

## **Green Network: "Con Conad 800 mila clienti in più, poi acquisizioni"**

**Il d.g. Barberis a QE: "Accordi cross-selling per uscire da logica agenzie e call center. Possibili nuove intese". M&A: "Focus su realtà da 50-70 mila clienti". Stime 2016: "Utile a 5-6 mln €"**

di Carlo Maciocco



Giovanni Barberis

Rafforzarsi in vista del consolidamento nel mercato a valle dell'energia, in particolare nella prospettiva dell'abbandono della maggior tutela da metà 2018. Ma anche tentare di trovare canali di vendita alternativi a call center e agenzie "scorrette", che minano la fiducia dei consumatori verso i venditori.

Questi gli obiettivi dell'accordo di cross-selling siglato da Green Network con Conad. Un passaggio cruciale della nuova strategia della società, che prevede anche possibili acquisizioni di piccole realtà, oltre allo sviluppo della controllata britannica **(QE 12/10)**.

"Il superamento della tutela e il consolidamento che prevediamo si verificherà nei prossimi due anni - dice a QE il d.g. Giovanni Barberis - ci spingono a puntare su una clientela stabile e fidelizzata e ad uscire dalla logica 'aggressiva' dei call center (magari situati all'estero) e anche delle agenzie, che avranno sempre un ruolo, ma con più attenzione all'etica". Il tutto per cercare di superare "la sfiducia creatasi nel settore".

Il riferimento è ovviamente alle varie procedure aperte dall'Antitrust per pratiche commerciali scorrette, spesso sfociate in sanzioni a carico degli operatori. Compresa Green Network. "Direi però che hanno riguardato un po' tutti - rimarca il d.g. - e anzi noi non siamo tra i più colpiti".

L'intesa con Conad, operativa a pieno regime da metà gennaio 2017, mira comunque a offrire ai clienti della grande distribuzione una tariffa dual fuel "stabile nel tempo ed estremamente trasparente", con un prezzo pari o inferiore alla media delle cinque migliori soluzioni presenti sul sito Trova Offerte dell'Autorità e confrontabile tramite un "simulatore di tariffe".

"Abbiamo contattato diversi possibili partner e alla fine abbiamo scelto Conad, alla quale abbiamo affidato l'esclusiva nel settore della Gdo - sottolinea Barberis - ma non escludiamo di fare ulteriori accordi in altri settori".

Che risultati si aspetta Green Network dall'intesa? Considerando che Conad vanta 8,3 milioni di clienti in 3.088 punti vendita, "la nostra stima conservativa è di conquistarne il 10% in un paio d'anni, quindi 800 mila clienti, di cui 500 mila forse già entro 12 mesi", dice Barberis. Attualmente i clienti della società in Italia sono circa 300 mila. Considerando che la spesa media per la bolletta di luce/gas è di 1.500 € annui, spiega il manager, "il fatturato aggiuntivo è stimabile in oltre 1 miliardo €".

Come detto, la società punta poi sulle acquisizioni, da effettuare "senza incidere sulla leva finanziaria" e quindi senza pesare sul debito. "Stiamo individuando alcune realtà da 50-70 mila clienti, anche piccole municipalizzate, contiamo di chiudere delle operazioni senz'altro prima della data di abbandono della tutela".

Il gruppo conta poi di conquistare clienti tramite il meccanismo della Tutela simile che partirà dal 1° gennaio ("siamo già stati ammessi", annuncia il d.g.). E poi c'è il proseguimento della strategia di crescita in UK: "Solo con il canale digitale abbiamo già raggiunto in un paio di settimane qualche migliaio di clienti, tra cui molti inglesi - dice Barberis - contiamo di crescere a un ritmo di 100 mila clienti annui per tre anni".

Intanto già nel 2016 si vedrà un miglioramento dei conti: "Abbiamo completato l'azione di 'pulizia' del bilancio - conclude il d.g. - e contiamo di chiudere in linea con il budget a 800 mln € di fatturato, 35-40 mln di margini e 5-6 mln di utile (1,34 mln nel 2015, ndr)".

TUTTI I DIRITTI RISERVATI. E' VIETATA LA DIFFUSIONE E RIPRODUZIONE TOTALE O PARZIALE IN QUALUNQUE FORMATO.  
www.quotidianoenergia.it