzione, sia le infrastrutture ad alta frequenza, quali quelle utilizzate per la telefonia, inclusi i servizi di telefonia mobile. È previsto, inoltre, un programma di dieci anni, a partire dall'entrata in vigore di questi decreti, per il risanamento della rete nazionale e per il suo adeguamento ai nuovi livelli di esposizione nonché la possibilità di recupero integrale o parziale, tramite le tariffe, degli oneri sostenuti dai proprietari delle linee di trasmissione e distribuzione e delle cabine, secondo criteri che saranno determinati dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas, ai sensi della legge n. 481/95, trattandosi di costi sopportati nell'interesse generale.

Sono pendenti inoltre talune vertenze in materia urbanistica, paesaggistica e ambientale, connesse con la costruzione e l'esercizio di alcuni impianti di produzione e di linee di trasmissione e distribuzione. L'esame di tali vertenze fa ritenere, in linea generale, come remoti eventuali esiti negativi. Per un numero limitato di giudizi non si possono tuttavia escludere esiti sfavorevoli le cui conseguenze potrebbero consistere, oltre che nell'eventuale risarcimento dei danni, nel sostenimento di oneri connessi alle modifiche degli impianti e alla loro temporanea indisponibilità. Si tratta di oneri allo stato attuale non oggettivamente determinabili.

SICURI CHE IL VENTO NON SI POSSA CATTURARE?

OGNI GIORNO, TRASFORMIAMO LE ENERGIE NATURALI IN ENERGIA. Siamo stati i primi a credere nell'energia prodotta dal sole, dall'acqua, dal vento, dalla terra. E oggi, siamo tra i primi al mondo nell'utilizzo delle energie rinnovabili. Per noi sono risorse preziose, perché, oltre a essere pulite e inesauribili, contribuiscono a salvaguardare l'intero patrimonio energetico. E molto, molto di più. www.enel.it

Enel
L'ENERGIA CHE TI AGGIUNTA

Campagna energie rinnovabili

PIÙ RENDIMENTO, MENO EMISSIONI

Nel 2004, con il completamento della prima delle due sezioni della centrale di Termini Imerese (Palermo), gli impianti a ciclo combinato ad altissimo rendimento (55%) hanno superato i 5.000 megawatt installati. Potenza che crescerà di altri 1.100 megawatt quando saranno ultimati i lavori di trasformazione delle centrali di Termini Imerese e di Santa Barbara (Arezzo). La quota di gas ad alto rendimento consente a Enel di impiegare nel proprio parco produttivo anche combustibili più 'poveri', utilizzati in presenza di tecnologie avanzate, rendendo così più flessibile ed equilibrato l'insieme dei combustibili stessi. Infatti, nel 2004, il gas naturale e il carbone hanno contribuito rispettivamente per il 44% e per il 32% alla produzione termoelettrica lorda, mentre l'olio combustibile, con il 22%, si avvia a rivestire un ruolo marginale. Sempre nel 2004 è stato aperto il cantiere per la trasformazione a carbone della centrale di Torrevaldaliga Nord (Civitavecchia), che, grazie all'elevato rendimento (45% contro il 38% precedente) del nuovo impianto, sarà accompagnata anche da una riduzione delle emissioni di anidride carbonica. È inoltre proseguito l'impegno per le fonti rinnovabili: la relativa produzione di energia elettrica è aumentata di ben 2.800 milioni di chilowattora – facendo segnare, con oltre il 21%, il maggiore contributo alla produzione complessiva di energia elettrica del-

l'azienda nell'ultimo quinquennio – mentre la consistenza degli impianti ha fatto registrare in particolare il sostanziale raddoppio del parco eolico (ora di circa 250 megawatt) e il rinnovamento di tre centrali idroelettriche, per 150 megawatt complessivi. Rispetto al 2003 le emissioni specifiche di anidride solforosa (1,0 grammi per chilowattora termoelettrico netto), di ossidi di azoto (0,6) e di polveri (0,04) hanno registrato un incremento modesto (minore del 10%), dovuto alla modifica del mix combustibili. Il quadro sintetico dei risultati ambientali può essere completato: dal consistente aumento del riutilizzo delle acque reflue e dell'impiego di acqua di mare tal quale che, da sole, coprono il 35% del fabbisogno di acqua per uso industriale, nonostante l'incremento (28%) del fabbisogno idrico per la produzione termica; dall'elevatissima incidenza (95%) del recupero dei rifiuti speciali rispetto al quantitativo prodotto, con casi di recupero totale per le ceneri di carbone e il gesso da desolforazione; dal costante progredire dell'estensione delle linee elettriche di bassa e media tensione in cavo (cioè conduttore isolato) aereo e interrato, che ha raggiunto rispettivamente l'83% e il 39% dell'intera rete in bassa e media tensione. I risultati ambientali conseguiti nel 2004 permettono a Enel di guardare con ottimismo anche all'applicazione del Piano Nazionale d'Assegnazione, previsto dalla direttiva

va n. 2003/87/CE che istituisce un sistema per lo scambio di quote di emissioni dei gas a effetto serra nella Comunità. Il sistema si propone di contenere i costi di riduzione delle emissioni di anidride carbonica attraverso l'*emission trading*, uno dei meccanismi flessibili previsti dal Protocollo di Kyoto. Nonostante il lieve aumento (3%) rispetto al 2003 delle emissioni specifiche di CO₂ del parco termoelettrico, che sono passate dai 670 grammi per chilowattora termico totale netto del 2003 ai 690 del 2004, si evidenzia un'ulteriore riduzione delle emissioni specifiche totali di anidride carbonica, che sono passate dai 519 grammi per chilowattora totale netto del 2003 ai 504 del 2004. Rispetto al 1990, quando il dato era pari a 618 grammi per chilowattora totale netto, la riduzione è del 18%.

Nel 2004 è proseguita, inoltre, l'adozione volontaria di sistemi di gestione ambientale certificati:

- > la divisione Generazione ed Energy Management, nel cammino verso l'obiettivo di dotare tutte le "organizzazioni" (unità di Business) o centrali di produzione della certificazione ISO 14001 e di registrarle successivamente secondo il regolamento comunitario EMAS, ha finora certificato il 70% della capacità produttiva ISO 14001; il 28% è anche registrato EMAS;
- > è stata ottenuta la certificazione ISO 14001 dell'intera Area di Business Rete Elettrica della divisione Infrastrutture e Reti, evento accompagnato da un'imponente attività di formazione che ha coinvolto più di due terzi del personale operativo.

L'impegno di Enel verso l'ambiente si rivolge anche agli impianti all'estero, in particolare con programmi di miglioramento ambientale di quelli termoelettrici ubicati in Spagna e Bulgaria, e con incremento della produzione da fonti rinnovabili soprattutto attraverso interessanti iniziative nel settore geotermico in America Latina. Risultati e attività ambientali sono dettagliatamente trattati nel Rapporto ambientale Enel scaricabile da internet al collegamento http://www.enel.it/azienda/investor_relations/bilanci_documenti/bilancio_ambientale/.



IN 62.000 PER GARANTIRE LE ENERGIE MIGLIORI

Enel è un'azienda che a fine 2004 contava quasi 60.000 uomini e donne in 1.550 sedi in Italia e quasi 1.800 persone all'estero occupate nelle attività di produzione di energia elettrica, distribuzione e vendita di energia e gas, e servizi diversificati. Un'organizzazione complessa che deve essere gestita nella più attenta considerazione delle esigenze della strategia e nel rispetto dei collaboratori, anch'essi *stakeholder* dell'azienda.

Paolo Ruzzini, Direttore Personale e Organizzazione, si ispira nel suo lavoro a due valori fondamentali: "Due valori – dice – che ritengo i maggiormente strategici: la valorizzazione di tutte le nostre risorse e la trasparenza gestionale". E aggiunge: "Orientiamo il nostro lavoro quotidiano alla conoscenza e al dialogo con le risorse da gestire. Conoscenza e dialogo sono, cioè, le parole chiave per chi si occupa di personale in un'organizzazione e gestisce, dunque, le risorse più preziose per un'azienda: le persone, appunto. Ogni decisione, ogni azione dei colleghi e delle colleghe dell'area personale è fortemente orientata a una gestione sempre più individualizzata delle risorse e al loro coinvolgimento diretto nel raggiungimento degli obiettivi aziendali".

C'è una figura chiave in questo processo che è quella del Responsabile gestione risorse umane. Si tratta di una figura nuova che ha il compito di promuovere lo sviluppo delle competenze in un'ottica di eccellenza coerentemente con le esigenze delle linee operative e con gli obiettivi relativi a ogni settore dell'azienda. "Il tutto – dice Ruzzini – viene sorretto e divulgato attraverso una comunicazione organizzativa quanto più chiara e trasparente possibile". L'ambizione è chiara: co-



struire sempre più un modello Enel di gestione dei collaboratori. "Lo stiamo facendo attraverso le attività che stiamo sviluppando – spiega – certo, non è facile far sì che tante persone, con storie aziendali diverse, con competenze diversificate e altamente specialistiche condividano gli stessi valori, li travasino nei cambiamenti organizzativi sempre più veloci e li applichino al lavoro di tutti i giorni, ma proprio la complessità della nostra organizzazione ci ha spinti a elaborare e mettere a punto un modello gestionale ancorato all'eccellenza delle competenze e alla crescita delle risorse". E il modello, il sistema professionale di Enel è qualcosa di più di un semplice censimento delle capacità e abilità individuali. Nel corso del 2004 è stato aggiornato e rivisitato e oggi, come dice Ruzzini "costituisce un elemento di raccordo tra le strategie di crescita dell'azienda e le politiche di gestione delle sue risorse, dal reclutamento, ai processi di valutazione, alle scelte di sviluppo e formazione". Alla funzione Personale e organizzazione è delegato anche il dialogo con i rappresentanti sindacali delle persone che lavorano con Enel. Nel 2004 il dialogo con il sindacato è stato intenso, sia sotto il profilo negoziale sia sotto quello della realizzazione di importanti trasformazioni organizzative. Da questo punto di vista "l'appuntamento più significativo del 2004 credo sia stato la sottoscrizione, nel mese di dicembre, dell'accordo sindacale per la definizione del nuovo Premio di risultato".

L'accordo sostituisce la precedente normativa (definita nel 1996 e seguita da una lunga serie di proroghe). In pratica il premio si articola in due voci: la redditività aziendale, legata all'andamento generale dell'azienda, e l'incentivazione di produttivi-



Donatella Mancusi, *Un bucato di energia*

tà e qualità, finalizzata invece al raggiungimento degli obiettivi individuati dalle divisioni e dalle società. Un tema che invece ha impegnato nel primo semestre del 2004 le realtà territoriali incaricate della distribuzione di energia elettrica è stato la verifica del livello di mantenimento all'interno dell'azienda delle attività ritenute caratteristiche e distintive del settore elettrico, e il presidio operativo realizzato attraverso la reperibilità di chi deve garantire la continuità della produzione e del servizio.

“Nonostante qualche momento di più accesa contrapposizione – dice ancora Ruzzini – il monitoraggio si è concluso comunque positivamente, completando un processo cominciato nel 2002 e oggetto di un accordo nel luglio 2003”. Conclude Ruzzini: “Abbiamo infine avviato il dibattito sul tema dello sciopero. Ne parlo in ultimo per evidenziarne l'estrema rilevanza, dal momento che Enel assicura al Paese un servizio di pubblica utilità di primaria importanza. La discussione, che proseguirà anche nel 2005, verte sulla revisione dell'accordo sottoscritto nel 1991 sull'esercizio del diritto di sciopero nei servizi pubblici essenziali. Da parte di Enel c'è l'esigenza di preservare una normativa che per lungo tempo ha consentito l'esercizio del diritto di sciopero ai lavoratori elettrici senza riflessi sulla clientela. L'azienda propone peraltro anche qualcosa di nuovo: una sperimentazione circoscritta dello sciopero virtuale, vale a dire di una forma di protesta che, senza produrre una sospensione dell'attività lavorativa, non determina pregiudizio alla normale funzionalità del servizio. Se adottato, Enel realizzerebbe la prima significativa e rilevante esperienza nazionale in questa materia”.

Sicurezza, priorità assoluta

Da sempre energia e sicurezza sul lavoro rappresentano per Enel un binomio inseparabile. Nel corso del 2004, lo sforzo più impegnativo messo in atto dall'azienda è stato l'investimento sul piano della formazione e dell'organizzazione. Oltre 280.000 ore di formazione erogate (una media di 4,7 ore per persona, circa il 20% in più rispetto all'anno precedente) dedicate al tema della sicurezza sul posto di lavoro con istruzioni tecniche e requisiti operativi precisi. Più di 6.500 persone impegnate in varia misura nella tutela della sicurezza e della salute dei lavoratori (a fine 2004 più di 1 persona su 10 ricopriva in azienda incarichi di primo soccorso o ruoli specifici nei casi di emergenza). Lo sforzo di coordinamento delle risorse impegnate ha permesso di rispondere alle direttive di legge nonché di realizzare al meglio progetti e iniziative di prevenzione del rischio e gestione della sicurezza estesi a tutta l'azienda, anche in collaborazione con altre realtà del settore elettrico, come in materia di prevenzione del rischio elettrico per le attività nei punti di confine e di interferenza con terzi. La sicurezza dei lavoratori è uno degli obiettivi permanenti di Enel. Ma come è possibile controllarla e verificarne l'effettiva realizzazione? Per questo Enel ha adottato due indici: il tasso di frequenza, cioè il rapporto tra il numero degli infortuni e le ore lavorate (espresse in milioni), e l'indice di gravità, ossia il rapporto tra il numero di giorni di inattività a causa di infortuni e il numero di ore lavorate (questa volta calcolate in migliaia). Nel 2004, l'indice di frequenza è sceso a 9,4 mentre l'indice di gravità è risultato vicino allo 0,30 su un totale di 983 infortuni (1.033 un anno fa). Di questi, i tre casi di incidenti mortali che hanno riguardato persone di Enel sono stati dovuti a cause elettriche (2) e a un incidente stradale avvenuto durante l'orario di lavoro. Per quanto riguarda i lavoratori di aziende appaltatrici, durante l'esecuzione di lavori per conto Enel il numero di incidenti è rimasto costante, mentre risulta diminuito il numero di incidenti gravi e mortali di terzi connessi alle infrastrutture Enel.

Se l'opportunità è pari

Sono 12 donne, 6 designate dai sindacati che rappresentano le persone che lavorano in Enel, 6 indicate dall'azienda a vari livelli e in vari ambiti dell'organizzazione. È la Commissione per le Pari Opportunità di Enel, che lavora dal 1986. "Le pari opportunità sono sì un principio generale legato al divieto di discriminazione ma da noi questo principio trova concreta applicazione in tutti i campi di at-

tività", dice Paola Giannone, il Presidente. Enel è stata la prima azienda in Italia a costituire una simile Commissione ed è a tutt'oggi impegnata nell'analisi della situazione femminile in azienda e a proporre le soluzioni più appropriate per rimuovere gli ostacoli che possono rendere i percorsi lavorativi delle donne complessi e difficoltosi. "Nel corso degli anni – spiega Giannone – la Commissione ha avuto diversi rico-

noscimenti a livello nazionale ed europeo soprattutto per la sua natura bilaterale, che consente all'azienda e al sindacato di lavorare assieme su un tema così delicato e trasversale. Non solo, ma la sua collocazione all'interno della direzione Personale permette la traduzione delle proposte in interventi, progetti e iniziative".

La Commissione è stata quasi completamente rinnovata nei primi mesi del 2004: "Nel corso dell'anno è stato possibile, oltre che rispondere agli adempimenti di legge, come il Rapporto biennale sul per-



Alfredo Pizzighello, *Bucato al vento*

sonale femminile e maschile, promuovere nuovi contatti con le istituzioni, analizzare la fattibilità di nidi aziendali e presentare un progetto dedicato alle lavoratrici e ai lavoratori dei *contact center*". Rispetto agli obiettivi della Commissione per il 2005, dice Giannone, "diventa fondamentale il nostro impegno per il pieno sviluppo professionale delle risorse femminili e l'integrazione sistematica delle priorità e dei bisogni rispettivi delle donne

e degli uomini in tutte le politiche aziendali (*mainstreaming*). Inoltre, è stato avviato lo studio di misure specifiche per conciliare meglio la vita privata e quella lavorativa. La prima attività del 2005 – dice ancora Giannone – sarà promuovere all'interno di Enel una ricerca sulla popolazione femminile. L'ultima indagine di questo tipo è datata 1987. Da allora è cambiata l'azienda e sono cambiate anche le donne che vi lavorano". ■

A scuola di lavoro

Per Enel l'attività di formazione rappresenta uno strumento fondamentale per valorizzare le persone che vi lavorano. Soluzioni innovative per condividere la conoscenza, strategie orientate all'apprendimento continuo, approcci didattici originali, insieme a processi di selezione accurati, una costante attività di ricerca e un forte legame con il mondo universitario: sono questi gli strumenti con i quali Sfera, la società di Enel dedicata alla formazione, accompagna le diverse fasi dell'esperienza professionale delle persone che lavorano in azienda.

Le iniziative di formazione sono progettate in base alle specifiche esigenze organizzative e formative dei destinatari. Finalizzate a garantire un'integrazione dinamica delle competenze e a trasmettere e condividere i valori e la cultura di Enel, si articolano in: interventi di formazione manageriale, progetti per le competenze di mestiere, percorsi di forma-

zione istituzionale, progetti di *change management*, formazione su aree tematiche specifiche e a catalogo su conoscenze e capacità di base. Inoltre, le attività di addestramento specialistico coprono le più articolate esigenze formative dei processi tecnico-industriali e, in particolare, la formazione di chi è addetto all'esercizio e alla manutenzione degli impianti di generazione e di distribuzione dell'energia elettrica.

Per rispondere all'esigenza di un aggiornamento permanente, l'azienda utilizza dal 2001 il sistema Enel Distance Learning System (EDLS): un ambiente integrato di servizi di formazione a distanza accessibile dalla postazione di lavoro o da casa. Grazie a EDLS, le persone che lavorano in Enel, assistite costantemente da una squadra di *tutor* pronta a fornire chiarimenti e approfondimenti, possono seguire 1.400 corsi *on line*, articolati in diverse aree tematiche: dall'informatica

Codice Etico

Il corso dedicato al Codice Etico è stato realizzato nel 2002, all'indomani della pubblicazione del documento da parte di Enel, e aggiornato nel corso del 2004 con le modifiche apportate al testo nel corso della sua prima revisione.

Il corso, ispirato al principio di "auto-apprendimento *on line*", ha l'obiettivo di illustrare e diffondere la cultura del Codice in azienda. Ne riprende quindi i principali contenuti, soffermandosi sulle finalità istituzionali per cui è stato adottato, sui principi generali e sui criteri di condotta e proponendo l'analisi di un caso concreto di applicazione.

Il collaboratore può navigare tra cinque lezioni che compongono il corso, fruendone i contenuti multimediali e misurando il proprio livello di apprendimento con interazioni e test di autoverifica. Assegnato a tutto il personale Enel, il corso è stato pubblicato sia in versione *on line* sia su CD-ROM, in modo da poter essere utilizzato da tutte le persone.

alle lingue straniere, dalla sicurezza allo sviluppo manageriale, fino alle materie riguardanti più specificatamente il mondo Enel, come il corso dedicato al Codice Etico, recentemente aggiornato nei suoi contenuti per abbracciare anche le tematiche di base della responsabilità d'impresa dell'azienda. Oltre ai corsi, EDLS offre anche la possibilità di consultare una serie di strumenti utili per il lavoro e l'aggiornamento professionale: dizionari in italiano, inglese e francese, i quattro Codici (Civile, Procedura Civile, Penale, Procedura Penale) e le leggi complementari, *newsletter* tematiche (cui è possibile abbonarsi), siti utili e molto altro. ■

Come funziona la valutazione

La valutazione del personale è un processo aziendale teso alla valorizzazione delle risorse umane, che favorisce la messa a fuoco delle esigenze di formazione e delle opportunità di crescita professionale.

In Enel il sistema di valutazione, che sfrutta le potenzialità della rete intranet aziendale, rende possibile condividere con il proprio responsabile i risultati raggiunti e verificare gli eventuali interventi formativi ritenuti più opportuni.

In generale, il ruolo di valutatore è svolto dal responsabile di ciascuna unità organizzativa il quale ha il compito di valutare le persone che lavorano nella propria area. La 'vicinanza' tra valutato e valutatore permette di aumentare l'affidabilità del processo. Proprio per garantire il carattere di 'vicinanza' e conoscenza diretta, nelle unità organizzative più complesse è previsto un meccanismo di delega per cui il responsabile, d'accordo con la direzione Personale e Organizzazione, può indicare un dele-

gato per la valutazione dei collaboratori più a stretto contatto.

La persona valutata, dal canto suo, non è un soggetto passivo: all'interno del processo è previsto il colloquio di ritorno, un momento di scambio e di comunicazione da parte del responsabile dei punti di forza e delle aree di miglioramento rilevate nel collaboratore.

Questi colloqui, oltre a restituire all'a-

zienda elementi validi alla definizione di nuove azioni di sviluppo e di valorizzazione delle risorse, costituiscono l'opportunità di un riscontro formale delle competenze possedute e del contributo apportato da ciascuno al raggiungimento degli obiettivi dell'unità.

La direzione Personale e Organizzazione dà supporto e assistenza ai valutatori e svolge un ruolo fondamentale nell'analisi dei risultati e nella predisposizione delle azioni di gestione, formazione e sviluppo conseguenti. ■

Come si entra in Enel

Enel da qualche anno ha scelto di adottare una filosofia di gestione delle risorse umane orientata alla massima valorizzazione delle persone che vi lavorano e con l'obiettivo di costruire dall'interno sia i tecnici sia i manager del futuro. Per questo motivo Enel assume prevalentemente neolaureati e neodiplomati da far crescere all'interno dell'azienda e da formare nelle diverse professionalità.

In questo quadro, la selezione ha l'obiet-

tivo di garantire la rispondenza dei candidati prescelti al profilo di competenze atteso dai vari ruoli di ingresso nonché di consolidare la reputazione del marchio Enel sui segmenti più pregiati del mercato del lavoro. A tal fine Enel collabora attivamente con le principali Università sia offrendo sostegno alle iniziative formative di maggiore interesse sia incontrando gli studenti e offrendo progetti di tesi e di stage. In tutte queste occasioni Enel si

Insegnare l'ambiente

Il corso, sviluppato nel 2004 da Sfera, la società di formazione di Enel, presenta i contenuti specialistici del Sistema di Gestione Ambientale (SGA) dell'Area di Business Rete Elettrica. È un corso sviluppato in conformità alla norma UNI EN ISO 14001 e dà evidenza all'impegno

dell'azienda in questo senso attraverso anche la video-testimonianza dei suoi vertici. Il pubblico di riferimento del corso è tutto il personale dell'Area di Business Rete Elettrica, ma il percorso di utilizzo è stato differenziato per rispondere alle esigenze delle specifiche figure professionali:

responsabili di CAT (Centro Alta Tensione) e Zona, personale operativo, tecnici specialisti. Oltre alla video-intervista introduttiva, il corso propone contenuti multimediali, materiali di approfondimento, un insieme di utili collegamenti a siti internet e strumenti interattivi di autoverifica.



Giuliana Neroni, *Finalmente a casa*

propone come una azienda scuola, cioè come una di quelle aziende che arricchiscono fortemente chi vi lavora permettendo di partecipare a progetti importanti e stimolanti in un settore complesso e in grossa evoluzione.

Per garantire omogeneità nei rapporti con le Università e le scuole (oltre che la massima uniformità nell'utilizzo dei metodi e degli strumenti) il processo di selezione è governato centralmente dalla Ca-

pogruppo, che gestisce anche la banca dati aziendale.

I processi di selezione sono diversi secondo la natura e la quantità delle posizioni da ricoprire. In generale, sono previste sia prove di gruppo (attitudinali e di verifica delle conoscenze tecnico-professionali), sia colloqui individuali con il Personale e con le unità organizzative di destinazione. Per i giovani senza specifiche esperienze di lavoro la modalità di assunzione è co-

stituita dal contratto di inserimento. L'inserimento al lavoro viene realizzato con grande impegno e attenzione attraverso un processo graduale di conoscenza dell'azienda, bilanciando esperienze formative e lavorative. Al termine di questo periodo, è previsto un colloquio di verifica che, oltre a offrire un riscontro sulla selezione e su eventuali criticità emerse, consente di orientare il successivo sviluppo in azienda. ■

Comunicare 'a cascata'

Nel corso 2004 Enel ha avviato un processo di comunicazione interna che, 'a cascata', ha raggiunto le persone che lavorano in azienda. Il "Cascade" di Enel (questo il nome del processo) ha avuto inizio il 25 febbraio con una giornata interamente dedicata all'Enel Management Forum, occasione di incontro e scambio del vertice aziendale con i suoi collaboratori più stretti (100 dirigenti) sui temi strategici, organizzativi e operativi con cui Enel deve fare i conti. A partire da questo incontro, grazie a un notevole sforzo organizzativo, tutte le strutture di Enel e quindi le persone che vi lavorano sono state gradualmente portate a conoscere e chiamate a condividere gli obiettivi strategici e il percorso verso l'"eccellenza", la parola d'ordine con cui Enel intende esprimere l'impegno costante al miglioramento in tutte le sue attività.

In Enel, comunicare e condividere con i propri collaboratori i messaggi chiave del vertice è la prima responsabilità di ogni capo. È di fondamentale importanza che tutte le persone in Enel conoscano lo scenario in cui si posiziona l'azienda e gli obiettivi che si è prefissa.

Il "Cascade" non è soltanto un processo di comunicazione a una via: nel corso degli incontri realizzati nel corso dell'anno sono stati distribuiti questionari mirati a comprendere quali fossero le esigenze

del personale in ambito comunicativo. Questa attività di raccolta di *feedback* sarà ancora più capillare nel 2005 sia per quanto riguarda il "Cascade" sia per tutti gli altri canali di comunicazione interna. L'attenzione alla comunicazione all'interno di Enel è tale da aver portato alla co-

stituzione di un comitato di coordinamento per focalizzare le linee guida comuni e promuovere le migliori iniziative, avvalendosi degli strumenti a disposizione dell'azienda: dal giornale "Enel Insieme" alla Enel Tv, alla realizzazione del nuovo portale inEnel. ■



"Enel Insieme", il primo numero del mensile di comunicazione interna di Enel SpA

“Enel Insieme”

Alla fine di febbraio 2004 è uscito il primo numero di “Enel Insieme”, il mensile d’informazione dedicato a chi lavora in Enel. Pubblicato in doppia versione, a stampa e *on line* sulla intranet, è articolato in quattro sezioni principali: Il fatto, Azienda, Territorio e Mestieri. Il fatto ospita gli argomenti che ogni mese sono di maggiore attualità e impatto per Enel; Azienda copre un ampio ventaglio di temi, dai programmi commerciali ai processi produttivi, dalla sicurezza all’ambiente, dall’internazionale alla CSR; Territorio è la sezione dedicata alle iniziative, ai progetti e alle realtà di Enel nelle Regioni italiane; infine, Mestieri è uno spaccato trasversale su tutte le professionalità dell’azienda, da quelle più tecniche a quelle cosiddette di staff. Completano il giornale rubriche come Antiquities, una

sorta di “come eravamo”; Storie d’oggi, che racconta esperienze significative di colleghi impegnati, per esempio, nel sociale; Essere Enel, dedicata alle promozioni, alle convenzioni e alle iniziative previste mese per mese per chi lavora in Enel. L’ultima pagina ospita la posta dei lettori. E a proposito di posta, alla fine del 2004 alla casella di posta elettronica di “Enel Insieme” erano arrivate circa 200 e-mail (cui è sempre stata data una risposta). Da una distribuzione della versione a stampa a una popolazione parziale (22.000 copie destinate a chi in Enel non ha accesso alla intranet), si è passati alla fine del 2004 alla decisione di distribuire il giornale in formato cartaceo a tutta la popolazione Enel: da gennaio 2005 la tiratura è salita a 58.000 copie, mantenendo la versione *on line* presente sulla intranet.

Sono davvero come li vorresti tu?

“Intranet, giornale aziendale e Tv: sono davvero come li vorresti tu?": con questa domanda è stata lanciata a fine 2004 l’indagine effettuata, attraverso l’intranet aziendale, sugli strumenti di comunicazione interna di Enel. Con 3.000 risposte in una settimana, il sondaggio ha avuto un riscontro positivo presso il pubblico interno. Un risultato importante perché le risposte offrono uno spaccato sulle opinioni degli utilizzatori e rappresentano – grazie a critiche e suggerimenti – un punto di partenza per operare in futuro cambiamenti, aggiustamenti di tiro: alcune richieste si sono tradotte in azioni concrete, per esempio la diffusione a tutto il personale della versione stampata di “Enel Insieme”; altri suggerimenti sono stati accolti per la nuova edizione del portale (in linea da febbraio 2005). Che cosa si chiede alla intranet aziendale? In primo luogo, la possibilità di effettuare ricerche più rapide sui contenuti, una più ampia offerta di strumenti utili al lavoro e maggiori informazioni sulle diverse realtà territoriali. Tra i cambiamenti suggeriti per Enel Tv, spiccano una maggiore informazione sui mestieri dell’azienda ma anche più informazioni sulle attività meno conosciute e sulle strategie di Enel. Il documento con i risultati completi dell’indagine è stato messo a disposizione di tutti in un’area dedicata dell’intranet.

La Tv di Enel

Enel Tv è uno strumento innovativo di comunicazione interna per parlare con le persone che lavorano in azienda.

Attraverso Enel Tv, una vera televisione in rete, è possibile informare i colleghi sulle strategie aziendali, le iniziative e gli eventi in modo efficace, puntuale e tempestivo. Nel corso degli anni la programmazione è stata rivista in funzione delle esigenze comunicative e delle richieste del personale Enel. Nel 2004 è stato varato l’attuale palinsesto che prevede un notiziario e una rassegna stampa quotidiani, servizi filmati in stile tg, interviste, reportage e approfondimenti per raccontare la vita dell’azienda.

Nei primi mesi del 2005 hanno preso il via

i nuovi format progettati nel corso del 2004 e che mirano a dare voce e visibilità alle persone che lavorano in Enel. Si tratta per esempio di “Una giornata con...” o “Chiedilo a...”. Il primo è uno spazio dedicato al racconto dell’azienda da una prospettiva forse meno visibile ma fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi (una giornata con il personale del *call center*, oppure in centrale tra gli operai o ancora in compagnia di una squadra di pronto intervento). La seconda rubrica, invece, costituisce un momento di dialogo tra i responsabili di area e il pubblico interno: i temi, predefiniti e lanciati anche grazie al portale inEnel, sono raccolti e selezionati dalla redazione che provvede a indirizzarli all’“esperto” che poi, in studio, risponderà agli eventuali quesiti.

Enel Tv fornisce anche un altro servizio

utilissimo: le trasmissioni criptate, alla cui visione, cioè, può essere abilitato solo un pubblico predeterminato.

Attualmente è allo studio un più ampio uso di questo tipo di trasmissioni in sinergia con i sistemi Enel di formazione a distanza. ■

inEnel

inEnel è il nuovo portale intranet, comune a tutti i dipendenti e differenziato sulla base del profilo di ciascun utente, lanciato a fine febbraio 2005. Si caratterizza per essere uno strumento "in progress" che si evolverà lungo le linee di un progetto ampio e ambizioso che punta a realizzare un vero portale interno di diffusione e gestione della conoscenza (*knowledge management*) aperto ai

suggerimenti e alle indicazioni degli utenti. Nel corso del 2004 sono state portate a termine tutte le attività di progettazione della struttura e degli strumenti per la gestione delle aree dedicate alle comunità e alle famiglie professionali. È stata, inoltre, avviata la progettazione delle aree e dei servizi di comunicazione rivolti a tutti i dipendenti dell'azienda. inEnel è già oggi al momento del lancio – e sempre più lo sarà in futuro – il punto unico di fruizione delle informazioni e dei servizi interni che l'azienda

mette a disposizione, consentendo al tempo stesso la realizzazione di 'spazi' dedicati a specifici segmenti della popolazione aziendale, rappresentati dalle comunità. Si possono gestire e condividere documenti, servizi, informazioni, programmi. In questo modo il portale offre un ambiente che facilita la diffusione, lo scambio e l'utilizzo degli strumenti necessari per lo svolgimento del proprio lavoro. Al momento della messa in linea, inEnel conta centinaia di comunità già attive e consente la gestione di centinaia di migliaia di documenti. Tra gli strumenti destinati a facilitare il lavoro in comune ci sono il forum e le aree di collaborazione virtuale (*working area*) e di scambio di documenti tra comunità diverse. ■

Il portale "inEnel"



QUASAR

L'efficienza favorisce la solidarietà. Con il progetto QUASAR – consistente nel miglioramento organizzativo e del rendimento conseguito nelle centrali Enel grazie anche ai suggerimenti delle persone che vi lavorano – una parte dei risparmi economici ottenuti dal singolo impianto sarà devoluta, tramite Enel Cuore Onlus che raddoppierà la somma, a sostegno di una iniziativa di solidarietà sul territorio. Le iniziative saranno orientate ad assistenza sociale e sociosanitaria, beneficenza, sport dilettantistico o alla tutela dei diritti civili di soggetti svantaggiati, con particolare riferimento a disabili, a malati, all'infanzia e alla terza età.

I progetti da sostenere saranno scelti dai lavoratori dei singoli impianti rispettando il metodo di intervento adottato dalla divisione Generazione ed Energy Management, in linea con le gli scopi statuari di Enel Cuore Onlus.

La prima iniziativa 'pilota' è stata avviata a fine 2004 nella centrale di Fusina. La beneficiaria cui destinare il contributo sarà la Onlus ANFFAS (Associazione Nazionale Famiglie Fanciulli e Adulti Subnormali) con la sua sezione di Riviera del Brenta, che a Oriago, in provincia di Venezia, gestisce una casa di assistenza a persone disabili, per migliorarne la qualità della vita.

Nel 2005 QUASAR consentirà di destinare fino a 500.000 euro a sostegno di iniziative di solidarietà sociale.



Già nel corso del 2004 era stata lanciata una campagna di sensibilizzazione sul fumo in azienda che introduceva con anticipo il divieto entrato poi in vigore a gennaio 2005. Qui sopra la locandina affissa negli uffici Enel in tutto il Paese per introdurre il divieto.



Daniele Soncin, *Ultime verifiche*

L'ISTITUZIONE COME *STAKEHOLDER*

Enel gestisce in modo responsabile e trasparente i rapporti con gli *stakeholder* istituzionali in ambito nazionale, comunitario ed internazionale, consapevole dell'influenza della regolamentazione del business energetico sulle proprie attività.

Fra i principali interlocutori si possono annoverare le Istituzioni nazionali (Parlamento, Ministeri, Autorità, Regioni ed Enti locali), le Istituzioni comunitarie (Parlamento, Commissione e Consiglio), le Istituzioni internazionali nonché le associazioni e i forum di settore.

Affari Istituzionali e Regolamentari è la funzione di Corporate che si occupa di rappresentare gli interessi del Gruppo nelle varie sedi istituzionali, assistere il vertice aziendale e valutare l'im-

patto dei provvedimenti normativi comunitari e nazionali.

Enel gestisce il "rischio regolatorio" attraverso un dialogo costante con tutti gli *stakeholder* istituzionali e una partecipazione attiva nella definizione delle *policy* sia in materia energetica sia ambientale.

Il dialogo si svolge sempre secondo regole di correttezza e trasparenza e nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti.

Le autorità di regolazione, in particolare, prevedono procedure di "notice and comment", ovvero inviti agli operatori a esprimere le proprie opinioni su documenti tecnici che serviranno poi a formulare provvedimenti specifici.

Enel partecipa costantemente a tali procedure, fornendo pun-



Claudio Giuliani, *Energia: colore e movimento*

tualmente le proprie osservazioni.

Si ritiene che in futuro l'analisi di impatto della regolazione possa costituire uno strumento importante al fine di valutare i costi e i benefici delle varie iniziative normative. Altri strumenti possono consistere nella definizione di programmi e agende da parte delle varie istituzioni e autorità, in modo da annunciare obiettivi chiari e trasparenti al mercato e dare maggiori certezze a operatori e investitori.

Enel partecipa poi attivamente alla elaborazione di norme e guide in materia di qualità attraverso:

- > la presenza negli enti nazionali (UNI e CEI) e internazionali (ISO, CENELEC e IEC);
- > la partecipazione, come socio promotore in SINCERT (Ente di accreditamen-

to degli organismi di certificazione) con un proprio rappresentante nel Consiglio Direttivo e nel Comitato di Indirizzo e Controllo;

- > la firma per la costituzione dell'Ente Unico di Accreditamento degli Organismi di Certificazione (SIAC);
- > la partecipazione nei Consigli direttivi o nei Comitati di certificazione di alcuni dei principali istituti di certificazione nazionali (IMQ, ICIC, ICIM, ICMQ).

La corretta e completa attuazione di un sistema qualità (SQ) conforme alla norma UNI EN ISO 9000 è uno dei requisiti essenziali richiesti da Enel a un'impresa per essere qualificata come propria fornitrice. Per Enel la certificazione dei fornitori ha l'obiettivo di sostituire le verifiche dirette. Inoltre, Enel è presente nelle principali associazioni di settore:

- > Eurelectric (Union of the Electricity Industry), che riunisce le imprese elettriche europee;
- > E7, che raggruppa le 9 maggiori imprese elettriche dei Paesi del G7, che ha lo scopo di promuovere la realizzazione di progetti di investimento e di formazione per lo sviluppo sostenibile nei Paesi in via di sviluppo;
- > OME (Observatoire Méditerranéen de l'Énergie), che ha il compito di sviluppare la collaborazione tra società energetiche che operano nel bacino del Mediterraneo;
- > Medelec (Comité de Liason Méditerranéen des Associations d'Entreprises d'Électricité), che promuove l'area del Mediterraneo;

- > World Economic Forum, fondazione internazionale che riunisce le prime mille organizzazioni mondiali del settore economico, istituzionale e accademico;
- > EFET (European Federation of Energy Traders), che ha l'obiettivo di migliorare le condizioni di commercializzazione dell'energia in Europa;
- > CIMF (Oil Companies International Marine Forum), che raccoglie le principali imprese del settore petrolifero e nazionali e internazionali con lo scopo di promuovere attività finalizzate alla sicurezza del trasporto via mare;
- > GIIGNL (Groupe International des Importeurs de GNL), che associa oltre 40 società importatrici di GNL di 15 diversi Paesi dell'Europa, dell'America e dell'Asia;
- > Aspen Institute Italia, che ha l'obiettivo dell'internazionalizzazione della leadership imprenditoriale, politica e culturale del Paese e la promozione del libero confronto tra culture diverse;
- > WEC (World Energy Council), che promuove un uso sostenibile dell'energia in termini di impatto ambientale, in collaborazione con altre organizzazioni del settore energetico;
- > ICC (International Chamber of Commerce), che contribuisce allo sviluppo e al miglioramento dei rapporti economici internazionali fra i diversi operatori economici;
- > RECS (Renewable Energy Certificate System), che ha lo scopo di creare un mercato delle energie rinnovabili in Europa.





Pier Giorgio Bertoncello, Girotondo

IL DIALOGO CON LA COLLETTIVITÀ

“Trenta milioni di clienti elettrici e quasi due milioni di clienti del gas traducono in cifre un aspetto fondamentale di tutte le attività di Enel: il forte radicamento con le comunità sul territorio che da anni ospitano numerosi impianti, uffici, negozi e infrastrutture; una presenza capillare e diffusa in tutto il Paese che storicamente ha stimolato una forte vocazione all’integrazione e al dialogo con le comunità e le istituzioni locali”. Con questa premessa Gianluca Comin, Direttore della Comunicazione, inizia a descrivere le linee scelte da Enel nel dialogo con i propri *stakeholder* nella collettività.

Il rapporto di scambio e interazione con le comunità locali ha portato da tempo Enel ad assumere un ruolo ‘sociale’ di volano per la diffusione di valori e la promozione culturale. Enel ha compiuto, nella sua comunicazione di immagine, un ulteriore passo verso il dettato del suo Codice Etico, che dice: “[...] le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dell’ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell’arte, sono destinate solo a eventi che offrano garanzia di qualità, che abbiano respiro nazionale ovvero coinvolgano un notevole numero di cittadini e per i quali Enel può collaborare alla progettazione in modo da garantirne originalità ed efficacia”.

Lo sviluppo di una maggiore coscienza sociale nell’opinione pubblica e nelle aziende porta ogni giorno Enel a decidere e a

confrontarsi apertamente su tematiche di sviluppo con una varietà di interlocutori che inevitabilmente rende complesso lo scenario di riferimento.

“Consapevoli e promotori di questo cambiamento, abbiamo introdotto accanto al marchio Enel il concetto ‘L’energia che ti ascolta’ che sta a testimoniare a chi legge, e a ricordare a chi lavora in Enel, che il nostro obiettivo è instaurare un dialogo tra azienda e persone; non solo i clienti, ma tutti gli *stakeholder*. Consci che un interlocutore preparato è un interlocutore con cui il dialogo è più agevole e diretto, l’attività quotidiana, specie quella di comunicazione, offre l’opportunità di dare un contributo alla crescita sociale e culturale del Paese, di impostare un confronto con istituzioni e comunità basato sulla trasparenza e il confronto”.

È in questo contesto che da anni Enel sviluppa la sua comunicazione caratterizzata da una crescente impronta territoriale di valorizzazione dell’ambiente e del patrimonio artistico del Paese, di incentivazione allo sport più genuino e di stimolo alla cultura, con particolare riguardo a quella scientifica. La connotazione territoriale è rilevante, non si tratta di iniziative calate dall’alto sulle realtà territoriali, ma di idee che originano spesso proprio dalle realtà locali, dalle loro esigenze e dalle loro specificità.

“Non è il mecenatismo ‘estetico’ diretto a dare forza al marchio a muovere queste iniziative, e non è una galleria di progetti prestigiosi il nostro obiettivo – dice ancora Comin – Enel vuole realizzare un programma concreto e pragmatico che riesca a rendere ancora più diretto ed efficace il dialogo e il rapporto con tutte le persone che interagiscono con l’azienda”.

Le iniziative normalmente si basano sulla collaborazione con partner di prestigio che affiancano Enel nella riscoperta del patrimonio culturale di queste aree. Collaborazioni prestigiose e credibili: federazioni sportive nazionali, associazioni ambientaliste, associazioni culturali e, in alcuni casi, anche partner commerciali decisi a seguire Enel in questo viaggio nel cuore dell’Italia.

“Tutte però si possono ricondurre a un unico denominatore che, a sua volta, deriva da quella che possiamo definire la nostra eredità culturale”.

L’eredità culturale è parte del patrimonio intangibile di un’impresa. Ed è parte essenziale se a essa si riconducono non solo le conoscenze tecniche e scientifiche delle persone che vi lavorano, ma una serie di altri valori. Per esempio l’identità, inscritta nello spirito di servizio e nel senso di appartenenza delle risorse umane, e l’immagine, con la sua componente di reputazione che, nel tempo e con le sue azioni, l’azienda ha saputo costruire.

“Lavorare per l’energia è la nostra mission, e l’energia è non solo il titolo dei nostri progetti, ma anche il filo conduttore che ne guida la costruzione”.

Cinque energie per un pubblico

Energia per... è la formula di apertura degli eventi nati per mantenere viva la relazione di Enel col territorio attraverso tre strade: partecipare attivamente alla vita della comunità locale; farsi promotrice di nuove iniziative culturali e sociali che offrano opportunità di crescita del territorio; aprire e rendere accessibili le proprie strutture.

Un contenitore di progetti articolati in cinque categorie tematiche o filoni, solitamente caratterizzati da un progetto guida a carattere nazionale e da altri progetti a corollario.

Energia per la Musica: concerti di musica classica o contemporanea per promuovere la musica dal vivo in aree che solitamente hanno minori opportunità di ascolto e per dare opportunità di esibizione ai giovani artisti delle due istituzioni musicali partner, l’Accademia Nazionale di Santa Cecilia e il Teatro alla Scala. Energia per la Cultura: iniziative di promozione di attività culturali, illuminazioni artistiche, mostre d’arte, e soprattutto coinvolgimento di studenti e insegnanti in programmi di approfondimento culturale e scientifico.

Energia per la Natura: progetti finalizzati alla salvaguardia e alla valorizzazione dell’ambiente, allo studio del territorio, allo sviluppo di attività sportive e turistiche nonché alla scoperta di itinerari culturali e gastronomici.

Energia per la Scienza: iniziative volte a promuovere il sapere scientifico come

base del dialogo con l’opinione pubblica, che trovano sempre più spazio nel palinsesto dei programmi Enel.

Energia per lo Sport: promozione dei valori più genuini del calcio dilettantistico con premi ai giocatori, alle squadre, agli arbitri e al pubblico, in collaborazione con la Lega Nazionale Dilettanti.

In queste pagine, le attività del 2004.

Energia per la Musica

Il programma “Stavolta noi portiamo la musica, voi la luce”, frutto della collaborazione triennale tra Enel, l’Accademia Nazionale di Santa Cecilia e il Teatro alla Scala, rappresenta compiutamente il concetto “L’energia che ti ascolta”. L’iniziativa, che ha preso il via lo scorso anno e si concluderà al termine del 2005, promuove la musica classica e contemporanea in Italia con particolare riguardo per le località che normalmente vengono ignorate o soltanto lambite dagli eventi culturali inseriti nei grandi circuiti artistici.

L’iniziativa racchiude in sé il fascino speciale di un progetto che offre alle comunità locali un’immagine nuova e per molti aspetti inattesa delle centrali elettriche sparse per l’Italia. “Stavolta noi portiamo la musica, voi la luce”, prevede infatti una sessantina di concerti di musica classica e contemporanea non solo nei teatri, ma anche all’interno delle centrali >



Locandina del progetto Enel per la Musica

elettriche, che si aprono così agli spettatori sotto una luce diversa.

Questo programma nasce dalla decisione di Enel di far parte dei soci fondatori dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia, della Fondazione Teatro alla Scala e dell'Accademia d'Arti e Mestieri dello Spettacolo del Teatro alla Scala. Un connubio che consente a migliaia di persone di assistere gratuitamente alle *performance* di artisti di alto livello e permetterà a giovani musicisti di esibirsi su grandi palcoscenici.

Energia per la Cultura

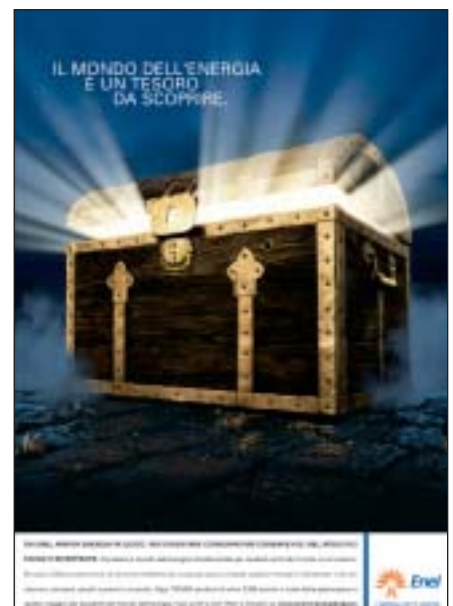
L'attenzione di Enel verso il mondo della cultura nasce dalla consapevolezza della propria dimensione sociale e della necessità di farsi parte attiva nel valorizzare il patrimonio culturale, storico e artistico del nostro Paese. In questo ambito si colloca la partecipazione, nel 2004, alle mostre: *Montecitorio e La bella pittura. 1900-1945* (Fondazione della Camera dei Deputati), *Eroi etruschi e miti greci: gli affreschi della tomba François tornano a Vulci* (Civita), *Vladimir Skoda* (Comune di Pisa), le celebrazioni del poeta Dino Campana a Marrani, suo paese d'origine, e il restauro della vetrata di Mario Sironi nel Ministero delle Attività produttive.

Ma cultura per Enel non significa solo arte bensì formazione ed educazione dei giovani e salvaguardia del bagaglio di tradizioni e usi della nostra civiltà. Per questo Enel ha promosso una serie di progetti culturali ed educativi: "Energia in gioco", "Voler bene all'Italia", "Energia in Banda". Alla sua seconda edizione, "Energia in gioco" vede coinvolti oltre 250.000 studenti di 7.500 classi in scuole di ogni ordine e grado in un viaggio interattivo che, attraverso percorsi didattici per fasce di età e un concorso finale, li conduca all'interno del sistema energia: fonti di produzione, reti di trasmissione e distribuzione. L'edizione 2003-2004 aveva coinvolto 165.000 studenti per un totale di 3.500 scuole e 5.000 insegnanti. Più di 1.000 classi hanno potuto assistere alle "lezioni di energia" dei *tutor* di Enel e 50.000 stu-

denti hanno visitato le centrali Enel in tutta Italia per verificare sul campo le nozioni acquisite. Il forte coinvolgimento degli studenti si è tradotto nella presentazione di oltre 600 progetti di valorizzazione della centrale della propria zona con attività culturali o soluzioni innovative per migliorare le caratteristiche paesaggistiche e ambientali del territorio vicino agli impianti.

L'edizione 2004-2005 rivolgerà ancora più attenzione agli aspetti ambientali, della sicurezza e del consumo e avrà anche due sezioni a parte dedicate ai figli delle persone Enel e ai pensionati Enel e i loro nipoti.

A marzo 2004, Enel ha sostenuto "Voler bene all'Italia", la festa nazionale della Piccola Grande Italia, promossa da Legambiente, con il patrocinio del Presidente della Repubblica, con l'obiettivo di difendere e valorizzare il patrimonio culturale degli oltre 1.000 borghi italiani sotto i 5.000



Campagna "Energia in gioco"



Locandina dell'evento "Voler bene all'Italia"

abitanti. In centinaia di Comuni, infatti, per un giorno, i sindaci hanno vestito i panni del cicerone indicando ai loro concittadini, ai visitatori e a tutti i curiosi le bellezze e i pregi meno conosciuti del loro territorio, guidandoli fra mostre, monumenti, concerti e cucina tipica.

Enel ha contribuito alla festa portando cento bande musicali in altrettanti Comuni aderenti all'iniziativa. Con lo slogan "Accendiamo l'amore per le bande musicali" Enel ha infatti voluto promuovere e valorizzare il patrimonio artistico e culturale delle bande, cui ha dedicato anche "Energia in Banda", il progetto in collaborazione con Anbima (l'associazione che raccoglie il 70% delle bande musicali autonome italiane), riscoprendo il ruolo di aggregazione e arricchimento culturale delle bande musicali italiane e contribuendo alla diffusione e all'insegnamento della musica ai giovani.

Energia per la Natura

Essere riconosciuti come componente essenziale del tessuto non solo economico e industriale, ma anche sociale delle aree attigue agli impianti Enel è il traguardo che vuole raggiungere il progetto "Natura e Territorio". Natura, per valorizzare gli aspetti ambientali e naturalistici, e territorio, per indicare i progetti mirati al coinvolgimento delle comunità con attività ricreative e sportive.

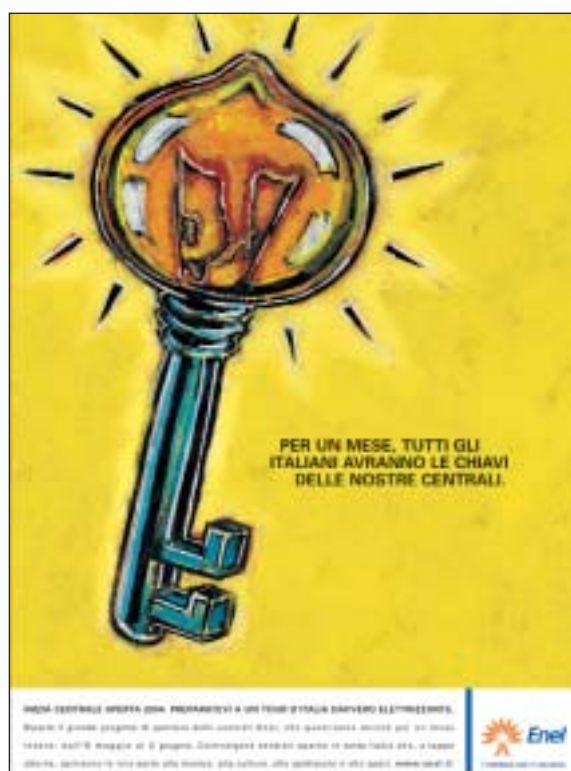
Sono stati realizzati o rimessi in ordine ben oltre cento Sentieri Energia e Natura nelle zone alpine, lungo i corsi dei fiumi, nei parchi naturali e nelle aree protette.

Nati in origine per rendere possibile il controllo e la manutenzione degli impianti Enel, sono ora diventati autentici tracciati escursionistici corredati di cartelli informativi che illustrano le caratteristiche del percorso e del contesto ambientale nonché i principali dati tecnici e di funzionamento delle centrali. Sentieri che ogni anno vengono percorsi, a piedi o in bicicletta, da più di 40.000 persone.

Nelle aree a più elevato interesse ambientale, insieme al WWF Italia e alla LIPU, Enel ha contribuito inoltre alla creazione di Oasi naturalistiche e di nuove aree protette affidate a Legambiente a seguito del proto-

collo d'intesa "L'energia dei Parchi", siglato anche con Federparchi e Ministero dell'Ambiente. In Lombardia, insieme con l'Assorifugi locale, sono stati ideati i Girarifugi, un'iniziativa per vivere la montagna in modo più consapevole e rispettoso dell'ambiente. A Farfa è stata creata una fattoria didattica con la finalità di recuperare e tutelare il paesaggio agrario in un territorio che ha saputo conservare la sua bellezza e specificità. Altre attività montane (escursioni, trekking e visite guidate) sono state organizzate nelle valli Gesso, Susa, Introna e Formazza, tra le centrali di Soverzene e Malga Ciapela e le dighe di Pieve di Cadore e Fedaià.

Aprire le centrali al pubblico, coinvolgendo le persone del territorio in una se- ➤



Campagna "Centrale aperta"

rie di manifestazioni culturali, sportive e di gioco, è diventata una tradizione primaverile.

Anche nel 2004, per la terza volta, sono dunque state aperte le porte delle centrali Enel, con una novità. Non più un'unica giornata, ma il mese della centrale aperta: dall'8 maggio all'8 giugno, secondo un ricco programma, in 42 centrali in tutta Italia rappresentative dei differenti modi di produrre energia elettrica (idroelettrico, termoelettrico, eolico, geotermico). Visitabili, a settimane alterne, ogni weekend per un mese da chiunque voglia conoscere più da vicino come funzionano le fabbriche dell'energia, quali tecnologie applicano, come si integrano nel territo-

rio circostante. Tradizionalmente, durante la giornata di apertura gli impianti vengono anche luoghi di incontro dove svolgere attività sportive, partecipare a gare, visitare mostre d'arte, ascoltare musica, navigare in internet, intrattenere i più piccoli.

L'apertura al pubblico delle centrali offre nuovi spazi alle comunità nei quali due culture, apparentemente distanti, quella industriale di Enel e quella sociale delle persone, possono convivere.

Enel ha realizzato infine anche due preziose guide che rappresentano un vero invito alla scoperta di località dove l'equazione tra energia e natura trova una delle sue sintesi migliori, ma anche una

'golosa' possibilità di scoprire i prodotti alimentari tipici di ogni Regione e i luoghi dove è possibile gustarli.

La prima guida, in collaborazione con Slow Food, ha lasciato quest'anno il posto a "I piaceri dell'energia", nata dalla collaborazione con due partner d'eccezione: il Gambero Rosso e l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia che accompagnano il lettore attraverso percorsi, oasi, sentieri e paesaggi attorno alle centrali.

Energia per la Scienza

Una società come la nostra deve avere in giusta considerazione l'importanza della scienza e l'attenzione ai temi più importanti oggetto di studio e ricerca.

Enel da anni offre il suo contributo allo sviluppo della cultura scientifica di base con attività di divulgazione che trovano sempre più spazio nell'ambito delle attività di comunicazione.

Nel 2004 ha partecipato al Festival della Scienza, non solo come sponsor, ma anche come divulgatore della conoscenza scientifica applicata ai temi dell'energia, della ricerca e della cultura.

All'iniziativa Enel ha offerto il suo contributo con quattro progetti legati ai temi dell'energia, del cinema, della scuola e dell'industria.

In particolare, l'energia geotermica illustrata con una mostra interattiva nei suoi aspetti scientifici e sensoriali; la rassegna cinematografica Homo Technologicus (già sperimentata a Pisa) sulle trasformazioni indotte nel corpo e nella mente umana

Coerenza con il London Benchmarking Group

Enel ritiene che il supporto di progetti con finalità sociali sia solo in parte un dovere verso la collettività. Infatti, le somme devolute non possono essere considerate solo una erogazione a fini morali, ma anche un investimento nel contesto in cui l'azienda vive e lavora. L'impresa identifica il valore, talvolta tangibile, talaltra intangibile, delle sue azioni di intervento in favore delle comunità. Ha quindi la responsabilità di quantificarne i benefici non solo per i destinatari, ma anche per sé stessa, così come previsto dagli standard di sostenibilità comunemente accettati da chi rendiconta la responsabilità d'impresa nei confronti della collettività previsti dal London Benchmarking Group (LBG). Per questo nei sistemi di raccolta dati utilizzati dalla direzione Comunicazione di Enel vengono distinti liberalità (ogni forma di sostegno erogato senza alcun obbligo di controprestazione, a titolo gratuito),

investimenti nella comunità (investimenti di medio e lungo periodo in iniziative di sviluppo sociale vicine ai propri obiettivi di lungo termine con potenziale d'immagine e di reputazione dell'impresa), iniziative commerciali a impatto sociale (attività più strettamente legate alla promozione commerciale dei servizi offerti, ma svolta in *partnership* con organismi non profit per promuovere l'identità di marca o rivolte a particolari categorie di clienti) e iniziative di business socialmente sostenibile (attività strettamente legate alla gestione caratteristica d'impresa, ma in grado di incontrare le aspettative sia dei clienti, per l'erogazione di servizi a prezzi più convenienti, sia della collettività per l'elevato impatto sociale e ambientale di tali attività). Oltre a quelle descritte in queste pagine, un approfondimento specifico delle attività è disponibile sul sito internet di Enel alla sezione "Sostenibilità".

dai progressi della scienza; lo spazio per i giovani studenti guidati nella progettazione e realizzazione di un video sui temi del consumo razionale e della sicurezza; il viaggio nella fabbrica dell'energia con l'apertura della centrale Enel presso il molo dell'ex idroscalo di Lanterna a Genova. Nel corso del 2004 Enel ha poi ideato e promosso, in collaborazione con l'Associazione Amici del Future Festival, Enel Digital Contest, concorso riservato a giovani filmmaker, registi e artisti non professionisti di ogni nazionalità per l'ideazione originale e la realizzazione di cortometraggi che avessero come soggetto l'ambiente e lo sviluppo eco-sostenibile dell'energia. Obiettivo: la produzione di opere audiovisive realizzate con le nuove tecnologie digitali da parte di giovani autori premiandone la creatività e favorendone l'avvicinamento alle tematiche ambientali dell'energia.

Energia per lo Sport

“Eppure, il muscolo più importante di un calciatore è il cuore”. È questo lo slogan del progetto “Lealtà nello Sport”, una collaborazione tra Enel e Lega Nazionale Dilettanti per promuovere sui campi di calcio i valori più genuini di una disciplina che coinvolge milioni di appassionati e centinaia di migliaia di praticanti. Per le stagioni 2003-2004 e 2004-2005 Enel è diventato sponsor ufficiale dei campionati di calcio di serie D, femminile e di calcio a 5. Un universo che, data la sua diffusione capillare sul territorio nazionale, coin-



Campagna Enel per lo Sport

volge settimanalmente oltre 10.000 campi di gioco, 45.000 squadre e 1,7 milioni di tesserati. L'obiettivo è sviluppare nel mondo del calcio dilettantistico una serie di iniziative di comunicazione, a sostegno dei valori della passione per lo sport, della lealtà sportiva e dell'ospitalità.

Per la parte che riguarda il coinvolgimento del territorio come elemento attivo nella vita di una centrale, lo sport è sicuramente protagonista. Sulla parete della diga di Malga Bissina si svolgono le gare di Coppa del mondo di *free climbing*, scalata senza attrezzature; mentre il centro

nautico di Presenzano è stato classificato dal CO-NI come Centro di Avviamento allo Sport (CAS) e, dalla Federazione Italiana Triathlon, come Centro interregionale giovanile. Il ciclismo è uno degli sport italiani più popolari: nel 2004 si è corso il 3° trofeo Enel Gino Bartali, gara ciclistica sulle strade della Garfagnana, denominata anche “Pedalata elettrica”. Sempre in Toscana, nella zona di Larderello, si è corsa la VII edizione della Gran Fondo delle Balze e della Geotermia e, tra Marche, Umbria e Toscana, è passata la I edizione del Gran Premio internazionale Enel “Dall’Adria-

tico al Tirreno – sulle vie dell’energia in rosa”.

Altre attività comprendono discese in kayak e in canoa lungo le rapide dei torrenti quando le dighe rilasciano l’acqua e vengono organizzate gare nazionali e internazionali.

Infine, con la collaborazione delle principali Federazioni nazionali, in molte centrali sono stati attrezzati villaggi sportivi dove, col supporto di istruttori federali, i visitatori hanno potuto cimentarsi nel tiro con l’arco, nel salto in alto e in altri sport insoliti per il grande pubblico. ■

Spazio alle Associazioni

Enel si rivolge oggi in modo organico a oltre 50 Associazioni nazionali, che rappresentano quattro mercati di riferimento: il mondo delle piccole e medie imprese (industria, artigianato, agricoltura e commercio), dei consumatori, in particolare le associazioni del CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti, istituito presso il Ministero delle Attività Produttive), delle associazioni per la tutela ambientale e di quelle per la rappresentanza degli enti pubblici.

Negli ultimi due anni Enel ha avviato una serie di iniziative di informazione, confronto e formazione con tutte le Associazioni a supporto dei progetti industriali e di marketing territoriale dell'azienda, attraverso incontri periodici, workshop e tavoli di lavoro.

Un impegno, quantificabile in una media di oltre 400 incontri in un anno, che si è mantenuto costante in tutto il biennio. I temi di confronto più ricorrenti con le Associazioni hanno riguardato principalmente la sostituzione dei contatori tradizionali con i nuovi contatori elettronici su tutto il territorio nazionale e l'introduzione delle tariffe multiorarie, la liberalizzazione del mercato del gas e di quello elettrico, l'offerta per diversi segmenti di mercato, l'efficienza energetica negli usi finali, la generazione elettrica da fonti tradizionali e da fonti rinnovabili.

Questa impostazione e organizzazione dell'attività relazionale con le Associa-

zioni ha prodotto effetti positivi, fra cui il consolidamento della capacità di ascolto delle esigenze dei diversi comparti associativi, la valorizzazione del modello Enel di relazione con le rappresentanze di interessi e il miglioramento della reputazione di Enel "vicina ai clienti e al territorio".

Un'ulteriore ricaduta positiva è costituita dalla gestione informale di una serie di reclami, su segnalazione delle Associazioni, anticipando, seppure in via sperimentale, all'interno dell'azienda logiche di riso-

luzione extragiudiziale delle controversie. Attualmente l'unità Rapporti con le Associazioni sta progettando nuove forme di confronto con le Associazioni orientate alla gestione proattiva delle relazioni, con l'obiettivo di migliorare la capacità di ascolto di Enel verso le diverse rappresentanze di interessi. La formula è la programmazione di quattro Stakeholder Forum, che saranno organizzati e istituzionalizzati per registrare le istanze dei diversi comparti associativi su alcuni specifici temi, per consolidare il sistema di misurazione delle relazioni e per sensibilizzare gli interlocutori sulle strategie di responsabilità sociale adottate da Enel. ■



Simmetria a due vie

Secondo il modello Enel, realizzato in collaborazione con la Scuola di Management della LUISS Guido Carli, sono elementi determinanti nella qualità della relazione con le Associazioni: il grado di conoscenza reciproca, l'utilizzo di un linguaggio comune, gli investimenti specificamente volti a rafforzare la relazione, la fiducia in quest'ultima e la mutua convenienza a mantenerla. Una simmetria a due vie nella comunicazione, come auspicato dalle migliori pratiche. Ogni elemento è misurato e valutato sulla base di



Daniela Preacco, *Energia grintosa*

specifici indicatori di natura qualitativa e quantitativa come:

- > il numero di Associazioni con cui le relazioni sono definite "stabili" (almeno 8 contatti annui);
- > la partecipazione congiunta di Enel e delle Associazioni ad attività di comunicazione esterna (compartecipazione);
- > il numero di incontri realizzati per la definizione di progetti comuni;
- > il numero di partecipanti agli incontri di scambio di informazioni tra l'azienda e le Associazioni;
- > il numero delle Associazioni coinvolte nei progetti Enel;
- > il numero dei progetti realizzati e/o in corso di realizzazione;
- > le azioni di chiarificazione spontaneamente effettuate dai rappresentanti delle Associazioni allo scopo di contrastare/attutire gli effetti di criticità per l'azienda;
- > la realizzazione congiunta di materiale informativo.

Il valore creato dalla relazione è invece determinato dall'analisi ponderata delle attività e dei progetti sviluppati in collaborazione con le Associazioni sia in termini di costo 'in più' direttamente sostenuto sia in termini 'differenziali', cioè del costo che l'azienda avrebbe sostenuto in assenza di una relazione, e condivisione, con l'Associazione interessata. La definizione delle componenti del valore economico non è l'unica determinante. Que-

La CSR di Wind

Wind ha pubblicato nel 2004 il suo primo Bilancio di sostenibilità e ha ottenuto, prima società nel suo settore, la certificazione SA 8000, che si aggiunge alle certificazioni ambientali già conseguite. Il primo Bilancio di sostenibilità è stato pensato e costruito per offrire una visione globale e integrata della strategia di sviluppo sostenibile di Wind, rispondendo alle esigenze espresse da parte di chi lavora nella società, dei clienti, delle istituzioni locali e della società civile in genere. Il Bilancio è strutturato seguendo le principali indicazioni della Global Reporting Initiative e corredato di dati e informazioni di natura quantitativa e qualitativa che offrono una misura – in alcuni casi diretta, in altri stimata – delle azioni realizzate e dei risultati raggiunti. La società di *auditing* Det Norske Veritas ha rilasciato un'attestazione del documento sulla base delle verifiche svolte secondo la metodologia di valutazione DNV. Il bilancio è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Wind e pubblicato a settembre 2004. Si può consultare al collegamento internet <http://www.wind.it/it/investitori/bilanci.php>.

sta, infatti, si accompagna anche all'analisi dell'impatto organizzativo e gestionale, nonché alla valutazione delle possibili sinergie con altre attività e altri progetti già realizzati o in via di attuazione. Il sistema di gestione delle relazioni è attualmente in fase di aggiornamento per il riposizionamento degli indicatori anche in considerazione del fatto che gli obiettivi di miglioramento delle relazioni che Enel si era posta sono stati raggiunti e che è necessario che l'azienda, 'ascoltando' le Associazioni, si dia nuove sfide. ■

Enel Cuore per i meno fortunati

Enel ha devoluto nel 2004 a Enel Cuore Onlus, l'associazione non profit da lei creata, oltre 6 milioni di euro. Enel Cuore associa Enel, Enel Distribuzione, Enel Produzione, Enel Energia, Enel Gas, Enel Sole, Enel.si e Wind. I contributi di Enel Cuore sono destinati a interventi concreti e duraturi nel tempo, prevalentemente nelle aree dell'infanzia e della terza età. Questa l'attività 2004.

All'estero la Onlus ha aiutato:

- > Comunità Passionista di Montescosso in Bulgaria, con un mezzo di trasporto per i piccoli studenti;
- > Fondazione Bambini in Emergenza Onlus in Romania, con un padiglione aggiuntivo al centro accoglienza e cura per bambini affetti da virus HIV.

In Italia la Onlus ha aiutato:

- > Comunità di San Patrignano per il Servizio educativo e di sostegno a figli di tossicodipendenti ospiti;
- > Comunità di Sant'Egidio per il progetto

- to "A casa è meglio" per allargare l'assistenza domiciliare agli anziani;
- > Fondazione Meyer di Firenze per realizzare la casa albergo destinata ad accogliere i piccoli pazienti e i loro genitori;
- > Ospedale Pediatrico Bambino Gesù per la realizzazione del reparto di diabetologia infantile;
- > NAGA per la ristrutturazione della nuova sede di assistenza a extracomunitari;
- > Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT) per il Centro Fiorentino di Riabilitazione oncologica;
- > CE.D.I.S con la donazione di due automezzi per il trasporto di disabili;
- > Croce Verde Valle Castellana con la donazione di un'ambulanza;
- > Istituto per il Raggiungimento del Potenziale Umano Europa Onlus con la donazione di apparecchiature;

- > UILDM con la donazione di apparecchi per le 71 sedi;
- > Associazione Toscana Idrocefalo e Spina Bifida Onlus con la donazione di personal computer;
- > Fondazione Villaggio dei Ragazzi - don Salvatore d'Angelo per la realizzazione di aule didattiche per la formazione professionale;
- > A.I.L. per il finanziamento di case-alloggio e l'organizzazione di servizi di assistenza domiciliare;
- > Centro Nazionale di Adroterapia Oncologica (CNAO) per la realizzazione di un componente essenziale di alta tecnologia.

I dettagli sull'attività di Enel Cuore Onlus e le modalità per accedere ai finanziamenti si trovano nel sito internet www.enelcuore.org. ■

Sport senza ostacoli

Anche nel 2004, nelle sue sponsorizzazioni dedicate allo sport sul territorio, Enel ha sostenuto iniziative destinate ai diversamente abili. Eccone alcune.

Lo sport cancella la diversità. A febbraio 2004 si è svolta alla Centrale di Crotto-Usseglio (Torino) la prima Ciaspolata per disabili, organizzata dal Gruppo Sportivo portatori di Handicap G.S.H. Sempione 82, in collaborazione con Enel: una passeggiata che ha toccato le centrali Enel lungo la linea di confine italo-svizzera della zona.

Trofeo "Casa Abrami". Per la settima vol-

ta, appuntamento al lago di Vagli in alta Garfagnana, in provincia di Lucca. Si sono tenute le prove di canoa olimpica per disabili da parte dell'Associazione Polisportiva Disabili Don Gnocchi. L'iniziativa è stata organizzata e promossa da Enel in collaborazione con l'Amministrazione Comunale di Vagli Sotto, della Comunità Montana, del Parco delle Alpi Apuane e della Provincia di Lucca.

IV Meeting Internazionale di nuoto per atleti abili e diversamente abili. Nell'ambito del progetto "A Braccia Aperte sportivamente insieme", che rientra nelle ini-

Un aiuto per lo Tsunami

175.000 euro sono stati raccolti fra le persone che lavorano in Enel e saranno inviati alle popolazioni vittime dello Tsunami nel quadro del programma di aiuti da parte delle imprese italiane coordinato dalle rappresentanze sindacali e da Confindustria.



Duilio Polidori, *Fusione di energie*

ziative promosse da Enel per il sociale a Omegna (Verbania), si è svolto il IV Meeting Internazionale di nuoto per atleti abili e diversamente abili.

Vela per diversamente abili. A La Spezia è stato riproposto il corso di vela per i ragazzi delle scuole medie dedicato ai diversamente abili della Provincia.

Progetto Autismo "Acqua mediatrice di comunicazione". In collaborazione con la Provincia di La Spezia, il Provveditorato e l'ASL 5, il corso si è svolto nelle piscine comunali.

Giornate azzurre. Nel corso del 2004 circa 7.500 giovani hanno praticato, nel bacino artificiale della centrale di Presenzano, canoa, canottaggio, *dragon boat*, vela e nuoto, assistiti e guidati da tecnici e istruttori federali. Le giornate azzurre, i campi estivi e le giornate dello sport, organizzate in collaborazio-

ne con il CONI di Caserta e con la Federazione Italiana Sport Disabili, hanno visto anche la partecipazione di numerosi atleti portatori di handicap. Qui, in collaborazione con il Comune di Napoli e il suo hinterland, si svolgono anche campus per ragazzi a rischio di devianza minorile della durata di una settimana per ogni turno.

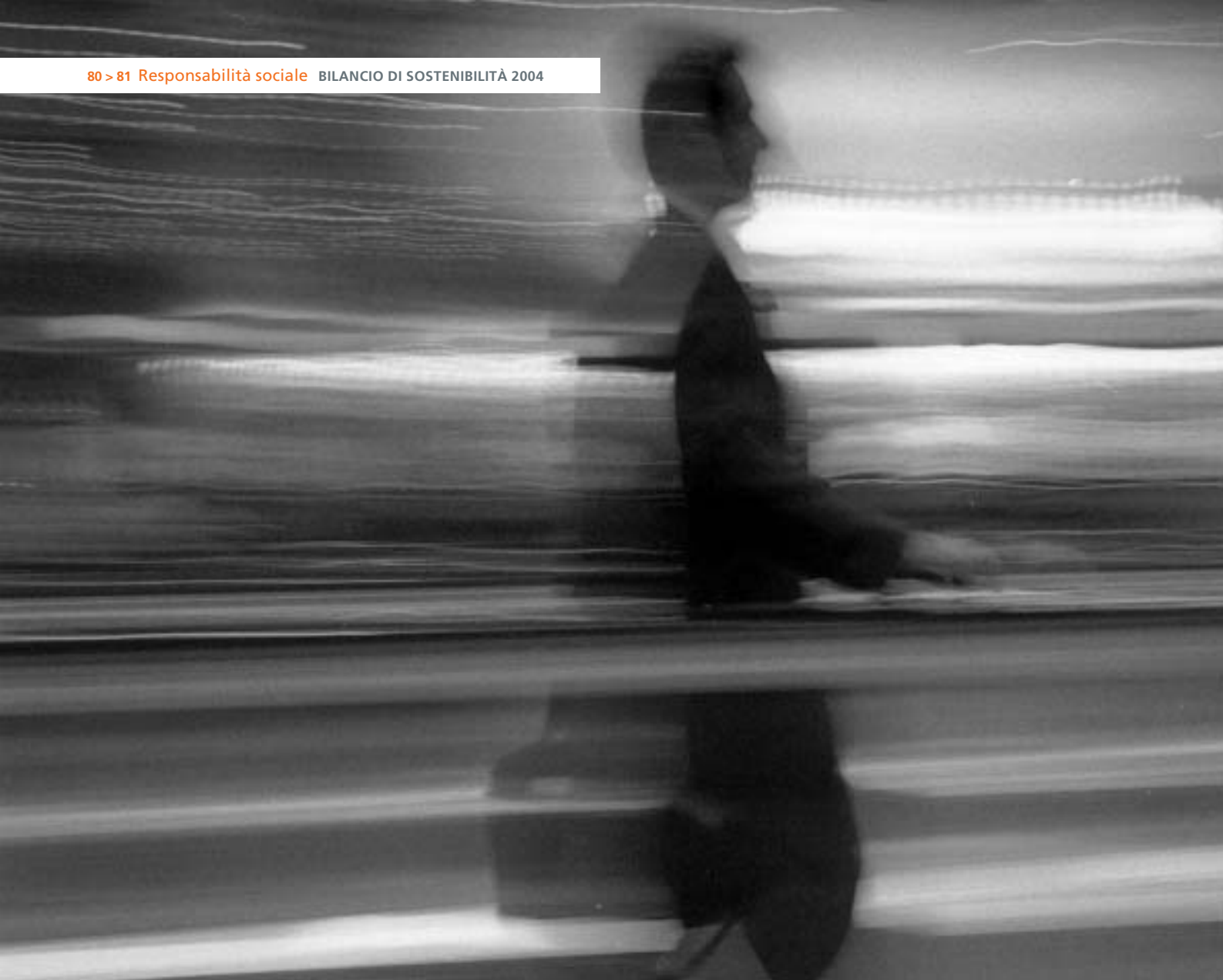
Di là dallo sport, il progetto "Arte, stru-

mento per crescere", destinato agli alunni diversamente abili o in situazione di disagio di varia natura. L'organizzazione è in collaborazione con Provincia, Comune e Provveditorato di La Spezia. Il progetto offre agli alunni diversamente abili l'opportunità di usufruire di una esperienza creativa condotta da un terapeuta specializzato nel lavoro all'interno dell'istituzione scolastica. ■

Portale d'accesso

In occasione del *restyling* del portale internet di Enel – in linea nella sua nuova versione dall'agosto del 2004 – Enel ha recepito e accolto le indicazioni espresse dal W3C, il World Wide Web Consortium, in materia di accessibilità. Il gruppo di progettazione e sviluppo ha dimostrato grande attenzione alle esigenze degli utenti, concentrando i propri sforzi sul grado di fruibilità da parte di non vedenti e dei disabili in generale.

I punti di forza del nuovo portale sono infatti la facilità di navigazione, cioè il ridotto numero di passaggi necessari a raggiungere un'informazione o un servizio, la grafica, progettata con una particolare attenzione all'uso dei colori, l'iconografia uniforme e coerente con i vari livelli di servizio e contenuto, nonché la possibilità di riadattare tempestivamente il portale ai canoni della normativa sull'accessibilità.



COME COMUNICA ENEL

Comunicare con efficacia i servizi e i prodotti di Enel per i clienti, senza disperdere il patrimonio istituzionale di una azienda riconosciuta per la sua presenza, affidabilità e solidità. La sfida è rappresentare con forza e semplicità un'Enel fortemente orientata al cliente e, allo stesso tempo, sensibile alla protezione dell'ambiente e al ruolo dell'innovazione e della ricerca. Il tutto nel rispetto del cliente e degli *stakeholder* più vicini. Molte imprese dedicano estrema attenzione solo alla comunicazione economico-finanziaria. Altre concentrano tutti i loro sforzi in un'aspirata corsa alla pubblicità commerciale. Per Enel una parte rilevante del dialogo quotidiano con i clienti, le comunità, gli *stakeholder* nel loro complesso si articola su tutte le attività dell'azienda e non solo sull'andamento dei suoi conti, della sua azione in Borsa o sulla promozione dell'ultima tariffa.

Lo sforzo maggiore è stato rivolto, nel 2004, a rappresentare la strategia di concentrazione sui mestieri dell'energia elettrica e del gas cercando di stabilire un rapporto forte fra le iniziative di

comunicazione e l'energia che Enel produce, distribuisce e vende. Nella pubblicità viene dato rilievo alla lampadina come estrema sintesi del messaggio energia. Ma nel complesso vengono anche realizzati progetti che consolidano i valori positivi della tradizione di Enel, un patrimonio che l'azienda vuole preservare e preservare.

L'attenzione al cliente passa, invece, attraverso la promozione dei servizi e dei prodotti Enel, con messaggi facili da capire e 'tagliati' per il target prescelto. Nel lavoro di comunicazione per sostenere le attività commerciali si cerca anche di rafforzare la vicinanza a tutti gli *stakeholder*, nella convinzione che i messaggi possono essere accolti e compresi, oltre che dai clienti, anche dalle istituzioni, dalle associazioni e dai gruppi di interesse. In questa direzione va la valorizzazione delle attività di Enel per la ricerca, l'innovazione e la protezione dell'ambiente. L'attività della direzione Comunicazione è articolata: campagne pubblicitarie, relazioni con i mezzi di comunicazione internazio-



Joaquin Fernández-Caro Yélamos, *Person in flight transfer*

nali, nazionali e locali, rinnovato rispetto per l'identità coordinata del marchio Enel, definizione di un *format* unico per tutte le pubblicazioni. Le iniziative per i clienti, i programmi di marketing territoriale, i nuovi canali commerciali sono tutte iniziative che rendono concreto l'ascolto del cliente e la raccolta delle indicazioni che arrivano dal pubblico.

Il mercato per Enel è l'Italia e, sempre di più, i Paesi in cui sta entrando come operatore di generazione o di distribuzione di energia elettrica. Una comunicazione corretta aiuta a diffondere lo stile, il modello e la cultura Enel. Vengono comunicate la sua presenza e le sue attività rivolte al sociale e alle comunità, come descritto nelle pagine che seguono. Attività valutate dal pubblico che premia o punisce ogni giorno, con le sue scelte, le scelte dell'azienda. ■

Sotto l'occhio dei media

I grandi giornali nazionali hanno dedicato lo scorso anno a Enel oltre 5.200 articoli; quelli provinciali, regionali o interregionali, quasi 14.500: una media di 54 per ogni giorno in cui sono usciti i giornali. Le radio hanno realizzato oltre 600

servizi e le televisioni poco più di 2.000. Si tratta di una esposizione massiccia, che prende origine da un costante rapporto dell'Ufficio stampa con i mezzi d'informazione: oltre al lavoro di contatto quotidiano e di supporto ai media, nel corso dell'anno sono stati diffusi 111 comunicati stampa a livello nazionale e organizzate 17 conferenze stampa. A questo si aggiungono le notizie e i commenti di natura finanziaria o legati ai servizi di Enel, gli approfondimenti richiesti dai giornalisti, le notizie pubblicate dalle agenzie di stampa italiane e internazionali.

Fra i temi generali che hanno influito sull'immagine positiva di Enel ci sono:

- > i positivi risultati economico-finanziari dai preliminari 2003 fino al terzo trimestre 2004;
- > il buon andamento del titolo in Borsa per gran parte dell'anno e la politica dei dividendi;
- > i successi del collocamento in Borsa del 50% della società controllata Terna e dell'offerta globale della terza parte di azioni Enel al pubblico;
- > la concentrazione dell'azienda sulle sue attività tipiche, con la cessione degli immobili e delle attività nella distribuzione di acqua potabile, nonché le ipotesi di cessione o collocamento in Borsa della società telefonica Wind di proprietà di Enel;
- > la crescita all'estero, in Bulgaria, Romania, Russia, Slovacchia e i negoziati ➤

Anche la visibilità ha un indice

Per Enel, nel 2004 l'indice globale di visibilità, che misura le dimensioni della presenza sui media, ponderata con la diffusione delle varie testate, è stato di 3 volte superiore alla media sulla stampa nazionale e periodica, una volta e mezzo su quella locale e sulle Tv nazionali, pari all'indice medio sulle Tv locali e ben 5 volte superiore sulle radio nazionali.

L'indice qualitativo di visibilità (IQV) si misura con un numero indice compreso tra -1 e +1, ed è stato nel 2004 pari a:

- > 0,84 sulla stampa nazionale e pluriregionale;
- > 0,45 sulla stampa locale;
- > 0,66 sulle radio nazionali;
- > 0,64 sulle Tv nazionali;
- > 0,93 sulle Tv satellitari;
- > 0,41 sulle Tv locali.

Il profilo di immagine che emerge dall'analisi dei media è quello di una azienda in crescita, dinamica, positiva in Borsa, competitiva, innovativa, tecnologicamente avanzata, sensibile all'arte e alla cultura e ai problemi sociali. Mediamente trasparente, efficiente, coesa, indipendente dalla politica, con prodotti/servizi di qualità, attenta al cliente. Le aree da migliorare: coesione all'interno, legittimazione all'esterno, rispetto dell'ambiente, affidabilità, economicità.

in corso con *Électricité de France* per future collaborazioni;
 > il successo dell'emissione del prestito obbligazionario Enel nei primi mesi del 2005. Per i mezzi di comunicazione ci sono anche altri temi che hanno aiutato a confermare l'immagine positiva di Enel: quelli legati alla sua consolidata capacità tecnica e alla sua eccellenza in termini di servizio al cliente.

Per esempio, per quanto riguarda la generazione di energia elettrica, l'inaugurazione della centrale di Priolo Gargallo (Siracusa), con l'avvio della realizzazione, in collaborazione con l'Enea di Carlo Rubbia, del progetto "Archimede", il più grande impianto solare termico esistente, e le celebrazioni per i 100 anni della geotermia che hanno permesso di sottolineare la grande capacità di Enel in questo campo.

Non mancano poi le comunicazioni dirette al mercato e ai clienti, come la presentazione delle proposte commerciali di Enel Gas, con la campagna di marketing "Valore Casa" e "Ricarica", nonché con le numerose acquisizioni realizzate durante l'anno; l'apertura di nuovi punti QuiEnel in molti Comuni italiani; l'accordo con IBM per la vendita ad altri operatori del contatore elettronico di tecnologia Enel; lo studio e successivamente il lancio delle nuove tariffe multiorarie approvate dall'Autorità di settore e dalle Associazioni dei consumatori e il premio accordato a Enel dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas per il miglioramento della qualità del servizio dell'azienda.



Joaquín Fernández-Caro Yélamos,
Testing power at the "Feria de Sevilla"

Un contributo molto importante all'immagine positiva della Società, in particolare sulla stampa locale, è venuto dalle molte iniziative di CSR svolte nel 2004. Queste comprendono anche l'attenzione riservata all'ammissione di Enel al programma Global Compact dell'ONU, quella dimostrata a sua volta dalla

Buoni e cattivi

Dall'ottobre del 2003 Enel sottopone tutti gli articoli e servizi dei mezzi di comunicazione a un'analisi condotta dall'istituto Etnolab che ne verifica la quantità e la qualità della presenza e traccia un profilo di come viene percepita dai mass media l'immagine di Enel. Nel 2004, sono stati raccolti e classificati 5.254 articoli sulla stampa nazionale e pluriregionale (di cui 419 negativi); 14.460 sulla stampa locale (di cui 3.365 negativi). I passaggi e servizi sulla radio nazionale sono stati 615 (92 negativi) e 2.064 (281 negativi) sulle Tv.

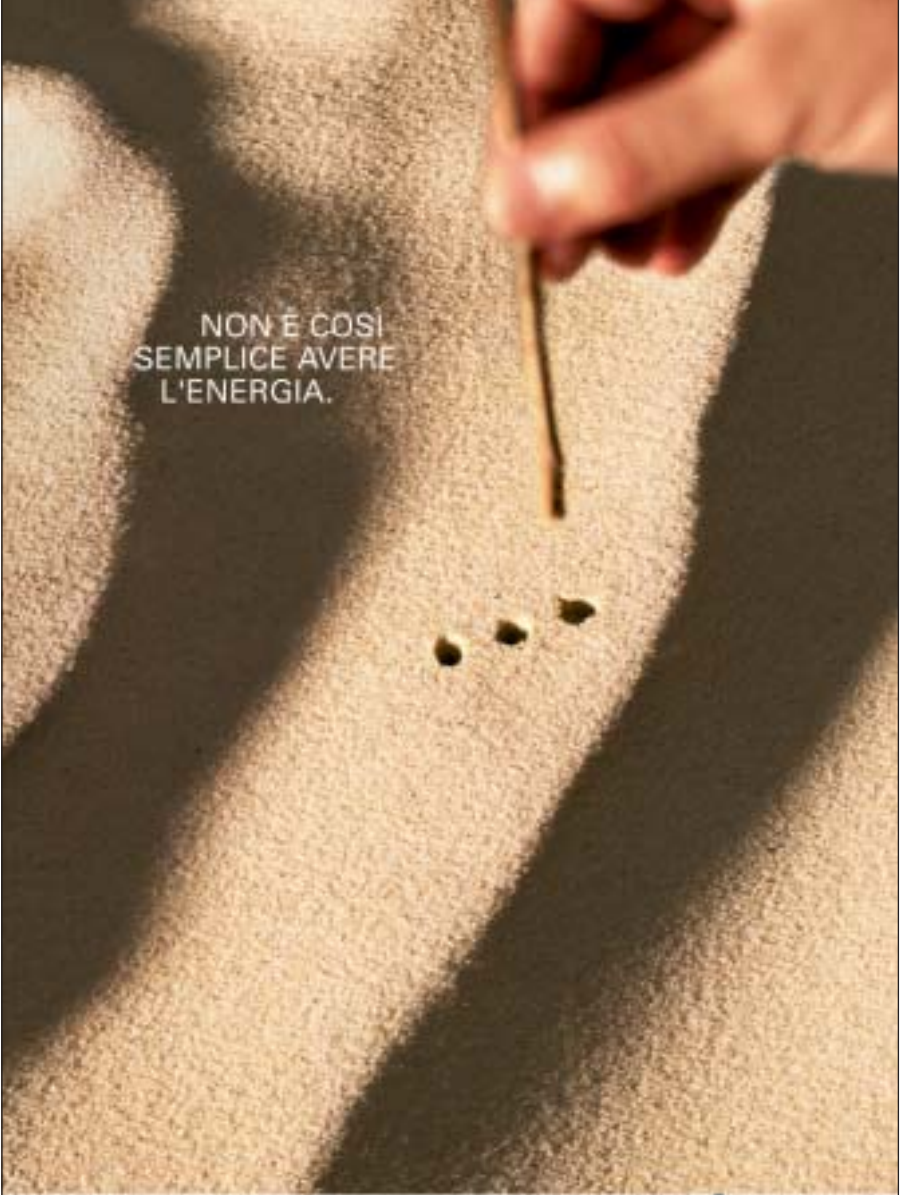
Società ai temi della *corporate governance*, l'ammissione ai principali indici etici e l'avvio concreto delle attività non profit di Enel Cuore Onlus.

Ma per l'Ufficio stampa l'attività non riguarda sempre reazioni positive dei mass media. Alcuni elementi che hanno costituito aree di visibilità negativa verso Enel nel 2004 sono stati gli strascichi polemici del *black-out* del settembre 2003 e delle interruzioni programmate del giugno di quell'anno; le decisioni di alcuni giudici di pace sul risarcimento dovuto da Enel, l'avvio di un'inchiesta da parte dell'Autorità di settore e la sua conclusione con un'oblazione da parte di Enel che ha sollevato le critiche di alcune associazioni dei consumatori; l'inchiesta del Ministero delle Attività Produttive sul *black-out*; i guasti e disservizi per il maltempo con relative difficoltà a contattare il numero verde; le critiche dei sindacati su riorganizzazioni del personale e qualità del servizio, conclusesi con uno sciopero; le critiche delle amministrazioni pubbliche sulla chiusura di alcuni centri di servizio; le prese di posizione del presidente dell'Antitrust sulla quota di Enel in Terna-GRTN e sulla scarsa competitività del settore energetico nazionale.

Dibattiti sulla stampa locale sono stati poi accesi dal progetto di rigassificatore a Brindisi, dall'elettrodotta di Matera-Santa Sofia, dall'utilizzo delle risorse geotermiche in Toscana, dall'ampliamento dei parchi eolici in Sardegna e dalla protesta degli ex corsisti Enel alla centrale di Rossano Calabro. ■


Luce e gas, ma di marca

Vicinanza al cliente e centralità dei suoi bisogni sono state le linee guida che hanno ispirato le campagne pubblicitarie Enel del 2004. Per la campagna istituzionale gli obiettivi erano: aggiungere valore al marchio e diffondere la consapevolezza nei cittadini del ruolo dell'energia non solo come fattore di sviluppo, ma anche come presenza quotidiana. Per raggiungerli Enel ha scelto di utilizzare una comunicazione adatta a trasmettere il concetto di ascolto e stabilire, nella percezione dei consumatori, immagini e valori positivi ricollegabili all'azienda. La marca è stata riconosciuta per i suoi valori: qualità tecnica, centralità del cliente, tutela dei principi etici e attenzione ai risvolti sociali e agli impatti ambientali delle attività aziendali. ➤



NON È COSÌ SEMPLICE AVERE L'ENERGIA.

Più di 50.000 persone lasciano ogni giorno per portarsi luce e gas nel modo che a te sembra il più semplice e naturale possibile. Infatti è da più di 40 anni che Enel investe nelle migliori tecnologie per adattarsi ai tuoi desideri e allo sviluppo del mercato. È una tra le prime aziende al mondo nell'utilizzo di energie rinnovabili, ed è riconosciuta anche a livello internazionale per il suo impegno etico e per la sua responsabilità sociale. Perché l'energia sì, e sarà sempre, una richiesta insopprimibile per tutti. www.enel.it



L'ENERGIA CHE TI ACCOMPAGNA

Campagna istituzionale

Quanto vale il buon nome

Enel attribuisce molta importanza alle indagini sulla *brand equity*, la percezione e il valore del marchio dell'azienda presso il pubblico. Da queste indagini si traggono le indicazioni da applicare nelle iniziative pubblicitarie. Il 2004 è stato il secondo anno in cui la rilevazione è stata fatta, permettendo così di confrontare i risultati e gli scostamenti a distanza di un anno. La rilevazione è stata effettuata mediante una indagine su 1.500 persone rappresentative della popolazione italiana (18-64 anni), su 750 aziende e su oltre 80 *opinion leader*, personaggi di rilievo nel mondo dell'economia, dell'industria, della politica, della cultura e dell'informazione.

Rispetto ai risultati del 2003, nel 2004 tutti gli indicatori hanno registrato un sensibile incremento, attribuibile all'attività di comunicazione e di informazione, alle strategie commerciali, tecniche nonché finanziarie che l'azienda ha espresso nel corso dell'anno. Infatti aumenta di due punti (da 51 a 53) la propensione a diventare (o rimanere) cliente Enel. Aumentano anche i cosiddetti fattori di immagine:

- > la sicurezza e affidabilità (competente nel settore energetico; in grado di risolvere situazioni di crisi);
- > la dimensione (ha rilevanza internazionale,

è presente in maniera visibile sul territorio);

- > la simpatia (comunica con il pubblico; fa una pubblicità interessante e utile).

Si registrano miglioramenti, anche se leggermente inferiori per ampiezza, negli elementi più vicini al prodotto (offre servizi aggiuntivi, condizioni tariffarie trasparenti, qualità elevata) sui quali ci si aspetta un forte impulso con la campagna pubblicitaria dedicata alle nuove tariffe. Uno spostamento di quattro punti percentuali in più è stato riscontrato nella percezione del campione per quanto riguarda l'approccio etico di Enel alle proprie attività.

Così, a marzo 2004, dopo diverse campagne centrate sulla promozione di prodotti o servizi specifici, Enel è tornata a proporre sulle emittenti televisive una comunicazione istituzionale, che potesse cioè sottolineare l'espressione di una cultura competitiva a tutti i livelli, imperniandola sul rapporto tra persone ed energia: inserire una spina in una presa o accendere un fornello a gas, mettendo così in evidenza l'importanza di quell'energia, spesso usata inconsapevolmente, nella vita di tutti i giorni. Con un messaggio molto semplice e chiaro: far percepire quanto sia importante l'energia elettrica e quanto lavoro, risorse, uomini e tecnologia ci siano dietro il gesto abituale dell'accensione di un interruttore. Per farlo si è ricorso a una iperbole rendendo l'energia sempre disponibile con un gesto ancora più semplice: poter fare ovunque i tre buchi della presa.

Per Enel, inoltre, considerato il numero di *stakeholder* (clienti, comunità, azionisti, associazioni di categoria ecc.), un impegno non da poco è garantire a tutti l'accesso alle informazioni, introducendo tuttavia elementi di innovazione. Nel 2004 l'attività pubblicitaria ha utilizzato una ampia gamma di mezzi tradizionali (televisione, radio, stampa, affissioni murali, internet), integrati da canali di comunicazione collaterali (quotidiani a distribuzione gratuita, lettere personalizzate, eventi sul territorio, iniziative speciali come la "Lettera a Civitavecchia"), così come mezzi innovativi o progetti speciali quali l'evento internet dedicato alla quotazio-

QUATTRO OTTIME RAGIONI
PER SCEGLIERE ENEL GAS.

CONVENIENZA. SEMPLICITÀ. AFFIDABILITÀ E PREMI.
Cambiare fornitore di gas è semplice: basta una firma per avere molto più di una fornitura di gas. Scegliendo Enel Gas avrai un risparmio immediato sulla tua bolletta senza cambiare gli impianti o il contatore. Avrai offerte e servizi adeguati ai tuoi consumi, tariffe chiare e trasparenti e tutta la garanzia che solo una grande azienda è in grado di offrire. E poi un mondo di premi e sconti a tua disposizione. Per saperne di più chiama il numero verde 800.888.888. Oppure ricevi comodamente a casa tua un nostro consulente o recati al più vicino Punto Qui Gas. www.enelgas.it

 **Enel Gas**
L'ENERGIA CHE TI ACCIOLLA

Campagna Enel Gas

Pubblicità illuminata

Paolo Ettore, Amministratore Delegato di Saatchi & Saatchi Italia, l'agenzia pubblicitaria che segue Enel da tre anni, dice: "Enel ha capito subito i nuovi orientamenti del mercato. Attraverso una attenta lettura dei bisogni della società e dei clienti ha colto le implicazioni e i risvolti della diffusione dei principi di responsabilità sociale. L'etica nel business infatti non è solo una scelta da manager illuminato, ma una necessità". E prosegue: "Enel ricopre un ruolo importante nella società e ha colto rapidamente che il cliente, sempre di più, fa confluire le sue scelte sui prodotti di aziende socialmente sostenibili". "La naturale evoluzione del consumatore – dice ancora Ettore – accompagna quindi l'azienda nella sua trasformazione e dà risalto

a un approccio diretto e trasparente, come sottinteso nel concetto 'L'energia che ti ascolta'".

Ma il cliente non è solo un consumatore: frequentemente è anche azionista o possibile azionista. "Credo che Enel sia riuscita a far percepire che i suoi comportamenti sono improntati, oltre che alla trasparenza, anche all'applicazione di regolamenti interni che vanno al di là del semplice rispetto delle norme di legge. E che un investimento su Enel non comporta per gli investitori rischi che si trovano altrove", dice ancora Ettore. "L'azienda ha avuto il coraggio di approvare una comunicazione pubblicitaria che non fosse dedicata a sé stessa, bensì al pubblico; coinvolgendo gli *stakeholder* in un rapporto più aperto".

ne in Borsa di Terna o il progetto Topolino, in cui attraverso il settimanale a fumetti sono state create avventure dei personaggi di Walt Disney che spiegavano l'importanza di un corretto e razionale uso dell'energia elettrica. Ogni volta che Enel predispone un *brief* creativo, cioè il documento che illustra al-

l'agenzia di pubblicità cosa si vuole valorizzare nei messaggi da trasmettere al pubblico e ai clienti, si tengono a mente i principi della responsabilità d'impresa scelti da Enel. Così, nel processo strategico e creativo, l'azienda agisce con un approccio metodico, pone attenzione anche ai segnali più deboli, cercando di

mantenere una forte coerenza stilistica e completando i messaggi commerciali o istituzionali con quei contenuti di responsabilità sociale, ambientale ed economica che considera rilevanti.

Proprio per questo Enel ha ampliato la domanda di ricerche e indagini di mercato e ha elaborato un modello di *brand equity* (valore del marchio presso il pubblico) che si può considerare il 'cruscotto' per controllare l'immagine aziendale e la crescita o diminuzione del patrimonio di marca. Con un campione di oltre 3.000 persone, si possono ritenere queste ricerche vere operazioni di sondaggio degli *stakeholder*, poiché tutte le categorie economiche e sociali vi sono comprese. Le ricerche di *brand equity* sono in grado di restituire indicazioni utili per comprendere il rapporto con i diversi pubblici, le loro preferenze e le relative dinamiche di sviluppo.

Un esempio di pubblicità predisposta tenendo conto di tutti questi elementi è stata, nel 2004, la campagna Sicurezza Gas, con la quale Enel Rete Gas, la società che ne controlla la distribuzione, ha ricordato l'importanza di un controllo periodico e della manutenzione degli impianti a gas domestici. La sicurezza nelle abitazioni è un tema che Enel ritiene debba essere affrontato di là dai vantaggi commerciali che ne possono derivare: Enel Gas e la stessa Enel Rete Gas non presentano infatti, nell'offerta commerciale, servizi di manutenzione e controllo di caldaie.

Un altro esempio circa la presenza di ➤

Campagna tariffe

principi di responsabilità d'impresa nella pubblicità è costituito dalla campagna Due. Dal luglio 2004 Enel ha potuto offrire ai suoi clienti la possibilità di scegliere la prima innovativa tariffa bioraria. Due, questo è il nome della nuova tariffa, rappresenta l'avvio sperimentale di un'offerta nata per avvicinarsi alle diverse abitudini di consumo della clientela. Una soluzione moderna e razionale che, oltre a premiare i clienti per un uso più intelligente dell'energia elettrica, indirizza i consumi nelle ore di minor utilizzo, contribuendo così a evitare possibili sovraccarichi al sistema elettrico nazionale.

Questo è stato solo un primo passo nella rivoluzione che nel corso del 2005 sta assumendo contorni sempre più netti, con la promozione di altre tariffe specifiche che possono personalizzare la spesa di energia secondo le necessità e le abitudini dei clienti.

Ancora, oltre ad avere efficacia di marketing e commerciale, l'attività pubblicitaria di Enel si contraddistingue nella diffusione di iniziative aventi sfondo sociale, culturale, ambientale.

Enel è un'azienda che per produrre e distribuire energia si inserisce in maniera inevitabile in aree molto popolate o in aree di pregio paesaggistico, ognuna con proprie peculiarità e caratteristiche. Dal punto di vista della comunicazione la scelta Enel è di trattare i temi ambientali non solo con comunicazioni pubblicitarie su larga scala (come nel caso della campagna sulle energie rinnovabili), ma anche attraverso comunicazioni mirate, lo-

cali, a supporto delle effettive azioni che l'azienda realizza sui diversi territori.

Questa consapevolezza comporta una produzione pubblicitaria attenta all'eti-

ca. In tutta la fase di produzione pubblicitaria, così come nei contenuti di comunicazione, Enel richiede ai propri partner la massima attenzione all'applicazione



PER LA TUA AZIENDA SCEGLI TAGLI SU MISURA.

FINALMENTE PER L'ENERGIA ELETTRICA PUOI SCEGLIERE ENEL ENERGIA.
Qualunque sia il taglio di energia elettrica di cui hai bisogno, Enel Energia offre soluzioni su misura e servizi personalizzati pronti per la tua azienda. Perché la scelta del fornitore di energia elettrica merita efficienza, qualità, innovazione, e l'affidabilità di un grande nome. Numero verde 800-500-501 www.enelenergia.it

Enel Energia
L'ENERGIA CHE TI ACCOMPAGNA



Campagna collocamento Terna

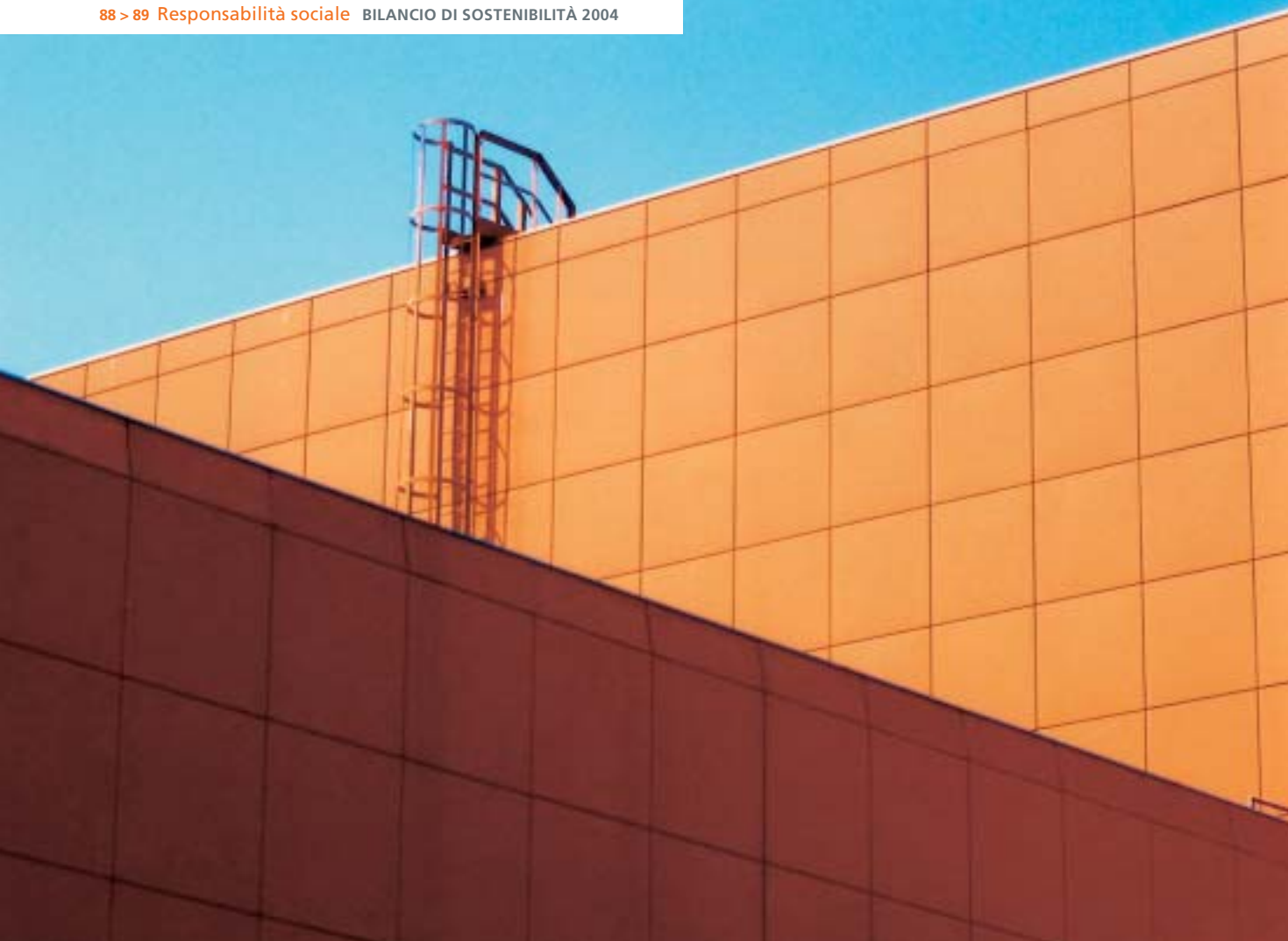
delle regole di tutela delle minoranze e dei credi religiosi, alle sensibilità verso temi oggetto di dibattito, oltre che al rispetto delle norme a tutela del lavoro e dei diritti d'autore, nonché alla riservatezza sulle informazioni sensibili e sui dati personali. L'approccio sostenibile alla produzione pubblicitaria si estende ovviamente agli animali, al paesaggio e ai manufatti di pregio. Un esempio per tutti: durante la produzione della campagna pubblicitaria per l'offerta al pubblico di

azioni della società controllata Terna, in cui il piano prevedeva il ricorso a riprese aeree sopra la diga del Furlo, per evitare il disturbo di alcune specie di uccelli che vivono nell'area e in quel momento erano in fase di nidificazione, si è scelto di spostare le riprese altrove. Infine, convinta della sempre crescente identità tra pubblico esterno e pubblico interno e della omogeneità di vedute fra gli *stakeholder* esterni, Enel considera le proprie risorse umane un efficace cam-



Campagna Enel Rete Gas

pione per la valutazione delle iniziative aziendali. Attraverso i canali di comunicazione interna, come Enel Tv, visibile al computer, e il sito intranet, è abitudine offrire alle persone che lavorano nell'azienda la visione in anteprima delle proposte pubblicitarie, nonché di fornire informazioni di approfondimento. Nessuno come una persona che lavora in Enel è in grado di valutare la verità e l'onestà di una promessa istituzionale o commerciale. ■



Aligi De Marchi, I colori dell'Enel

LA SOSTENIBILITÀ IN ENEL

È tra il 1999 (anno della privatizzazione e del debutto in Borsa) e il 2002 (anno in cui si può considerare sostanzialmente concluso il processo di riduzione delle dimensioni di Enel imposto per legge nell'ambito della liberalizzazione del mercato elettrico italiano) che diventa prioritario per l'azienda incrementare il proprio valore portando al massimo l'efficienza secondo le regole del mercato.

In termini di sostenibilità e all'interno della cornice della CSR, Enel ha realizzato quindi un modello di governo dell'impresa basato su due elementi fondamentali:

- > la condivisione al proprio interno dei valori e degli obiettivi dell'azienda Enel;
- > la definizione di un orientamento, di un indirizzo per la sua gestione affinché la responsabilità d'impresa diventi un concetto concreto.

La condivisione nasce da norme interne che volontariamente l'azienda decide di assumere attraverso il Codice Etico. Approvato e diffuso a partire da marzo 2001, il Codice parla di doveri fiduciari e di approccio cooperativo, cioè una sorta di pat-

to sociale tra quanti, a vario titolo, partecipano alla realizzazione della sua missione.

La definizione di un orientamento, cioè l'impegno di Enel a perseguire un modello di *governance* ispirato anche alla CSR, è sostenuta dalla realizzazione e dal presidio del Piano di Sostenibilità che, attraverso un processo strutturato di pianificazione e controllo, verifica in forma quantitativa e qualitativa il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità oltre a supportarne lo sviluppo attraverso adeguati strumenti.

Le attività e le responsabilità legate alla sostenibilità sono state concentrate nel 2004 all'interno della Corporate con la creazione dell'unità Corporate Social Responsibility, nell'ambito della direzione Comunicazione, e dell'unità EnelData, nell'ambito della direzione Amministrazione, Finanza e Controllo.

Entrambe collaborano nel supportare il vertice aziendale nella definizione delle priorità e degli obiettivi di sostenibilità, indicando le linee guida che le direzioni di Corporate e le divisioni e società Enel sono chiamate a perseguire elaborando specifici piani d'azione a breve e medio termine che a loro volta, consolidati e

approvati dall'Amministratore Delegato, costituiscono il Piano di Sostenibilità.

Il processo di controllo degli obiettivi avviene attraverso la raccolta ed elaborazione di dati contabili ed extracontabili relativi a specifici indicatori chiave di *performance*, Key Performance Indicator (KPI) di sostenibilità, che richiedono il coinvolgimento sia della Corporate, sulle tematiche trasversali, sia delle divisioni e società, sulle tematiche specifiche dei loro settori di attività.

In particolare, all'interno delle diverse strutture e famiglie professionali sono individuati i responsabili della raccolta, verifica ed elaborazione dei KPI di competenza. Il consolidamento dei risultati avviene sotto la responsabilità di EnelData cui compete il coordinamento dell'intero processo di raccolta e la condivisione con l'unità Corporate Social Responsibility delle parti qualitative e di commento a supporto dei risultati.

Questo sistema concorre all'attuazione degli obiettivi di responsabilità d'impresa integrati nelle strategie pluriennali di sviluppo ed è funzionale alla realizzazione annuale del Bilancio di sostenibilità. Tutte le attività dell'unità Corporate Social Responsibility e dell'unità EnelData vengono sottoposte alla valutazione, al con-

trollo e all'approvazione del comitato di controllo interno costituito, su emanazione del Consiglio di Amministrazione, dal Presidente di Enel, dai due Consiglieri di Amministrazione nominati su indica-

zione dei soci di minoranza e dal responsabile dell'*audit*. Il Bilancio di sostenibilità è approvato dal comitato di controllo interno e dal Consiglio di Amministrazione. ■

Una lettura responsabile

Ha parlato di pianificazione e controllo della responsabilità sociale, di indici di sostenibilità e di fondi etici.

Ha discusso di delocalizzazione, di sviluppo sostenibile e di pari opportunità.

Ha spiegato il *cause related marketing*, la *triple bottom line* e il *payroll giving*.

Questi e molti altri sono stati gli argomenti trattati dal Giornale della Sostenibilità nel corso del 2004, il periodico

disponibile al sito www.enel.it/azienda/sostenibilita/giornale_sostenibilita/, e redatto dall'unità Corporate Social Responsibility per favorire la diffusione della cultura di responsabilità d'impresa e di impegno per lo sviluppo sostenibile all'interno dell'azienda ma anche presso il pubblico esterno.

Il Giornale della Sostenibilità è punto di riferimento per molti studiosi della responsabilità d'impresa e per quanti sono interessati a indagare criticamente intenzioni e buoni propositi delle aziende socialmente responsabili (nel corso del 2004, le pagine del Giornale hanno registrato in media quasi 9.000 accessi al mese). ■

La Responsabilità nelle Università italiane

12 sono stati gli incontri organizzati, nel 2004, dalle Università italiane ai quali l'unità Corporate Social Responsibility di Enel ha partecipato con interventi e relazioni. Un'esperienza che ha avuto – e continua ad avere – l'obiettivo di presentare il Bilancio di sostenibilità di Enel ma, ancor più, di informare sull'avvio di una profonda integrazione della responsabilità d'impresa nei piani di sviluppo strategico dell'azienda. Numerose sono state le richieste di approfondimento che hanno seguito l'esposizione. I temi principali vertevano su: interazione tra azienda e società, azienda e ambiente, società e ambiente; etica d'impresa; responsabilità sociale d'impresa come strumento di sostenibilità; correlazione tra impresa ed esigenze e aspettative degli *stakeholder*.

Questo Rapporto agli *stakeholder* è curato dall'unità Corporate Social Responsibility che fa parte della direzione Comunicazione. Per contattare la CSR di Enel, scrivere a: sostenibilita@enel.it oppure a Enel SpA Corporate Social Responsibility, viale Regina Margherita 137, 00198 Roma.



Home page de "Il Giornale della Sostenibilità"

QUESTI NUMERI

Le tabelle che seguono raccolgono le grandezze che Enel ritiene fondamentali per controllare e dare conto della propria sostenibilità.

Le tabelle contengono quindi:

- > la descrizione della grandezza rilevata;
- > l'unità di misura in cui è espressa;
- > il dato relativo al 2004;
- > il dato relativo al 2003;
- > la variazione percentuale del dato intervenuta fra i due anni;
- > il numero della famiglia di dati o grandezze indicati dalla Global Reporting Initiative (GRI) con cui le grandezze misurate da Enel sono compatibili od omogenee;
- > il numero della famiglia di dati o grandezze indicati nel set di indicatori messo a punto dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali italiano nella predisposizione del suo progetto Corporate Social Responsibility-Social Commitment (CSR-SC) con cui le grandezze misurate da Enel sono compatibili od omogenee;
- > la rispondenza diretta o indiretta, oppure l'omogeneità della grandezza rilevata da Enel con i requisiti richiesti dalle società di analisi della sostenibilità SAM ed EIRIS che valutano, attraverso appositi questionari, le aziende da inserire rispettivamente negli indici di sostenibilità Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index) e del Financial Times (FTSE4GOOD).

Link utili:

- > Global Reporting Initiative: www.globalreporting.org
- > Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali:
<http://www.welfare.gov.it>
- > SAM: <http://www.sam-group.com/html/main.cfm>
- > Dow Jones Sustainability Index:
<http://www.sustainability-index.com/>
- > EIRIS: <http://www.eiris.org/>
- > FTSE4GOOD: <http://www.ftse.com>

ACRONIMI

ACR	Abandon Call Rate - Tasso di abbandono delle chiamate al <i>call center</i>
BEI	Banca Europea degli Investimenti
BT	Bassa Tensione
CCGT	Combined Cycle Gas Turbine
CdA	Consiglio di Amministrazione
DPS	Dividend per share (dividendo per azione)
EBITDA	Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization (Margine Operativo Lordo - MOL)
EBT	Earnings Before Tax (risultato prima delle imposte)
EDLS	Enel Distance Learning System (sistema Enel per l'apprendimento a distanza)
EPS	Earning per Share (utile per azione)
FAD	Formazione a Distanza
GARP	Growth at Reasonable Price (crescita a un prezzo ragionevole)
GEM	Generazione ed Energy Management
IPO	Initial Public Offering (Offerta Pubblica di Vendita - OPV)
IRAP	Imposta Regionale sulle Attività Produttive
IRES	Imposta sul Reddito delle Società
IVR	Integrated Voice Response o Tasso di Efficacia dell'Interazione "cliente-risp. automatico"
KM	Knowledge Management (diffusione della conoscenza)
MIR	Mercato, Infrastrutture e Reti
MT	Media Tensione
N.D.	Non disponibile
ORIM	Orimulsion
PCB	Policlorobifenili o Bifenili Policlorurati
R&D	Research & Development (ricerca e sviluppo)
ROACE	Returns on Average Capital Employed
S&P	Standard & Poor's
SRI	Socially Responsible Investment (investimento socialmente responsabile)
TLC	Telecomunicazioni (Wind)
TSR	Total Shareholder Return (rimborso totale per l'azionista)

LEGENDA Unità di Misura

.000	migliaia	Indice	<i>Rating</i> di valutazione
.000 €	migliaia di euro	km	chilometri
.000 h	migliaia di ore	kW	chilowatt
#	numero	l/kWh	litro per chilowattora
#/mese	numero per mese	mc/dip	metri cubi per dipendente
%	percentuale	mil	milioni
.000 kg	migliaia di chilogrammi	mil €	milioni di euro
.000 t	migliaia di tonnellate	mil mc	milioni di metri cubi
€	euro	mil min	milioni di minuti
€/mese	euro per mese	min	minuti
€/MWh	euro per megawattora	Mtep	milioni di tonnellate equivalenti petrolio
€/s	euro per azione (share)	MW	megawatt
g/kWh	grammi per chilowattora	N.Indice	numero indice
gg	giorni	sec	secondi
GWh	gigawattora	t	tonnellate
h	ore (hours)	TW	terawatt
h/pro capite	ore <i>pro capite</i>	TWh	terawattora

ETHICAL AUDITING

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Ethical auditing						-	-	●	●
Attuazione del Codice Etico						HR1÷HR8	7.6	●	●
Segnalazioni ricevute	(#)	43	21	105%	Gruppo	HR9	-	●	●
Clienti	(#)	21	10	-	Gruppo	-	-	-	-
Personale	(#)	15	10	-	Gruppo	-	-	-	-
Collettività	(#)	2	1	-	Gruppo	-	-	-	-
Fornitori	(#)	5	0	-	Gruppo	-	-	-	-
Violazioni del Codice Etico	(#)	13	9	44%	Gruppo	HR10	-	●	●

Nel 2004 il numero delle segnalazioni ricevute e delle violazioni accertate è sensibilmente cresciuto rispetto al 2003. L'aumento è indice dell'efficacia delle iniziative intraprese per la diffusione esterna del Codice e dei corsi di formazione interna secondo il piano di comunicazione varato nel corso del 2004 dal Comitato per il Controllo Interno, organo del Consiglio di Amministrazione deputato al controllo del rispetto del Codice Etico.

La natura delle violazioni non ha richiesto la disposizione di provvedimenti sanzionatori, dal momento che le verifiche condotte hanno accertato la lieve entità della violazione denunciata, risolto la problematica evidenziata e provveduto a sensibilizzare le aree aziendali coinvolte verso una maggiore attenzione alle previsioni del Codice Etico nell'ambito delle proprie competenze.

Le attività di verifica puntuale e il coinvolgimento delle funzioni aziendali nella risoluzione dei casi in esame hanno contribuito ulteriormente alla diffusione e al consolidamento dei principi etici di Enel.

CORPORATE GOVERNANCE

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Corporate governance						LA11; LA13	2.5	●	●
Consiglio di Amministrazione Enel SpA						LA11; LA13	2.5	●	●
Totale membri CdA	(#)	7	7	0%	Enel SpA	LA11; LA13	-	●	●
Donne nel CdA	(#)	0	0	-	Enel SpA	LA11	2.5.4	●	●
Riunioni CdA	(#)	21	19	11%	Enel SpA	-	2.5.3	-	●
Internal dealing						-	6.3	●	●
Controllo azionario CdA e persone rilevanti	(.000)	244,6	100,3	144%	Enel SpA	-	6.3.1÷6.3.2	●	●

Fra le iniziative di Enel per continuare nel miglioramento della sua *corporate governance* c'è anche quella, adottata per la prima volta in Italia, di procedere a una verifica del funzionamento e dell'efficienza del Consiglio di Amministrazione.

La *board review* eseguita ha evidenziato, tra i punti di eccellenza, la presenza all'interno dell'organo consiliare di un clima molto costruttivo e di grande coesione. Questo incoraggia i componenti a formulare riflessioni e ad approfondire il dibattito sui temi trattati, con un notevole livello di indipendenza nell'esercizio della carica. Tutti i consiglieri hanno espresso una valutazione estremamente positiva e di larga fiducia nei confronti del vertice societario (Presidente e Amministratore Delegato) e hanno apprezzato la facilità di accesso nei loro confronti, valutando positivamente la frequenza delle riunioni e il flusso di informazioni ricevuto dalla struttura.

FINANZIATORI

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Finanziatori						EC6	5	-	-
Debito						EC6	5; 5.1÷5.3	-	-
Indebitamento complessivo	(mil €)	24.296	24.174	1%	Gruppo	EC6	5	-	-
Debt to Equity	(#)	1,16	1,13	3%	Gruppo	EC7	5	-	-
Rating						-	2.4	-	-
S&P:					Gruppo	-	2.4	-	-
> MIL termine	(indice)	A+	A+	-	Gruppo	-	-	-	-
> Outlook	(indice)	Stabile	Negativo	-	Gruppo	-	-	-	-
> Breve termine	(indice)	A-1	A-1	-	Gruppo	-	-	-	-
Moody's:						-	2.4	-	-
> MIL termine	(indice)	A1	A1	-	Gruppo	-	-	-	-
> Outlook	(indice)	Stabile	Negativo	-	Gruppo	-	-	-	-
> Breve termine	(indice)	P-1	P-1	-	Gruppo	-	-	-	-
Contributi a fondo perduto						EC9	6.4	-	-
Totale contributi a fondo perduto incassati	(.000 €)	32.710,6	29.461,7	11%	escluso estero e TLC	EC9	6.4	-	-
> Reti energetiche	(%)	59,7	31,2	91%	escluso estero e TLC	-	-	-	-
> R&D	(%)	7,0	6,5	7%	escluso estero e TLC	-	-	-	-
> Energia rinnovabile	(%)	32,8	44,3	-26%	escluso estero e TLC	-	-	-	-
> Altro	(%)	0,5	18,0	-97%	escluso estero e TLC	-	-	-	-
Progetti finanziati	(#)	69,0	52,0	33%	escluso estero e TLC	EC9	6.4	-	-
Finanziamenti concessi dalla BEI e altri						EC9	6.4	-	-
Totale finanziamenti agevolati incassati	(mil €)	3.573	3.720	-4%	escluso estero	EC9	6.4	-	-
> Reti energetiche	(%)	68,5	69,0	-1%	escluso estero	-	-	-	-
> R&D	(%)	0,6	0,7	-18%	escluso estero	-	-	-	-
> Energia rinnovabile	(%)	12,0	12,1	-2%	escluso estero	-	-	-	-
> Altro	(%)	18,9	18,2	4%	escluso estero	-	-	-	-
Indice del ricorso a finanz. agevolati	(%)	14,7	15,4	-5%	escluso estero	EC9	6.4	-	-
Progetti finanziati	(#)	24	36	-33%	escluso estero	EC9	6.4	-	-

Gli indicatori mostrano:

- > una stabilità nel livello di indebitamento complessivo;
 - > un giudizio di valutazione costante e positivo da parte delle agenzie specializzate;
 - > un maggior apporto di finanziamenti a fondo perduto che si riflette nell'incremento del numero di progetti finanziati (+ 33% pari a 69 progetti).
- Le linee di finanziamento interessano le aree tematiche progettuali.

AZIONISTA

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Azionista						-	2	-	●
Composizione base azionaria ⁽¹⁾						-	2.1	-	●
Azionariato						-	2.1	-	●
> <i>Ministero dell'Economia</i>	(%)	41,8	61,0	-31%	Capogruppo				
> <i>Investitori istituzionali</i>	(%)	29,7	17,2	73%	Capogruppo				
> <i>Azionisti retail</i>	(%)	28,5	21,8	31%	Capogruppo				
Investitori istituzionali						-	2.1.2	-	-
> <i>Italia</i>	(%)	31,5	22,5	40%	Capogruppo	-	2.1.2	-	-
> <i>UK</i>	(%)	26,0	29,3	-11%	Capogruppo	-	2.1.2	-	-
> <i>Resto d'Europa</i>	(%)	19,9	20,3	-2%	Capogruppo	-	2.1.2	-	-
> <i>Nord d'America</i>	(%)	22,1	25,8	-14%	Capogruppo	-	2.1.2	-	-
> <i>Resto del mondo</i>	(%)	0,5	2,1	-76%	Capogruppo	-	2.1.2	-	-
Indice di concentrazione investitori istituzionali (incidenza primi 50)	(%)	34,2	25,2	36%	Capogruppo	-	2.1.1	-	-
Stile d'investimento investitori istituzionali						-	-	-	-
> <i>GARP</i>	(%)	19,7	16,0	23%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>Growth</i>	(%)	32,4	25,6	27%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>Index</i>	(%)	15,9	16,6	-4%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>Value</i>	(%)	19,0	20,8	-9%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>Hedge</i>	(%)	11,8	19,1	-38%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>Altro</i>	(%)	1,2	1,9	-37%	Capogruppo	-	-	-	-
Investitori socialmente responsabili (SRI) ⁽¹⁾							-	-	-
Presenza di fondi SRI nell'azionariato	(#)	47,0	33,0	42%	Capogruppo	-	-	-	-
Azioni Enel detenute da Fondi SRI	(mil)	360,1	168,4	114%	Capogruppo	-	-	-	-
Rilevanza di fondi SRI su quote investitori istituzionali	(%)	19,8	16,2	22%	Capogruppo	-	-	-	-
Ripartizione per area geografica						-	-	-	-
> <i>Italia</i>	(%)	32,1	20,3	58%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>UK</i>	(%)	35,0	30,4	15%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>Resto d'Europa</i>	(%)	25,3	39,4	-36%	Capogruppo	-	-	-	-
> <i>Nord d'America</i>	(%)	7,6	9,9	-23%	Capogruppo	-	-	-	-
Presenza fondi SRI nei top 10	(#)	2,0	2,0	0%	Capogruppo	-	-	-	-

(1) Dati al 30 novembre 2004.



AZIONISTA

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Performance del titolo						-	2.3	-	-
Performance finanziaria del titolo	(%)	40,7	8,7	368%	Capogruppo	-	2.3	-	-
Dividend Yield	(%)	9,5	6,7	42%	Capogruppo	-	2.2.1	-	-
Enel negli indici borsistici mondiali						-	2.2.1	-	-
> E100 FTSE Eurotop 100	(%)	1,0	0,411	131%	Capogruppo	-	-	-	-
> MIBTEL	(%)	7,9	6,766	17%	Capogruppo	-	-	-	-
> MIB30	(%)	10,5	8,578	22%	Capogruppo	-	-	-	-
> MIBHIS	(%)	7,9	6,766	17%	Capogruppo	-	-	-	-
> MIBPUBLH	(%)	28,5	27,807	2%	Capogruppo	-	-	-	-
> BE500 /Bloomberg Europe	(%)	0,8	0,637	18%	Capogruppo	-	-	-	-
> BEELECT / BE%= Electric	(%)	18,6	17,056	9%	Capogruppo	-	-	-	-
> SX5E / DJ Euro STOXX 50	(%)	1,7	0,928	80%	Capogruppo	-	-	-	-
> SXXE / DJ Euro STXX	(%)	1,1	0,597	77%	Capogruppo	-	-	-	-
> SX6E / DJ Euro Utilities	(%)	14,4	9,209	57%	Capogruppo	-	-	-	-
Enel nei principali indici di sostenibilità						-	2.2.1	-	-
> DJSI	SI	SI	SI		Capogruppo	-	-	-	-
> FTSE 4Good	SI	SI	SI		Capogruppo	-	-	-	-
> Vigeo	SI	SI	SI		Capogruppo	-	-	-	-
> E. Capital Partners	SI	SI	SI		Capogruppo	-	-	-	-
> AXIA	SI	SI	SI		Capogruppo	-	-	-	-
Ritorno per l'azionista						-	2.2.3	-	-
EPS	(€/s)	0,44	0,41	7%	Capogruppo	-	2.2.3	-	-
DPS	(€/s)	0,69	0,36	92%	Capogruppo	-	2.2.1	-	-
TSR dall'IPO	(%)	3,18	-5,46	158%	Capogruppo	-	-	-	-
Comunicazione agli azionisti						-	2.7	-	●
Incontri con gli investitori	(#)	257	93	176%	Capogruppo	-	2.7.1÷2.7.6	-	-
Incontri sulla CSR	(#)	29	n.d.	-	Capogruppo	-	-	-	●
Richieste di informazione azionisti retail	(#)	623	148	321%	Capogruppo	-	2.7.1	-	-

AZIONISTA

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Performance economiche						EC7	-	-	●
Ricavi	(mil €)	36.489	31.317	17%	Gruppo	EC7	-	-	●
EBITDA	(mil €)	11.010	9.841	12%	Gruppo	EC7	-	-	-
> GEM	(%)	36,0	38,9	-8%		-	-	-	-
> MIR	(%)	34,6	37,2	-7%		-	-	-	-
> TLC	(%)	14,0	10,2	37%		-	-	-	-
> Terna	(%)	6,1	6,3	-2%		-	-	-	-
> Servizi	(%)	2,7	4,8	-45%		-	-	-	-
> Corporate	(%)	6,6	2,6	154%		-	-	-	-
Utile netto di Gruppo	(mil €)	2.706	2.509	8%	Gruppo	EC7	-	-	●
ROACE	(%)	13,9	10,4	33%	Gruppo	EC7	-	-	-
Valore aggiunto per stakeholder	(mil €)	13.831	13.423	3%	Gruppo	EC1	-	-	-
> Ricavi	(mil €)	36.489	31.317	17%	Gruppo	-	-	-	-
> Costi esterni	(mil €)	21.834	17.722	23%	Gruppo	-	-	-	-
> Valore aggiunto lordo	(mil €)	14.655	13.595	8%	Gruppo	-	-	-	-
> Oneri/proventi straordinari	(mil €)	818	136	501%	Gruppo	-	-	-	-
> Rettifiche su immobilizzazioni	(mil €)	6	36	-83%	Gruppo	-	-	-	-
> Valore aggiunto netto	(mil €)	13.831	13.423	3%	Gruppo	-	-	-	-
> Azionisti	(mil €)	4.211	2.183	93%	Gruppo	-	-	-	-
> Finanziatori	(mil €)	1.142	1.203	-5%	Gruppo	-	-	-	-
> Dipendenti	(mil €)	3.315	3.440	-4%	Gruppo	-	-	-	-
> Stato	(mil €)	1.863	1.280	46%	Gruppo	-	-	-	-
> Sistema impresa	(mil €)	3.300	5.317	-38%	Gruppo	-	-	-	-
Gettito fiscale	(mil €)	1.863	1.280	46%	Gruppo	EC8	-	-	-
> IRES, IRAP e altre imposte	(mil €)	1.511	943	60%	Gruppo	-	-	-	-
> Imposte estere	(mil €)	22	23	-4%	Gruppo	-	-	-	-
> Altre imposte e tasse	(mil €)	195	192	2%	Gruppo	-	-	-	-
> Canoni al netto contrib. ricevuti	(mil €)	135	122	11%	Gruppo	-	-	-	-

I dati relativi alla performance del titolo registrano un trend positivo.

Qui preme porre l'accento sull'aumento rilevante (+42%) della presenza nel capitale azionario di investitori socialmente responsabili, nonché sulla loro ripartizione geografica.

Gli stili di investimento mostrano un'ulteriore evoluzione di Growth e Assimilati (Garp-Value) pari a un totale di 71,1% sul totale istituzionale. Lo sviluppo, oltre che della gestione complessiva e dell'efficacia del piano industriale, è anche frutto di alcuni "fondamentali" della responsabilità sociale:

- > trasparenza ed efficacia della comunicazione finanziaria;
- > buona attuazione della capacità di risposta alle richieste di informazioni e incremento degli incontri con gli analisti etici;
- > diffusa informazione sui criteri di controllo del rischio che determinano la propensione all'investimento;
- > distribuzione di un valore aggiunto che garantisce una costante attenzione all'interesse degli stakeholder, oltreché degli azionisti.

FORNITORI

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Fornitori						EC3	4	-	●
Dimensione fornitori						EC3	4.1.1	-	-
Numero fornitori contrattualizzati	(#)	19.723	16.883	17%	escluso TLC, estero e combustibili	-	4.1.2	-	-
Concentrazione fornitori (top 10)	(%)	32,0	19,0	68%	escluso TLC, estero e combustibili	-	4.1.2	-	-
Approvvigionamenti e combustibili contrattualizzati						EC3	-	-	-
Acquisti materiali e servizi	(mil €)	5.087,3	4.763,0	7%	escluso estero	EC3	-	-	●
> Forniture	(mil €)	2.861,4	2.388,0	20%	escluso estero	-	-	-	-
> Lavori	(mil €)	717,5	969,0	-26%	escluso estero	-	-	-	-
> Servizi	(mil €)	1.508,4	1.406,0	7%	escluso estero	-	-	-	-
Acquisti combustibili	(mil €)	3.454,7	3.184,0	9%	escluso estero	EC3	-	-	-
> Gas	(mil €)	1.053,8	1.183,0	-11%	escluso estero	-	-	-	-
> Olio	(mil €)	1.116,3	1.014,0	10%	escluso estero	-	-	-	-
> Carbone	(mil €)	560,2	412,0	36%	escluso estero	-	-	-	-
> Servizi	(mil €)	724,4	575,0	26%	escluso estero	-	-	-	-
Strumenti di gestione						EC3	-	-	●
Qualificazioni per gruppo merci	(#)	2.663	2.625	1%	escluso TLC, estero e combustibili	EC3	-	-	●
Gare <i>on line</i>	(%)	32,0	18,0	78%	CAA* escluso Terna 2004	EC3	-	-	●
Acquisto <i>on line</i>	(%)	84,0	58,0	45%	CAA* escluso Terna 2004	EC3	-	-	●
Contenzioso su fornitori						-	-	-	●
Totale procedimenti	(#)	629	547	15%	escluso estero	-	-	-	●
Incidenza del contenzioso passivo	(%)	72,8	73,9	-1%	escluso estero	-	-	-	●
Nuovi procedimenti	(#)	193	171	13%	escluso estero	-	-	-	●

* CAA (Corporate Acquisti e Appalti) comprende Enel Distribuzione, Enel Sole, Enel.si, Enel Produzione, Enel Green Power, Enel.it, Enel FM.

In circa due anni Enel ha gestito oltre 3.700 gare via internet, per un importo complessivo di circa 1.750 milioni di euro. In particolare, l'adozione delle gare *on line* – oltre 2.000 nel 2004, per commesse pari a circa 1.200 milioni di euro – ha contribuito a snellire l'emissione dei bandi di gara, ad aumentarne la trasparenza e ad abbassare i prezzi di aggiudicazione.

MERCATO ELETTRICITÀ

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Mercato elettricità						EC1	3	●	●
Portafoglio Clienti						EC1	3.1÷3.1.2	●	-
Ricavi da vendita a clienti finali	(mil €)	16.577,9	16.541,0	0,2%	Gruppo	EC1	-	●	-
> Vincolato	(mil €)	15.054	15.741	-4%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Libero Business	(mil €)	648,5	510,0	27%	Enel Energia	-	-	-	-
> Libero Top	(mil €)	827,4	238,0	248%	Enel Trade	-	-	-	-
> Deval	(mil €)	48,0	51,6	-7%	Deval	-	-	-	-
Volumi venduti a clienti finali	(TWh)	157,8	152,2	4%	Gruppo	EC1	-	-	-
> Totale mercato vincolato	(TWh)	136,6	141,1	-3%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Consumer	(TWh)	53,9	51,7	4%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Altri usi	(TWh)	82,7	89,4	-7%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Totale mercato libero	(TWh)	20,8	10,7	95%	Enel Energia + Enel Trade	-	-	-	-
> Libero Business	(TWh)	7,5	6,1	22%	Enel Energia	-	-	-	-
> Libero Top	(TWh)	13,4	4,6	190%	Enel Trade	-	-	-	-
Volumi vettoriati	(TWh)	250,7	244,4	3%		-	-	-	-
Clienti	(.000)	29.535,5	28.918,5	2%	escluso Deval	EC1	3.2	●	-
> Consumer	(.000)	23.106,3	22.513,5	3%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Mercato vincolato Business	(.000)	6.421,6	6.400,9	0%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Totale mercato vincolato	(.000)	29.527,9	28.914,4	2%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Mercato libero	(.000)	7,6	4,1	85%	Enel Energia + Enel Trade	-	-	-	-
Sviluppo clientela sul mercato libero	(clienti/mese)	627,5	25	-	mercato libero	EC1	3.2.2	●	●
Switching rate	(%)	1,4	-0,7	282%	mercato libero + mercato vincolato	-	3	-	-
Quota di mercato	(%)	52,3	50,6	3%	escluso Deval	EC1	3	●	●
Valore del cliente						EC1	3.4÷3.6	●	-
Ricavo medio per cliente	(€/mese)	567,4	607,8	-7%	Enel Distribuzione	EC1	-	●	-
Struttura commerciale						EC2	-	●	-
Punti di Contatto (Italia elettricità mercato vincolato)	(#)	1.089	1.061	3%	Enel Distribuzione	EC2	-	-	-
> Qui Enel in Enel.si	(#)	527	582	-9%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Qui Enel in Wind	(#)	353	415	-15%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Qui Enel in Comune	(#)	104	44	136%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
> Qui Enel in Uffici Postali	(#)	105	20	425%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Indiretto Italia mercato libero	(#)	15	-	-	Enel Energia	-	-	-	-
Punti di Contatto (Spagna elettricità)	(#)	26	-	-	Viesgo	EC2	-	-	-



MERCATO ELETTRICITÀ

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Attivazione della fornitura									
Esecuzione di lavori semplici	(gg)	8,9	9,0	-1%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Attivazione della fornitura	(gg)	1,9	2,1	-10%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Gestione del servizio (mercato vincolato)						EC1	-	-	-
Produttività del canale indiretto	(.000)	1.377,0	1.232,7	12%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Produttività del portale	(.000)	984,0	646,0	52%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Risposte dal <i>call center</i>	(.000)	13.302,4	14.428,2	-8%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Call center (mercato vincolato)									
Livello di servizio <i>call center</i>	(%)	84,0	81,0	4%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Tempo medio di attesa	(sec)	180,0	167,0	8%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Efficacia del <i>call center</i>	(#)	92,4	94,9	-3%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Formazione operatore <i>call center</i>	(h <i>pro capite</i>)	31,2	19,5	60%	Enel Distribuzione	-	-	-	-
Qualità tecnica						EC1; PR4÷PR8	-	●	●
Indice di continuità del servizio	(min)	60,0	72,0	-17%	Enel Distribuzione	-	-	●	-
Investimenti in qualità	(mil €)	333	477	-30%	Enel Distribuzione	-	-	●	-
Customer satisfaction e customer loyalty (mercato vincolato)						EC1	3.3.1-3.3.2	●	●
Reclami scritti	(.000)	268,9	269,5	0%	Enel Distribuzione	EC1	3.3.1	●	-
Tempo di risposta reclami scritti	(gg)	14,0	8,9	58%	Enel Distribuzione	EC1	3.3.1	●	-
Spesa per campagne di fidelizzazione	(mil €)	5,4	5,8	-7%	Enel Distribuzione	EC1	3.3.2	-	-
Contenzioso clienti mercato elettricità e gas									
Totale procedimenti	(#)	25.526	11.638	119%	escluso estero	-	-	-	-
> <i>Elettricità</i>	(#)	23.378	<i>n.d.</i>	-		-	-	-	-
> <i>Gas</i>	(#)	1.938	<i>n.d.</i>	-		-	-	-	-
> <i>Altro</i>	(#)	210	<i>n.d.</i>	-		-	-	-	-

I consumatori trovano sempre più facile il dialogo con Enel attraverso strumenti di marketing e cura del cliente come: la tessera Enel Club, che ha raggiunto circa 1 milione di soci; i 1.100 QuiEnel, presso i negozi di Wind ed Enel.si; i circa 100 punti di contatto presso i Comuni; i circa 100 punti di contatto presso gli Uffici Postali abilitati; i 140 PuntoEnel per la clientela d'affari; i 4.500 sportelli bancomat, per il pagamento della bolletta, insieme ai 2.200 sportelli postamat e i Puntolis Lottomatica abilitati.

Questo avvicinamento del cliente è testimoniato anche dall'utilizzo sempre più diffuso (+52%) del portale di Enel (www.enel.it) dove è possibile effettuare varie operazioni relative al proprio contratto.

La diminuzione delle chiamate che hanno ricevuto risposta dal *call center* e l'aumento dell'indice del livello di servizio testimoniano un miglioramento complessivo e l'accresciuta efficacia della prima risposta dell'operatore per la risoluzione del problema.

MERCATO GAS

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Mercato gas						EC1	3	●	●
Portafoglio Clienti						EC1	3.1÷3.1.2	●	-
Ricavi da vendita a clienti finali	(mil €)	1.374	1.254	10%	Gruppo	EC1	-	●	-
Volumi venduti a clienti finali	(mil mc)	5.186	4.445	17%	Gruppo	EC1	-	-	-
> <i>Clienti business</i>	(mil mc)	2.404	1.780	35%	Enel Gas	-	-	-	-
> <i>Clienti consumer</i>	(mil mc)	2.782	2.665	4%	Enel Gas	-	-	-	-
Volumi venduti a clienti terzi	(mil mc)	1.666	2.329	-28%	Enel Trade	-	-	-	-
Clienti	(.000)	1.966	1.796	9%	Gruppo	EC1	3.2	●	-
> <i>Clienti business</i>	(.000)	2,0	1,6	24%	Enel Gas + Enel Trade	-	-	-	-
> <i>Clienti consumer</i>	(.000)	1.963,6	1.794,0	9%	Enel Gas	-	-	-	-
Sviluppo della base clienti	(#/mese)	14.827	6.322	135%	Enel Gas	EC1	3.2.2	●	●
Switching rate	(%)	2,9	4,3	-34%	Enel Gas	-	3	-	-
Quota di mercato	(%)	11,0	9,4	16%	Gruppo	EC1	3	●	●
Valore del cliente						EC1; PR1; PR2	3.4÷3.6	●	-
Ricavo medio per cliente	(€/mese)	748,4	716,2	4%	Enel Gas	EC1	-	●	-
Struttura commerciale (Italia)						EC2	-	●	-
Punti di Contatto	(#)	75	21	257%	Enel Gas	EC2	-	-	-
Formazione rete indiretta	(#)	418	12	3383%	Enel Gas	EC2	-	-	-
Rete <i>outbound</i>	(#)	38	0	-	Enel Gas	EC2	-	-	-
Efficacia rete <i>outbound</i>	(#)	33.332	0	-	Enel Gas	EC2	-	-	-
Attivazione della fornitura						-	-	-	-
Esecuzione di lavori semplici	(gg)	7,1	5,3	34%	Enel Gas	-	-	-	-
Attivazione della fornitura	(gg)	2,6	2,5	4%	Enel Gas	-	-	-	-
Gestione del servizio						EC1	-	-	-
Produttività del canale indiretto	(.000)	14	0	-	Enel Gas	-	-	-	-
Produttività del portale	(.000)	90	n.d.	-	Enel Gas	-	-	-	-
Risposte dal <i>call center</i>	(.000)	1.447	1.506	-4%	Enel Gas	-	-	-	-
Efficienza della struttura	(€)	n.d.	n.d.	-	Enel Gas	EC1	3.3.1	-	-
Call center						-	-	-	-
Livello di servizio <i>call center</i> ⁽¹⁾	(%)	50,0	77,0	-35%	Enel Gas	-	-	-	-
Efficacia IVR	(%)	32,0	42,5	-25%	Enel Gas	-	-	-	-
Tempo medio di attesa	(sec)	65,0	27,0	141%	Enel Gas	-	-	-	-
Efficacia del <i>call center</i>	(#)	98,7	97,6	1%	Enel Gas	-	-	-	-
Formazione operatore <i>call center</i>	(h/pro capite)	270	113	139%	Enel Gas	-	-	-	-

(1) Risposta dell'operatore entro 45 secondi.



MERCATO GAS

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Soddisfazione e fidelizzazione dei clienti									
Indice soddisfazione clienti	(#)	7,7	7,6	1%	Enel Gas	EC1; EC2	3.3.1-3.3.2	●	●
Reclami scritti	(.000)	896,0	648,0	38%	Enel Gas	EC1; EC2	3.3.1	●	-
Tempo di risposta reclami scritti	(gg)	9,4	8,7	9%	Enel Gas	EC1; EC2	3.3.1	●	-
Spesa per campagne di fidelizzazione	(mil €)	4,6	1,1	318%	Enel Gas	EC1; EC2	3.3.2	-	-
Contenzioso clienti mercato elettricità e gas									
Totale procedimenti	(#)	25.526	11.638	119%	escluso estero	-	-	-	-
> <i>Elettricità</i>	(#)	23.378	<i>n.d.</i>	-		-	-	-	-
> <i>Gas</i>	(#)	1.938	<i>n.d.</i>	-		-	-	-	-
> <i>Altro</i>	(#)	210	<i>n.d.</i>	-		-	-	-	-
Incidenza del contenzioso passivo	(%)	59	20	195%	escluso estero	-	-	-	-
Nuovi procedimenti	(#)	15.187	1.960	675%	escluso estero	-	-	-	-
Indice di successo sull'archiviato	(%)	42	58	-29%	escluso estero	-	-	-	-

I contenziosi rilevati complessivamente per il mercato del gas e dell'elettricità derivano per lo più dalle procedure avviate dai clienti in conseguenza del *black-out* del settembre 2003.

MERCATO TLC

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Mercato TLC						EC1	3	-	-
Portafoglio Clienti						EC1	3.1÷3.1.2	-	-
Ricavi totali	(mil €)	4.714	4.383	8%	TLC	EC1	-	-	-
Volumi totali	(mld min)	27.806,6	24.528,0	13%	TLC	EC1	-	-	-
> Fisso	(mld min)	13.971,3	15.035,1	-7%	TLC	-	-	-	-
> Mobile	(mld min)	13.835,3	9.492,9	46%	TLC	-	-	-	-
Clienti	(.000)	17.279	16.100	7%	TLC	EC1	3.2	-	-
> Fisso	(.000)	2.367	3.100	-24%	TLC	-	-	-	-
> Mobile (SIM)	(.000)	12.112	9.900	22%	TLC	-	-	-	-
> Internet (clienti attivi)	(.000)	2.800	3.100	-10%	TLC	-	-	-	-
Quota di mercato (mobile)	(%)	19,1	17,3	11%	TLC	EC1	3	-	-
Valore per il cliente						EC1	3.4÷3.6	-	-
Ricavo medio per cliente (mobile)	(€/mese)	20,8	22,2	-7%	TLC	EC1	-	-	-
Ricavo medio per cliente (fisso)	(€/mese)	36,3	31,4	16%	TLC	EC1	-	-	-
Struttura commerciale						-	-	-	-
Punti contatto	(#)	2.166	2.075	4%	TLC	-	-	-	-
Formazione rete indiretta	(#)	3.728	2.900	29%	TLC	-	-	-	-
Rete <i>outbound</i> (consumer)	(#)	80	67	19%	TLC	-	-	-	-
Rete <i>outbound</i> (business)	(#)	200	n.d.	-	TLC	-	-	-	-
Attivazione della fornitura						-	-	-	-
Attivazione della fornitura	(gg)	16,9	36,0	-53%	TLC	-	-	-	-
Gestione del servizio						-	3.6	●	-
Risposte dal <i>call center</i>	(.000)	23.578	20.912	13%	TLC	-	-	●	-
Call center						-	-	●	-
ACR	(%)	7,4	11,0	-33%	TLC	-	-	●	-
Efficacia IVR	(%)	68,1	68,1	0%	TLC	-	-	●	-
Tempo medio di attesa	(sec)	40,9	47,2	-14%	TLC	-	-	●	-
Efficacia del <i>call center</i>	(%)	84,9	85,0	0%	TLC	-	-	●	-
Formazione operatore <i>call center</i>	(h/pro capite)	174,2	177,7	-2%	TLC	-	-	-	-
Qualità tecnica						-	3.6	-	-
Copertura Rete	(%)	98,9	98,6	0%	TLC	-	-	-	-
Chiamate senza caduta linea	(%)	97,7	98,1	0%	TLC	-	-	-	-
Soddisfazione e fidelizzazione dei clienti						EC1	3.3.1-3.3.2	-	-
Indice soddisfazione clienti	(#)	91,0	86,0	6%	TLC	EC1	3.3.1	-	-
Contenzioso clienti TLC						-	-	-	-
Totale procedimenti	(#)	1.369	818	67%	TLC	-	-	-	-
Incidenza del contenzioso passivo	(%)	93	84	11%	TLC	-	-	-	-
Nuovi procedimenti	(#)	1.160	772	50%	TLC	-	-	-	-
Indice di successo sull'archiviato	(%)	80	77	4%	TLC	-	-	-	-

SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALI

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Sistemi di gestione ambientali						-	8	●	●
Certificazione ambientale						-	8.2	●	●
Certificazioni ISO 14001	(#)	20	18	11%	GEM	-	8.2	●	●
Certificazioni EMAS	(#)	10	10	0%	GEM	-	8.2	●	●
Potenza installata coperta da certificazione (ISO 14001)	(%)	70,4	51,1	38%	GEM	-	8.2	●	●
Potenza installata coperta da certificazione (EMAS)	(%)	28,0	27,0	4%	GEM	-	8.2	●	●
Ricerca e innovazione						EN35	8.2	●	-
Spesa per la ricerca	(mil €)	20,2	18,5	9%	GEM	EN35	8.2	-	-
Personale di ricerca	(#)	160,6	169,5	-5%	GEM	EN35	8.2	-	-
Spesa ambientale						EN35	8.2	-	-
Spese ambientali (parte corrente) ⁽¹⁾	(mil €)	495	637	-22%	escluso estero	EN35; EN27; EN29	8.2	-	-
Personale su temi ambientali	(#)	260,0	248,0	5%	escluso estero	-	8.2	-	●
Sistemi di sicurezza						EN34	8.2	-	●
Ispezioni su navi trasporto						EN34	-	-	●
> <i>Prodotti petroliferi</i>	(%)	100,0	71,0	41%	escluso estero	EN34	-	-	●
> <i>Carbone</i>	(%)	10,0	1,0	900%	escluso estero	-	-	-	-

(1) Le spese ambientali sono state rendicontate seguendo le linee guida della FEEM (Fondazione Eni Enrico Mattei) "Il bilancio ambientale d'impresa".

EFFICIENZA ENERGETICA PARCO DI PRODUZIONE IN ITALIA

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Efficienza energetica parco di produzione in Italia						EN14	8.1.1	●	-
Parco di produzione						-	8.1.1	●	-
Potenza efficiente netta termoelettrica (MW)	(MW)	26.837	26.719	0%	escluso estero	-	8.1.1	●	-
> Carbone e Orimulsion (MW)	(MW)	4.616	4.648	-1%	escluso estero	-	-	-	-
> CCGT (MW)	(MW)	5.005	4.711	6%	escluso estero	-	-	-	-
> Oliolgas (MW)	(MW)	15.086	15.526	-3%	escluso estero	-	-	-	-
> Altro (MW)	(MW)	2.130	1.834	16%	escluso estero	-	-	-	-
Potenza efficiente netta rinnovabile (MW)	(MW)	15.210,0	15.126,9	1%	escluso estero	-	8.1.1	●	-
> Idro (MW)	(MW)	14.317,8	14.330,1	0%	escluso estero	-	-	-	-
> Eolico (MW)	(MW)	246,5	127,7	93%	escluso estero	-	-	-	-
> Geo (MW)	(MW)	642,0	665,5	-4%	escluso estero	-	-	-	-
> Altro (MW)	(MW)	3,6	3,6	0%	escluso estero	-	-	-	-
Incidenza CCGT (%)	(%)	18,6	17,6	6%	escluso estero	-	8.1.1	●	-
Sviluppo del rinnovabile (MW)	(MW)	125,5	85,9	46%	escluso estero	-	8.1.1	●	●
Produzione netta termoelettrica (TWh)	(TWh)	91,9	106,7	-14%	escluso estero	-	8.1.1	●	●
> Carbone e Orimulsion (TWh)	(TWh)	31,5	30,4	4%	escluso estero	-	-	-	-
> CCGT (TWh)	(TWh)	32,1	24,8	30%	escluso estero	-	-	-	-
> Oliolgas (TWh)	(TWh)	28,1	51,2	-45%	escluso estero	-	-	-	-
> Altro (TWh)	(TWh)	0,1	0,3	-58%	escluso estero	-	-	-	-
Produzione netta rinnovabile (TWh)	(TWh)	26,6	23,8	12%	escluso estero	-	8.1.1	●	●
> Idro (TWh)	(TWh)	21,3	18,7	14%	escluso estero	-	-	-	-
> Eolico e fotovoltaico ⁽¹⁾ (TWh)	(TWh)	0,2	0,1	205%	escluso estero	-	-	-	-
> Geo (TWh)	(TWh)	5,1	5,0	2%	escluso estero	-	-	-	-
Produzione Idro da pompaggio (TWh)	(TWh)	7,4	7,3	1%	escluso estero	-	8.1.1	●	●
Mix di combustibile						EN1	-	●	●
Consumi di combustibile (Mtep)	(Mtep)	20,1	23,3	-14%	escluso estero	EN1	-	●	●
> Carbone e Orimulsion (%)	(%)	37,6	31,6	19%	escluso estero	-	-	-	-
> Olio (%)	(%)	24,3	28,0	-13%	escluso estero	-	-	-	-
> Gas (%)	(%)	38,1	40,4	-6%	escluso estero	-	-	-	-
Produttività						-	-	●	●
Rendimento impianti CCGT (%)	(%)	52,4	51,8	1%	escluso estero	-	-	●	●
Indisp.à chiamata in servizio - carbone (%)	(%)	4,8	6,2	-23%	escluso estero	-	-	-	-
Energia verde						-	-	●	●
Produzione certificati verdi (TWh)	(TWh)	1,4	0,7	105%	escluso estero	-	-	●	●
Copertura fabbisogno di certificati verdi (%)	(%)	64,6	33,5	93%	escluso estero	-	-	●	●
Vendita Energia verde (GWh)	(GWh)	67,2	0,0	-	escluso estero	-	-	●	●
Investimenti						-	8.1.1	-	●
Investimenti per efficienza (mil. €)	(mil. €)	213,9	304,0	-30%	escluso estero	EN19	8.1.1	-	●
Investimenti ambientali (mil. €)	(mil. €)	36,7	64,3	-43%	escluso estero	EN19	8.1.1	-	●
Investimenti in rinnovabile (mil. €)	(mil. €)	335,1	226,7	48%	escluso estero	EN17	-	-	●

(1) Escluso impianti fotovoltaici isolati (589 kW pari a 199).

L'aumento della potenza efficiente da rinnovabile, in presenza di un minor apporto dell'idroelettrico e del geotermico, è determinato da un incremento del 93% della componente eolica, attestata su 246,5 MW. Infatti il parco eolico ha più che raddoppiato la sua produzione netta, raggiungendo 0,2 TWh. In aumento la produzione di certificati verdi che coprono il 61,1% del fabbisogno. Questo dato, letto anche in connessione con la vendita di Energia verde (67,2 GWh) attesta un impegno sempre più orientato verso uno sviluppo sostenibile. Di grande rilievo l'investimento destinato a supportare l'uso del rinnovabile, con un aumento del 48% rispetto al 2003.

EFFICIENZA ENERGETICA RETI

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Efficienza energetica reti						-	-	●	-
Distribuzione energia elettrica						-	-	●	-
Disponibilità della rete di trasmissione	(%)	99,2	99,1	0%	escluso estero	-	-	●	-
Costruzione/potenziamento linee BT/MT	(km)	0,0	0,0	-	escluso estero	EN17	-	●	-
Distribuzione gas						-	-	●	-
Fughe di gas	(#)	498	509	-2%	escluso estero	EN13	-	●	-
Controllo rete	(%)	50	45	11%	escluso estero	-	-	●	-
Cabine telecontrollate	(#)	199	92	116%	escluso estero	-	-	●	-

La disponibilità della rete di trasmissione di energia è tuttora su livelli di eccellenza.

La riduzione delle fughe di gas sulla rete (-34%) riflette appieno l'impegno di Enel per la sicurezza e il miglioramento costante della sua capacità di controllo, verifica e ammodernamento.

USO RAZIONALE DELL'ENERGIA

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Uso razionale dell'energia						EN17	8.1	-	●
Promozione dell'efficienza energetica						EN17	8.1.1	-	-
Microgenerazione	(kW)	1.890	388	387%	escluso estero	EN17	-	-	-
Contatori elettronici installati	(.000)	20.801	13.387	55%	escluso estero	EN17	-	-	-
Clienti con tariffa bioraria	(#)	17.509	0	-	escluso estero	-	-	-	●

Di grande rilievo lo sviluppo della microgenerazione, un servizio innovativo di generazione per mezzo di piccoli impianti di produzione – che utilizzano gas naturale in assetto cogenerativo – localizzati direttamente presso l'utilizzatore finale.

Il grande successo delle tariffe biorarie, a pochi mesi dal lancio, testimonia dell'attenzione prestata da Enel al Cliente. La loro applicazione, resa possibile dalla installazione dei contatori elettronici che consentono la lettura a distanza dei consumi, e la successiva entrata in funzione di ulteriori tariffe differenziate rispondono infatti a precise esigenze dei clienti che possono tarare i loro consumi in funzione dello stile di vita.

PERFORMANCE AMBIENTALI

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Performance ambientali						-	8.1	●	●
Emissioni inquinanti						EN10	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche di SO ₂	(g/kWh)	1,02	0,94	8%	GEM escluso estero	EN10	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche di NO _x	(g/kWh)	0,61	0,58	4%	GEM escluso estero	EN10	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche di H ₂ S	(g/kWh)	4,60	4,84	-5%	GEM escluso estero	EN10	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche di polveri	(g/kWh)	0,04	0,03	10%	GEM escluso estero	EN10	8.1.4	●	●
Emissioni gas serra									
Emissioni CO ₂	(mil t)	63,4	71,5	-11%	GEM escluso estero	EN8	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche CO ₂ (produzione termo fossile netta)	(g/kWh)	690	670	3%	GEM escluso estero	EN8	8.1.4	●	●
Emissioni evitate	(mil t)	18,3	15,9	15%	GEM escluso estero	-	8.1.4	●	●
Altre emissioni gas serra (CO ₂)	(.000 t)	33,3	24,5	36%	GEM escluso estero	EN30	8.1.4	●	●
Altre emissioni gas serra (SF ₆)	(.000 t)	5,8	5,0	15%	GEM escluso estero	EN30	8.1.4	●	●
Altre emissioni gas serra (CH ₄)	(.000 t)	6,6	6,3	4%	GEM escluso estero	EN30	8.1.4	●	●
Gestione dei rifiuti						EN2	8.1.6	●	●
Rifiuti prodotti	(.000 t)	1.912	1.807	6%	escluso estero	EN2	8.1.6	-	●
Rifiuti speciali pericolosi prodotti	(.000 t)	38	34	11%	escluso estero	EN2	8.1.6	-	●
Recupero rifiuti	(%)	95	91	4%	escluso estero	EN31	8.1.6	-	●
Smaltimento dell'amianto	(t)	2.047,5	2.010,0	2%	escluso estero	-	-	-	-
Incidenza trasf. e app. con PCB su tot. trasf. e app.	(%)	8,6	10,8	-21%	escluso estero	EN2	8.1.6	-	●
Fabbisogno idrico						EN5; EN21	8.1.2	-	-
Fabbisogno specifico per produzione termica	(l/kWh)	0,52	0,41	28%	escluso estero	EN5	8.1.2	-	-
Impatto sul paesaggio/territorio						EN20; EN23÷EN25	-	-	●
Indice di cavazzazione	(%)	69,0	68,5	1%	escluso estero	-	-	-	●
Linee BT	(%)	82,7	82,5	0%	escluso estero	-	-	-	-
Linee MT	(%)	39,0	38,3	2%	escluso estero	-	-	-	-
Incidenza impianti a basso impatto visivo	(%)	12,4	9,4	32%	escluso estero	EN14	-	-	●
Bonifica impianti	(%)	7,0	27,0	-74%	escluso estero	EN14	-	-	●
Contenzioso ambientale						EN16	-	-	-
Totale procedimenti passivi	(#)	364	n.d.	-	escluso estero	-	-	-	-
> Inquinamento (acqua, aria, suolo, acustico)	(%)	8,8	n.d.	-	escluso estero	-	-	-	-
> Impatto visivo	(%)	15,1	n.d.	-	escluso estero	-	-	-	-
> Campi elettromagnetici	(%)	62,6	n.d.	-	escluso estero	-	-	-	-
> Altro	(%)	13,5	n.d.	-	escluso estero	-	-	-	-
Nuovi procedimenti	(#)	44	n.d.	-	escluso estero	-	-	-	-

PARCO DI PRODUZIONE ESTERO

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Parco di produzione estero									
Certificazioni ambientali									
Siti impianti con certificazione	(#)	6	4	50%	internazionale	-	8.2	●	●
Grado di copertura della certificazione	(%)	3,4	2,9	16%	Internazionale	-	8.2	●	●
Parco di produzione estero									
Potenza efficiente netta	(MW)	3.688	3.829	-4%	internazionale	-	8.1.1	●	-
> Spagna	(%)	69,8	67,2	4%		-	-	-	-
> Europa dell'Est	(%)	14,9	19,1	-22%		-	-	-	-
> America Latina	(%)	10,1	8,5	19%		-	-	-	-
> Nord America	(%)	5,2	5,1	1%		-	-	-	-
Potenza efficiente termoelettrica	(MW)	2.213,7	2.410,5	-8%	internazionale	-	8.1.1	●	-
> Carbone	(MW)	1.410,0	1.593,0	-11%	internazionale	-	-	-	-
> Oliolgas	(MW)	731,0	731,0	0%	internazionale	-	-	-	-
> Altro	(MW)	72,7	86,5	-16%	internazionale	-	-	-	-
Potenza efficiente rinnovabile	(MW)	1.474,4	1.418,2	4%	internazionale	-	8.1.1	●	-
> Idro	(MW)	1.128,5	1.077,2	5%	internazionale	-	-	-	-
> Eolico	(MW)	346,0	341,0	1%	internazionale	-	-	-	-
Produzione netta totale	(TWh)	12,3	10,7	16%	internazionale	-	8.1.1	●	●
> Spagna	(%)	56,1	54,9	2%		-	-	-	-
> Europa dell'Est	(%)	26,1	25,7	2%		-	-	-	-
> America Latina	(%)	7,5	7,3	4%		-	-	-	-
> Nord America	(%)	10,3	12,2	-16%		-	-	-	-
Produzione netta termoelettrica	(TWh)	8,6	7,6	13%	internazionale	-	8.1.1	●	●
> Carbone	(TWh)	7,5	6,7	13%	internazionale	-	-	-	-
> Oliolgas	(TWh)	0,7	0,8	-12%	internazionale	-	-	-	-
> Biomasse e cogenerazione	(TWh)	0,4	0,2	140%	internazionale	-	-	-	-
Produzione netta rinnovabile	(TWh)	3,7	3,1	20%	internazionale	-	8.1.1	●	●
> Idro	(TWh)	2,9	2,9	0%	internazionale	-	-	-	-
> Eolico	(TWh)	0,8	0,2	231%	internazionale	-	-	-	-
Mix di combustibile									
Consumi di combustibile	(Mtep)	2,4	2,1	16%	internazionale	EN1	-	●	●
> Carbone e Orimulsion	(%)	86,7	75,1	15%	internazionale	-	-	-	-
> Olio	(%)	9,0	3,8	137%	internazionale	-	-	-	-
> Gas	(%)	4,3	7,4	-42%	internazionale	-	-	-	-
Produttività									
Rendimento impianti termo	(%)	29,1	30,0	-3%	internazionale	-	-	●	●
Indisponibilità alla chiamata in servizio	(%)	11,3	10,3	10%	internazionale	-	-	-	-

PARCO DI PRODUZIONE ESTERO

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Emissioni inquinanti									
Emissioni specifiche di SO ₂	(gr/kWh)	31,8	28,7	11%	Maritza+Viesgo	EN10	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche di NO _x	(gr/kWh)	3,0	2,2	39%	Maritza+Viesgo	EN10	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche di CO ₂	(gr/kWh)	1.037,1	996,7	4%	Maritza+Viesgo	EN30	8.1.4	●	●
Emissioni specifiche di polveri	(gr/kWh)	0,90	0,87	4%	Maritza+Viesgo	EN10	8.1.4	●	●
Gestione dei rifiuti									
Rifiuti prodotti	(.000 t)	1.960,7	n.d.	-	internazionale	EN2	8.1.6	●	●
Rifiuti speciali pericolosi prodotti	(.000 t)	3,6	n.d.	-	internazionale	EN2	8.1.6	-	●
Recupero rifiuti	(%)	47,9	n.d.	-	internazionale	EN31	8.1.6	-	●
Impatto sul paesaggio/territorio									
Indice di cavizzazione	(%)	10,7	n.d.	-	internazionale	EN20; EN23÷EN25	-	-	●
> Linee BT	(%)	9,9	n.d.	-	internazionale	-	-	-	-
> Linee MT	(%)	12,4	n.d.	-	internazionale	-	-	-	-

CONSISTENZA E COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Consistenza e composizione del personale						LA1	1	●	●
Consistenza						LA1	1.1	●	●
Organico	(#)	61.898	64.770	-4%	Gruppo	LA1	1.1	●	●
> GEM	(#)	9.983	10.318	-3%		-	-	-	-
> MIR	(#)	35.126	36.424	-4%		-	-	-	-
> TLC	(#)	7.976	8.769	-9%		-	-	-	-
> Terna	(#)	2.871	2.821	2%		-	-	-	-
> Internazionale	(#)	1.752	1.710	2%		-	-	-	-
> Servizi	(#)	3.600	4.206	-14%		-	-	-	-
> Corporate	(#)	590	522	13%		-	-	-	-
Dipendenti in Italia	(%)	97,1	97,1	0%	Gruppo	LA1	1.1.5	●	●
Composizione						LA1	1.1	●	-
Indice di qualifica professionale (dirigenti sul totale)	(%)	1,1	1,2	-6%	Gruppo	LA1	1.1.1	●	-
Dirigenti	(#)	705	785	-10%	Gruppo	-	-	-	-
Quadri	(#)	4.847	4.979	-3%	Gruppo	-	-	-	-
Impiegati	(#)	38.027	39.409	-4%	Gruppo	-	-	-	-
Operai	(#)	18.319	19.597	-7%	Gruppo	-	-	-	-
Dipendenti con laurea	(%)	11,3	10,8	5%	Gruppo	LA1	1.1.7	●	-
> laurea	(#)	7.002	7.008	-0,09%	Gruppo	-	-	-	-
> diploma	(#)	26.805	26.691	0,43%	Gruppo	-	-	-	-
> altro	(#)	28.091	31.071	-9,59%	Gruppo	-	-	-	-
Anzianità media anagrafica	(anni)	44,1	43,9	1%	Gruppo	LA1	1.1.2	●	-
> inferiore a 35	(#)	12.085	12.937	-7%	Gruppo	-	-	-	-
> da 35 a 44	(#)	16.545	17.882	-7%	Gruppo	-	-	-	-
> da 45 a 54	(#)	27.649	29.233	-5%	Gruppo	-	-	-	-
> da 55 a 59	(#)	5.237	4.371	20%	Gruppo	-	-	-	-
> oltre 60	(#)	382	347	10%	Gruppo	-	-	-	-
Anzianità media aziendale	(anni)	19,2	19,0	1%	Gruppo	LA1	1.1.3	●	-
> inferiore a 10	(#)	15.990	15.976	0%	Gruppo	-	-	-	-
> da 10 a 19	(#)	14.230	16.201	-12%	Gruppo	-	-	-	-
> da 20 a 29	(#)	21.794	25.738	-15%	Gruppo	-	-	-	-
> da 30 a 34	(#)	8.657	5.389	61%	Gruppo	-	-	-	-
> oltre 35	(#)	1.227	1.466	-16%	Gruppo	-	-	-	-
Rapporti e modalità di lavoro flessibile						LA1	1.1.6	●	-
Ricorso a contratto a tempo determinato (%)		0,1	0,8	-86%	Gruppo	LA1	1.1.6	●	-
Diffusione del part time	(%)	3,5	4,0	-11%	Gruppo	LA1	1.1.6	●	-
Ricorso allo straordinario	(%)	6,00	6,30	-5,5%	solo elettrici	LA1	1.1.6; 1.1.5	●	-
Stagisti che collaborano in Enel	(#)	159	183	-13%	Gruppo	LA1	1.4.3	●	-
Variazioni alla consistenza						-	1.2	●	-
Nuovi assunti	(#)	1.256	1.379	-9%	Gruppo	LA1	-	●	-
Cessazioni	(#)	3.214	6.238	-48%	Gruppo	LA1	1.2.3	●	-
Turnover del personale	(%)	5,0	8,8	-43%	Gruppo	LA2	1.2.1	●	-
Ricorso alla mobilità interna	(#)	1.364	1.618	-16%	Gruppo	LA2	1.2.1	●	-

SODDISFAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Soddisfazione e sviluppo professionale						-	1.6	-	-
Compensation						-	1.6	●	●
Costo medio per addetto	(.000 €)	53,3	51,2	4%	Gruppo	EC5	1.6.1	●	●
Remunerazione variabile	(%)	4,5	4,3	5%	Gruppo	EC12	1.6.1	●	-
Diffusione dell'incentivazione ⁽¹⁾	(%)	4,0	3,3	22%	Gruppo	LA12	1.6.1	●	●
Personale dirigente con <i>stock option</i>	(%)	90	65	38%	Gruppo	LA12	1.6.3	●	●
Sviluppo						-	-	●	-
Valutazione competenze/ <i>performance</i>	(#)	4.256,0	0,0	-	escluso TLC ed estero	-	-	●	-
Diffusione della valutazione delle competenze	(%)	93,4	0,0	-	escluso TLC ed estero	-	-	●	-
Sviluppo interno (nomine nuovi dirigenti)	(%)	68,4	33,9	102%	escluso TLC ed estero	-	-	●	-
Passaggi di categoria (organico)	(%)	12,5	19,1	-34%	solo elettrici	-	-	●	-
Formazione						LA9	1.4	-	●
Ore formazione <i>pro capite</i>	(h)	25,3	27,0	-6%	Gruppo	LA12	1.4.2	-	●
Giudizio della bontà del corso FAD	(#)	4,5	4,2	7%	Gruppo	LA9	1.4	-	-
Accessibilità alla EDLS	(%)	61,1	61,1	0%	Gruppo	LA9	1.4	●	●
Accessi da casa	(#)	5.446	14.910	-63%	Gruppo	LA9	1.4	-	●
Incidenza della formazione FAD	(%)	3,4	7,5	-54%	Gruppo	LA9	1.4	-	●
> Ore totali FAD	(.000 h)	52,1	127,5	-59%	Gruppo	-	-	-	-
> GEM	(%)	2,5	4,5	-44%	Gruppo	-	-	-	-
> MIR	(%)	4,2	10,4	-60%	Gruppo	-	-	-	-
> Terna	(%)	6,1	9,4	-35%	Gruppo	-	-	-	-
> Corporate	(%)	9,2	8,6	7%	Gruppo	-	-	-	-
> Altro	(%)	1,8	2,0	-10%	Gruppo	-	-	-	-
Corsi disponibili on line	(#)	4.872	4.379	11%	Gruppo	LA9	1.4	●	●
Produttività del canale EDLS	(%)	84,1	30,7	174%	Gruppo	LA16	1.4	●	●
Knowledge management e Comunicazione interna						LA17	1.10	●	●
Diffusione intranet aziendale	(%)	71,0	61,0	16%	Gruppo	LA17	1.10	●	●
Spesa per sistemi di <i>knowl. manag.</i>	(mil €)	5,7	1,5	280%	Gruppo	LA17	1.10	-	●
Accessi intranet (giorno lavorativo)	(#)	6.200	n.d.	-	Gruppo	-	-	-	●
Ascolti Enel TV (giorno lavorativo)	(#)	1.000	n.d.	-	Gruppo	-	-	-	●
Copie cartacee di Enel Insieme	(#)	22.000	n.d.	-	Gruppo	-	-	-	●
<i>Redemption</i> sondaggio strumenti	(#)	10	n.d.	-	Gruppo	-	-	●	-
Giudizio Enel Insieme (da -2 a 2)	(#)	0,5	n.d.	-	Gruppo	-	-	-	-
Giudizio Enel TV (da -2 a 2)	(#)	0,5	n.d.	-	Gruppo	-	-	-	-
Giudizio intranet (da -2 a 2)	(#)	1,1	n.d.	-	Gruppo	-	-	-	-
Diffusione della sostenibilità						HR8	1.10	-	●
Formazione su ambiente e sicurezza	(h/ <i>pro capite</i>)	6,5	7,5	-13%	GEM, MIR e Power	-	1.10	-	●
Clima aziendale						-	1.12	-	●
<i>Fringe benefit</i>	(€)	2.216,6	2.332,0	-5%	solo elettrici	EC12	1.12	-	●
Contenzioso vs dipendenti						-	-	-	-
Totale procedimenti	(#)	3.560	3.222	10%	escluso estero	-	-	-	-
Incidenza del contenzioso passivo	(%)	82,0	99,5	-18%	escluso estero	-	-	-	-
Nuovi procedimenti	(#)	648	610	6%	escluso estero	-	-	-	-
Indice di successo sull'archiviato	(%)	70,8	63,1	12%	escluso estero	-	-	-	-

(1) Esclude incentivazione collettiva e individuale quadri.

PARI OPPORTUNITÀ

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Pari Opportunità						LA10	1.3	●	●
Pari Opportunità						LA10	1.3	●	●
Personale femminile in organico	(#)	11.463	11.813	-3%	Gruppo	LA11	1.3.1	●	●
Personale femminile	(%)	18,5	18,2	2%	Gruppo	LA11	1.3.1	●	●
Livello di inquadramento personale femminile	(%)	15,6	15,0	4%	Gruppo	LA11	1.3.1	●	●
Remunerazione personale femminile	(%)	89,5	88,6	1%	Gruppo escluso estero e TLC	LA11	1.3.2	●	●
Disabili						LA10	1.3.3	●	-
Dipendenti disabili	(#)	3.484	3.687	-6%	escluso estero	LA11	1.3.3	●	-

L'aumentata percentuale di donne nei livelli d'inquadramento medio-alto e l'incremento delle loro retribuzioni confermano l'impegno profuso da Enel per la creazione delle condizioni aziendali più favorevoli allo sviluppo del personale femminile.

SAFETY

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Safety						LA5; LA7	1.11.1	●	●
Infortunati sul lavoro dei dipendenti						LA5; LA7	1.11.1	●	●
Infortunati sul lavoro	(#)	13	10	30%	escluso estero	LA5; LA7	1.11.1	●	●
> <i>Infortunati mortali</i>	(#)	3,0	4,0	-25%	escluso estero				
> <i>Infortunati gravi</i>	(#)	10,0	6,0	67%	escluso estero				
Indice di frequenza infortunati	(#)	9,46	9,69	-2%	escluso estero	LA5; LA7	1.11.1	●	●
Indice di gravità infortunati	(#)	0,30	0,34	-11%	escluso estero	LA5; LA7	1.11.1	-	●
Spesa per la sicurezza	(mil €)	48,7	32,2	51%	escluso estero	LA5	1.11.1	-	●
Accertamenti sanitari	(#)	22.058	n.d.	-	escluso estero	LA5	1.11.1	-	●
Infortunati sul lavoro di lavoratori di ditte appaltatrici e terzi						LA5	1.11.1	●	●
Infortunati sul lavoro di lavoratori di ditte appaltatrici	(#)	38	37	3%	escluso estero	LA5	1.11.1	●	●
Infortunati sul lavoro di terzi	(#)	56	67	-16%	escluso estero	LA5	1.11.1	●	●
Certificazioni						LA6; LA14; LA15	1.11.1	-	-
Siti certificati OHSAS 18001	(#)	83	n.d.	-	escluso estero	-	1.11.1	-	-

Nel 2004, l'indice di frequenza è sceso a 9,46 mentre l'indice di gravità è risultato vicino allo 0,30. I tre casi di incidenti mortali che hanno riguardato persone di Enel sono stati provocati da cause elettriche (due) e da un incidente stradale avvenuto durante l'orario di lavoro. Per quanto riguarda i lavoratori di ditte appaltatrici durante l'esecuzione di lavori per conto Enel, il numero di incidenti è rimasto costante, mentre risulta diminuito il numero di incidenti gravi e mortali di terzi connessi alle infrastrutture Enel.

RELAZIONI CON I SINDACATI

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Relazioni con i sindacati						LA3	1.9	●	●
Gestione relazioni con i sindacati						LA3	1.9	●	●
Tasso di sindacalizzazione medio	(%)	73,9	75,2	-2%	solo elettrici	LA3; LA4; LA13	1.9.2;1.9.3	●	●

RELAZIONI CON I MEDIA

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Relazioni con i media						-	7.4	-	-
Immagine dell'azienda						PR9; PR10	-	-	-
Indice di Presenza	(#)	4.495	n.d.	-	escluso estero	-	7.4	-	-
Indice Globale di Visibilità	(#)	1.485.697	n.d.	-	escluso estero	PR9; PR10	7.4	-	-
Indice Qualitativo di Visibilità (da -1 a +1)	(indice)	0,8	n.d.	-	escluso estero	PR9; PR10	7.4	-	-
Profilo d'immagine (da 1 a 5)	(indice)	3,4	n.d.	-	escluso estero	PR9; PR10	-	-	-

Nel 2004, sono stati raccolti e classificati 5.254 articoli sulla stampa nazionale e pluriregionale (di cui 419 negativi); 14.460 sulla stampa locale (di cui 3.365 negativi). I passaggi e servizi sulla radio a diffusione nazionale sono stati 615 (92 negativi) e 2.064 (281 negativi) quelli delle reti televisive.

INIZIATIVE A FAVORE DELLA COMUNITÀ

Grandezza rilevata	UM	2004	2003	2004-2003	Perimetro	GRI	CSR-SC	SAM	EIRIS
Iniziative a favore della comunità						EC10	7	●	●
Approccio LBG						EC10; SO1	7.2	●	●
EBT destinato al sociale	(%)	0,52	0,34	54%	escluso estero	EC10; SO1	7.1	●	●
Liberalità	(.000 €)	8.126,5	2.488,0	227%	escluso estero	EC10; SO1	7.1	●	●
> <i>Enel Cuore Onlus</i>	(.000 €)	6.280,0	560,0	1.021%	escluso estero	-	-	-	-
> <i>Altre</i>	(.000 €)	1.846,5	1.928,0	-4%		-	-	-	-
Investimenti in comunità	(.000 €)	10.451,2	8.680,0	20%	escluso estero	SO1	7	●	●
Iniziative commerciali a impatto sociale	(.000 €)	2.161,3	102,4	2.011%	escluso estero	SO1	7	●	●
Iniziative di business socialmente sostenibili	(.000 €)	1.798,0	113,4	1.486%	escluso estero	SO1	7	●	●

Relazione della società di revisione sul bilancio di sostenibilità - Attestazione di conformità

Al Consiglio di Amministrazione
di ENEL S.p.A.

- 1 Abbiamo svolto verifiche di conformità ed analisi sul bilancio di sostenibilità al 31 dicembre 2004 del Gruppo ENEL, descritte nel paragrafo 2 della presente relazione.

Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione, riportata al paragrafo "Metodologia" del bilancio di sostenibilità al 31 dicembre 2004 del Gruppo ENEL, secondo cui tale bilancio è stato predisposto in conformità alle linee guida definite dal GRI – Global Reporting Initiative - e ai principi CSR - SC (*Corporate Social Responsibility - Social Commitment*) emanati dal Ministero del Lavoro e delle Attività Produttive. La responsabilità della predisposizione del bilancio di sostenibilità in accordo con i menzionati principi compete agli Amministratori della Capogruppo.

- 2 Allo scopo di poter valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione richiamata nel paragrafo 1, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, come previsto dal principio di revisione "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information" statuito a livello internazionale dall'International Auditing and Assurance Standards Board ("IAASB") e come suggerito dal Documento di Ricerca n. 1 "Linee guida per la revisione del Bilancio Sociale" del Gruppo di studio per il Bilancio Sociale ("GBS"):

- verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati e alle informazioni riportate nel bilancio consolidato del Gruppo ENEL al 31 dicembre 2004, approvato dal Consiglio di Amministrazione e sul quale è stata da noi emessa la relazione di revisione contabile in data 10 maggio 2005;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - interviste e discussioni con i delegati della Direzione e il personale di alcune società del Gruppo, al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività del Gruppo ENEL, di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting alla base della predisposizione del bilancio di sostenibilità e di rilevare i processi, le procedure ed il sistema di controllo interno che supportano la raccolta, aggregazione, elaborazione e trasmissione dei dati e delle informazioni dalle società del Gruppo alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio di sostenibilità;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio di sostenibilità, al fine di ottenere una conferma dell'attendibilità delle informazioni acquisite attraverso le interviste e dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni;

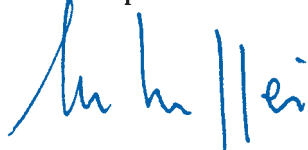
- analisi della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio di sostenibilità. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida di riferimento sopra evidenziate;
- verifica del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e relativamente agli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi rispetto a quanto riportato nel bilancio di sostenibilità;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Capogruppo, sull'attendibilità e completezza del bilancio di sostenibilità e delle informazioni e dati in esso contenuti, nonché sulla conformità ai principi di redazione.

Per le risultanze relative al bilancio di sostenibilità al 31 dicembre 2003, i cui dati e informazioni sono presentati ai fini comparativi secondo quanto previsto dalle linee guida e dai principi di riferimento, si rimanda all'attestazione di conformità da noi emessa in data 13 maggio 2004.

- 3 Sulla base delle procedure di verifica svolte, riteniamo che il bilancio di sostenibilità al 31 dicembre 2004 del Gruppo ENEL sia conforme alle linee guida e ai principi con riferimento ai quali è stato predisposto, riportati nel paragrafo "Metodologia" dello stesso. Inoltre, i dati di carattere economico - finanziario e le informazioni del bilancio di sostenibilità corrispondono ai dati ed alle informazioni del bilancio consolidato di Gruppo e gli altri dati e informazioni sono coerenti con la documentazione fornitaci e rispondenti ai contenuti richiesti dalle linee guida e dai principi in conformità ai quali il bilancio di sostenibilità stesso è stato predisposto.
- 4 Nel seguito, esponiamo i seguenti richiami all'informativa fornita dagli amministratori nel bilancio di sostenibilità al 31 dicembre 2004 del Gruppo ENEL:
 - la strategia di ENEL è orientata all'efficienza ed alla crescita; a tal fine, sono state intraprese, tra l'altro, politiche di investimento in nuovi impianti di generazione elettrica, tra cui impianti a carbone in Italia e ad energia nucleare all'estero, indirizzate al miglioramento complessivo del costo di generazione;
 - il Gruppo ENEL ha in essere controversie e altre situazioni di incertezza, principalmente in materia tariffaria, ambientale e urbanistica, dal cui eventuale esito sfavorevole, giudicato remoto, potrebbero derivare oneri che tuttavia, ad oggi, non sono determinabili.

Roma, 16 maggio 2005

KPMG S.p.A.



Marco Maffei
Socio

LE PAROLE DELL'ENERGIA

Acquirente Unico

La società per azioni, costituita dal Gestore della Rete di Trasmissione Nazionale, cui è affidato il compito di assicurare la fornitura di energia elettrica, a prezzi competitivi e in condizioni di continuità, sicurezza ed efficienza del servizio, ai "clienti vincolati", in modo da consentire anche a tali consumatori di beneficiare dei vantaggi del processo di liberalizzazione del settore.

Autorità per l'energia elettrica e il gas o Autorità

L'organismo indipendente per la regolazione e il controllo dei servizi del settore elettrico e del gas, istituito in Italia con la legge 14 novembre 1995, n. 481.

Biomassa

Materiale di origine biologica non fossile utilizzabile per scopi energetici: residui agricoli e forestali; scarti dell'industria agro-alimentare; reflui degli allevamenti zootecnici; parti organiche dei rifiuti urbani; specie vegetali espressamente coltivate; altre specie vegetali utilizzate per la depurazione di liquami organici.

Borsa dell'energia elettrica

Il mercato al quale possono accedere tutti i produttori, i "clienti idonei" e l'Acquirente Unico per negoziare l'acquisto e la vendita di energia.

Celle a combustibile

Dispositivi elettrochimici che convertono l'energia prodotta durante reazioni chimiche direttamente in energia elettrica. Sono classificate in base all'elettrolita utilizzato nel processo: PEFC (elettroliti a polimeri), AFC (elettroliti alcalini) ecc. Possono essere utilizzati combustibili diversi, tra cui gas naturale, gas di petrolio liquefatto (GPL) e idrogeno.

Chilovolt (kV)

L'unità di misura pari a 1.000 volt.

Chilowatt (kW)

L'unità di misura pari a 1.000 watt.

Chilowattora (kWh)

L'unità di misura dell'energia elettrica fornita o richiesta, pari a 1.000 watt per un'ora.

Ciclo combinato (CCGT)

La tecnologia utilizzata in impianti di produzione di energia elettrica comprendente uno o più gruppi di generatori turbogas i cui gas di scarico alimentano con il loro calore residuo una caldaia, che può eventualmente essere alimentata con un combustibile supplementare. Il vapore prodotto dalla caldaia è utilizzato per il funzionamento di una turbina a vapore, accoppiata a un generatore.

Cliente idoneo

Persona fisica o giuridica che ha la capacità di stipulare contratti di fornitura di energia elettrica con qualsiasi produttore, distributore o grossista, sia in Italia sia all'estero, senza dipendere dal distributore alla cui rete elettrica è allacciato. Dal 1° luglio 2004 è idoneo qualsiasi cliente diverso dai domestici.

Cliente vincolato

Cliente che può stipulare contratti di fornitura di energia elettrica esclusivamente con il distributore che esercita il servizio nell'area territoriale in cui il cliente è localizzato.

Cogenerazione

La produzione combinata di energia elettrica e calore alle condizioni definite dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas.

Dispacciamento

L'attività diretta a impartire disposizioni per l'utilizzazione e l'esercizio coordinati degli impianti di produzione, della rete di trasmissione e dei servizi ausiliari.

Effetto serra

Aumento della temperatura dell'atmosfera e della superficie terrestre a livello planetario, causato dall'accumulo in atmosfera di sostanze gassose aventi la proprietà di assorbire la radiazione infrarossa terrestre. Tali sostanze ("gas serra") sono prodotte principalmente dalla combustione di combustibili fossili come legna, carbone e petrolio per usi industriali, domestici e per i mezzi di trasporto e sono in grado di modificare il grado di trasmissione del calore della atmosfera terrestre limitandone la dispersione all'esterno.

Elettrolisi

Processo che trasforma energia elettrica in energia chimica, inverso a quello della pila. L'elettrolisi dell'acqua produce idrogeno e ossigeno gassosi.

EMAS

Eco-Management and Audit Scheme. Schema di gestione e audit ambientale secondo il Regolamento Comunitario 761/2001.

Emissione specifica media equivalente di CO₂

Emissione di gas serra, espressa in termini di CO₂ (in base al potenziale di riscaldamento globale dei singoli gas), e riferita alla produzione totale netta di energia elettrica.

Energia verde

Termine di uso comune per individuare l'elettricità prodotta da fonti di energia rinnovabili, che hanno cioè la capacità di rinnovarsi continuamente come quella idrica, geotermica, solare, eolica e le biomasse.

Fotovoltaica

Trasformazione diretta dell'energia della luce in energia elettrica.

Gas serra

Gas proveniente da attività antropiche e potenzialmente in grado di incrementare l'effetto serra. Il Protocollo di Kyoto messo a punto nel 1997 individua sei gas a effetto serra (anidride carbonica, esafluoruro di zolfo, metano, protossido di azoto, idrofluorocarburi, perfluorocarburi) e pone obiettivi per la loro limitazione.

Gassificazione

Processo che converte il carbone (o altri fossili) in composti gassosi (anidride carbonica, metano, monossido di carbonio, idrogeno e miscele di essi che possono poi essere bruciati per produrre energia). Viene eseguita per reazione con aria, vapore, ossigeno o loro miscele.

Geotermia

Fenomeno naturale e utilizzazione a fini energetici del calore (calore geotermico) presente in forti concentrazioni negli strati della crosta terrestre profondi fino ad alcune migliaia di metri e reso disponibile mediante fluido geotermico (per lo più acqua o vapore) a pressione e temperatura relativamente elevate.

Gestore del Mercato Elettrico (GME)

Società, costituita dal Gestore della Rete, cui è affidata l'organizzazione e la gestione economica del mercato elettrico, secondo criteri di neutralità, trasparenza, obiettività e concorrenza tra produttori e che assicura, inoltre, la gestione economica di un'adeguata disponibilità della riserva di potenza.

Gestore della Rete di Trasmissione Nazionale o Gestore della Rete (GRTN)

Società per azioni responsabile della trasmissione di energia elettrica sulla rete ad alta e altissima tensione, la cui gestione è stata affidata alla società in regime di concessione (D.M. del 17 luglio 2000), nonché del dispacciamento, attività quest'ultima che coordina il funzionamento degli impianti di produzione, della rete di trasmissione nazionale e delle reti a essa connesse nonché dei servizi ausiliari del sistema elettrico.

In una configurazione di Gruppo il Gestore della Rete ha costituito l'Acquirente Unico e il Gestore del Mercato Elettrico, società per azioni delle quali è unico azionista.

Gigawatt (GW)

L'unità di misura pari a un miliardo di watt (un milione di chilowatt).

Gigawattora (GWh)

L'unità di misura pari a un milione di chilowattora.

Idroelettrico

Un impianto idroelettrico è un impianto nel quale l'energia potenziale dell'acqua è trasformata in energia elettrica. Gli impianti idroelettrici possono essere del tipo ad acqua fluente, a bacino e a serbatoio. Sono costituiti essenzialmente da due parti: centrale di produzione (gruppi turbina-alternatore e opere connesse) e opere idrauliche (traverse, dighe, bacini, opere di presa, canali, gallerie di derivazione ecc.).

Indice di sostenibilità

Indice borsistico di mercato finalizzato allo scambio di azioni di società quotate e scelte in base a requisiti di responsabilità economica, ambientale e sociale.

Indisponibilità alla chiamata in servizio

Indica la frazione di potenza indisponibile (rispetto alla nominale), per cause non programmate e/o pianificate, nei periodi in cui l'impianto è chiamato a produrre.

ISO 14001

Standard internazionale per l'adozione di sistemi di gestione ambientale emanato dall'ISO (International Organization for Standardization).

Megavolt ampere (MVA)

L'unità di misura della potenza elettrica totale (attiva e reattiva).

Megawatt (MW)

L'unità di misura pari a un milione di watt.

Megawattora (MWh)

L'unità di misura pari a 1.000 chilowattora.

Microgenerazione

Generazione di energia elettrica con impianti di piccola taglia che per la loro flessibilità possono essere utilizzati diffusamente sul territorio.

Orimulsion

Il combustibile fossile proveniente dal bacino del fiume Orinoco (Venezuela), costituito da una finissima dispersione di bitume in acqua.

Potenza efficiente lorda (in MW)

La massima potenza elettrica realizzabile che può essere prodotta con continuità durante un dato intervallo di tempo di funzionamento sufficientemente lungo, supponendo che tutte le parti dell'impianto siano in funzione, dai morsetti ai generatori elettrici dell'impianto.

Potenza efficiente netta (in MW)

La massima potenza elettrica realizzabile che può essere prodotta con continuità durante un dato intervallo di tempo sufficientemente lungo di funzionamento, supponendo che tutte le parti dell'impianto siano in funzione, misurata in corrispondenza della immissione in rete, depurata cioè della potenza assorbita per il funzionamento dell'impianto e della potenza perduta nei trasformatori necessari per elevare la tensione al valore di rete.

Produzione lorda (in kWh)

La somma dell'energia elettrica (compresa quella generata previo pompaggio) prodotta da tutti i gruppi generatori interessati (motore primo termico e uno o più generatori di energia elettrica accoppiati meccanicamente), misurata ai morsetti di uscita dei generatori principali.

Produzione netta (in kWh)

La produzione lorda di energia elettrica diminuita dell'energia assorbita dai servizi ausiliari di generazione e delle perdite nei trasformatori principali.

Rating

Giudizio sintetico espresso da una società specializzata nell'analisi e valutazione delle aziende, sotto forma di lettera o numero, rappresentativo della situazione economico-finanziaria delle imprese analizzate.

Rischio commodity

Rischio riguardante le attività di generazione di energia e vendita di energia/gas connesso all'andamento dei prezzi dei combustibili petroliferi e del cambio euro/dollaro.

Risk management

Processi e strumenti finalizzati alla prevenzione e gestione di eventi eccezionali e imprevisti che possono avere un impatto di varia natura e intensità sull'azienda.

Switching rate

Percentuale ottenuta calcolando il saldo fra clienti acquisiti e clienti persi diviso il numero dei clienti a fine periodo.

Terawattora (TWh)

Un miliardo di chilowattora.

Termoelettrico

Impianto per la produzione di energia elettrica utilizzando combustibili fossili (carbone, gas naturale, olio combustibile e orimulsion).

Trasformatore di potenza

La macchina statica che trasforma un sistema di tensione a corrente alternata in un altro sistema generalmente di differenti valori di tensione e corrente, alla stessa frequenza, allo scopo di trasmettere la potenza elettrica.

Volt

L'unità di misura della tensione elettrica.

Watt

L'unità di misura della potenza elettrica.

Progetto grafico

AReA - Roma

Riadattamento grafico

IMAGE DESIGN - Roma

Revisione testi

postScriptum - Roma

Stampa

Varigrafica Alto Lazio - Nepi (Viterbo)

Finito di stampare

nel mese di maggio 2005

su carta ecologica riciclata

Fedrigoni Symbol Freelife



Tiratura: 2.000 copie

Pubblicazione fuori commercio

A cura della Direzione Comunicazione

Enel

Società per azioni

Sede legale in Roma

Viale Regina Margherita, 137

Capitale sociale

Euro 6.103.521.864

i.v. al 31.12.2004

Codice Fiscale e Registro Imprese

di Roma n. 00811720580

R.E.A. di Roma n. 756032

Partita IVA n. 00934061003

