

**La pianificazione energetica e  
le best available practice in Italia:  
*Risultati della prima rilevazione***

*Febbraio 2012*

*Giovanni Monaco*

Welcome.  
to **Certainty**

## Chi siamo

- ❑ CFI Group è l'istituto di ricerche marketing specializzato nel Customer Asset Management, la metodologia scientifica che spiega la relazione tra customer satisfaction e performance finanziaria dell'azienda
- ❑ CFI Group trasforma la "Voce del Cliente" in strategie immediatamente riconducibili a risultati misurabili. Nessuna altra metodologia di ricerca è in grado di misurare i feed-back dei vostri clienti per calcolare l'impatto dei cambiamenti organizzativi che vorreste implementare.
- ❑ CFI Group fornisce parametri chiave di performance che consentono di identificare opportunità di miglioramento per massimizzare il ritorno sugli investimenti.
- ❑ CFI Group collabora in Italia con aziende attive nei principali settori economici:
  - ✓ Telecomunicazioni
  - ✓ Media
  - ✓ E-commerce
  - ✓ Retail e GDO
  - ✓ Luxury goods
  - ✓ Turismo
  - ✓ Automotive
  - ✓ Assicurazioni
  - ✓ Trasporti e viabilità
  - ✓ Sanità e Pubblica Amministrazione
  - ✓ Energia e Utility
  - ✓ Servizi di pubblica utilità
  - ✓ Finance & Banking

## Our profile

- ❑ Satisfied customers are more profitable. Sounds simple, but it's true. Higher customer satisfaction leads to repeat business and recommendations...for bottom-line impact. But, there's a catch. The only way to understand and improve customer satisfaction is to start with a scientific measurement system.
- ❑ At CFI Group, we're experts in the science of customer satisfaction. Backed by the proven power of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) methodology, we help organizations measure, manage and improve customer satisfaction. Since 1988, more than 300 organizations have used our scientific approach to improve satisfaction, loyalty and financial results.
- ❑ With headquarters in Ann Arbor, Michigan, CFI Group serves global clients from a network of offices worldwide. Our clients span a variety of industries, including manufacturing, telecom, retail and government. Regardless of your industry, we can put the power of the ACSI methodology to work for your organization's success.
- ❑ Interested in learning more? Browse our website or [contact CFI Group](#) for more information

***Prendere decisioni strategiche su solide e documentate basi scientifiche è il segreto per sviluppare l'asset più importante di ogni azienda: i Clienti.***

# Le pietre miliari CFI Group Italia

## CFI Group Italia milestones

1988

Claes Fornell fonda CFI Group International

*Claes Fornell creates CFI Group International*

1994

Claes Fornell crea l'ACSI (*American Customer Satisfaction Index*) sotto l'egida della University of Michigan.

*Claes Fornell, creates the American Customer Satisfaction Index (ACSI) under the auspices of the University of Michigan.*

### La Mission

Essere riconosciuti come i leader mondiali nel supportare Aziende e Organizzazioni a fare crescere il valore delle relazioni con i loro clienti

1997

Claes Fornell e Giampaolo Fabris, due grandi esperienze del mondo della ricerca, fondano l'ufficio italiano di CFI Group

*Claes Fornell and Giampaolo Fabris, two major experts in research, establish the Italian branch of CFI Group*

1998

Prima indagine di Customer Satisfaction in Italia nella telefonia mobile e lancio dell'INS (Indice Nazionale Supermercati)

*First Customer Satisfaction survey in mobile telco industry and launch of the first INS (Supermarket National Index)*

### Our Mission

*To be the world leader in helping organizations increase the value of their customer relationships*

2000

Prima indagine di Customer Satisfaction in Italia settore bancario

*The first Customer Satisfaction survey in Italy in Financial Services*

2004

Prima indagine di Customer Satisfaction in Italia nel settore delle Utility

*First Customer Satisfaction survey in Italy in the Utilities industry*

### Valori

- Metodologie riconosciute
- Attenzione e conoscenza del business
- Miglioramento continuo
- Expertise globale
- Etica professionale
- Eccellenza delle persone

### Our Values

- *Proven Analytics*
- *Business Acumen*
- *Continuous Improvement*
- *Global Expertise*
- *Business Ethics*
- *Great People*

2005

Prima indagine di Customer Satisfaction in Italia nel settore della televisione satellitare

*First Customer Satisfaction survey in Italy on satellite tv*

2009

CFI Group Italia diventa al 100% di proprietà di CFI Group International

*CFI Group Italia becomes 100% CFI Group International property*

# The American Customer Satisfaction Index

Q1 2010 – Q4 2010



Utility 74.1	E-Business 73.5
Trasporti 73.3	E-Commerce 79.3
Media & TLC 72.8	Pubblica amministrazione 66.9
Sanità e assistenza sociale 77.0	Retail Trade 75.0
Alberghi e servizi di ristorazione 77.3	Finance & Insurance 76.1
Manufacturing – Beni durevoli 81.3	Manufacturing – Beni non durevoli 81.3
Manufacturing/ Durable Goods 81.3	Manufacturing/ Nondurable Goods 81.5

- ❑ La ricerca CFI Group è frutto di oltre 20 anni di esperienza e di studi svolti presso University of Michigan e il National Quality Research Center (NQRC)
- ❑ La metodologia CFI Group è stata scelta per misurare l'indicatore ufficiale della soddisfazione dei consumatori americani: l'American Customer Satisfaction Index (ACSI).
- ❑ Dal 1994, l'ACSI rileva la soddisfazione dei consumatori su scala nazionale: copre 43 industrie (incluse l'e-commerce e l'e-business) e oltre 200 tra aziende e agenzie governative, federali o locali, per un totale di 10 settori, pari circa al 60% del PIL statunitense.
- ❑ Oltre ad essere uno degli indicatori macroeconomici più accreditati negli Stati Uniti, l'ACSI possiede un vero e proprio valore predittivo sull'andamento degli indici di borsa dimostrato dalla ricerca, capace di fornire indicazioni fondamentali per il destino delle aziende
- ❑ I risultati a livello di macrosettore economico vengono pubblicati gratuitamente con i report di analisi **sul sito [www.theacsi.org](http://www.theacsi.org)** e a partire da luglio 2010 è attivo il blog ACSI Matters dedicato ai temi di customer satisfaction **[www.theacsimatters.com](http://www.theacsimatters.com)**.

## Contenuti

1. Obiettivi, Metodologia
2. I Rispondenti, il Campione
  - La responsabilità dell'Energy Manager
  - Le strutture dedicate alla gestione energetica
  - La struttura delle Aziende
3. La pianificazione energetica
4. Le attività previste
  - 4.1 Analisi
  - 4.2 Diagnosi
  - 4.3 Pianificazione
  - 4.4 Realizzazione
  - 4.5 Controllo
5. Le best practice realizzate negli ultimi anni

## Obiettivi e Metodologia

### Obiettivi

- ❑ Raccogliere informazioni relative allo stato dell'arte dell'Energy management delle aziende con consumi elevati in Italia.
- ❑ Costituire un “osservatorio sull'Energy Management”, per monitorarne l'evoluzione nel tempo.

### Metodologia

- ❑ Interviste CATI (Computer Aided Telephone Interviews)
- ❑ Rilevazione effettuata tra il 20 ed il 30 Gennaio 2012
- ❑ Universo di riferimento: le aziende dotate di Energy Manager
- ❑ Campione totale: 100 casi



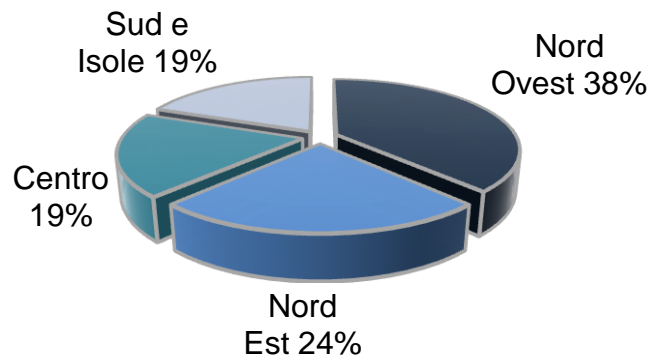
**I rispondenti**

**Il campione**

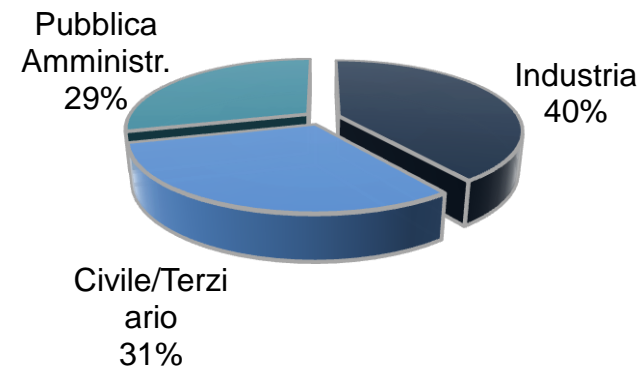
## Il campione dei Rispondenti

E l'Universo di riferimento, dal quale sono esclusi l'Agricoltura ed i Trasporti

Area geografica



Settore produttivo



UNIVERSO	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD E ISOLE	Totale %	Totale N°
CIVILE/TERZIARIO	13%	7%	4%	4%	28%	308
INDUSTRIA	17%	13%	6%	7%	44%	483
PA	9%	6%	6%	8%	29%	316
<b>Totale %</b>	<b>38%</b>	<b>27%</b>	<b>16%</b>	<b>19%</b>	<b>100%</b>	
<b>Totale N°</b>	<b>424</b>	<b>297</b>	<b>179</b>	<b>207</b>		<b>1107</b>

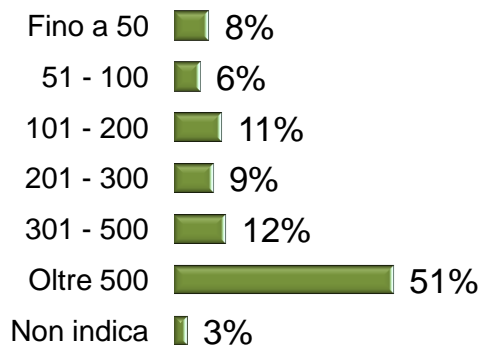


# La dimensione delle Aziende rispondenti

## Totale Rispondenti

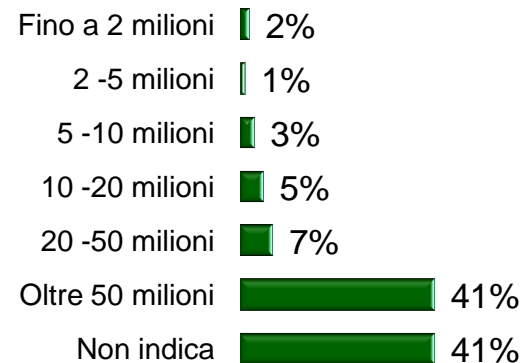
### N° Dipendenti

(tutte le sedi - compresi titolari)



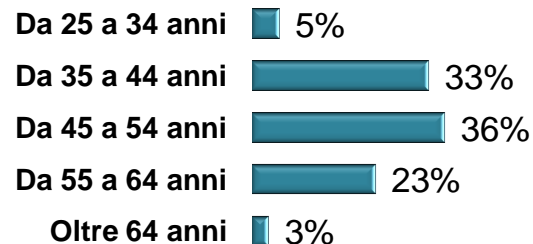
### Fatturato aziendale

(in milioni di euro)

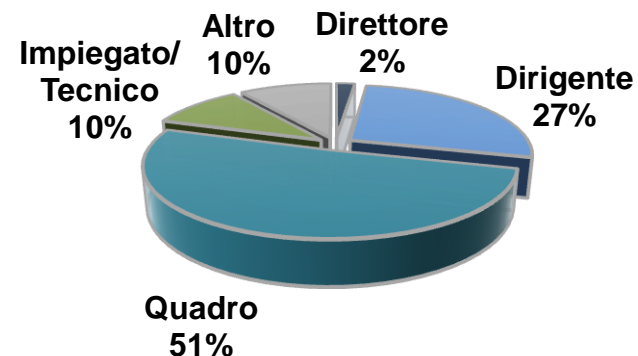


# Anagrafica dei Rispondenti

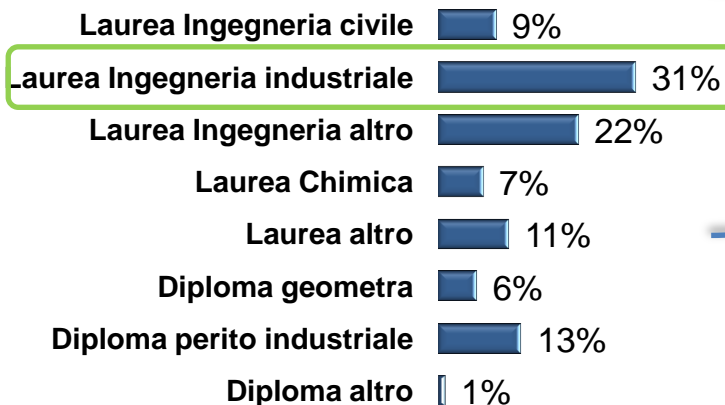
## Età



## Inquadramento aziendale

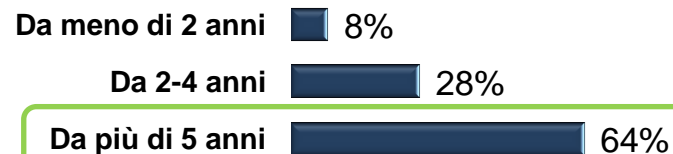


## Titolo di studio



Laurea  
80%

## Anzianità di Energy Management



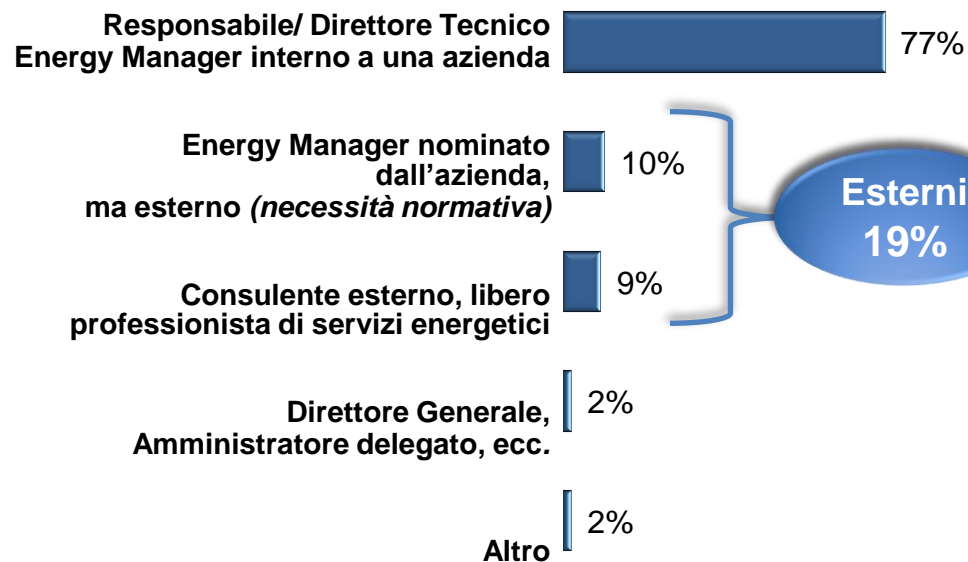
L'anzianità di lavoro nella posizione è elevata

# La responsabilità dell'Energy Manager

Forte coinvolgimento anche nel processo d'acquisto dell'energia

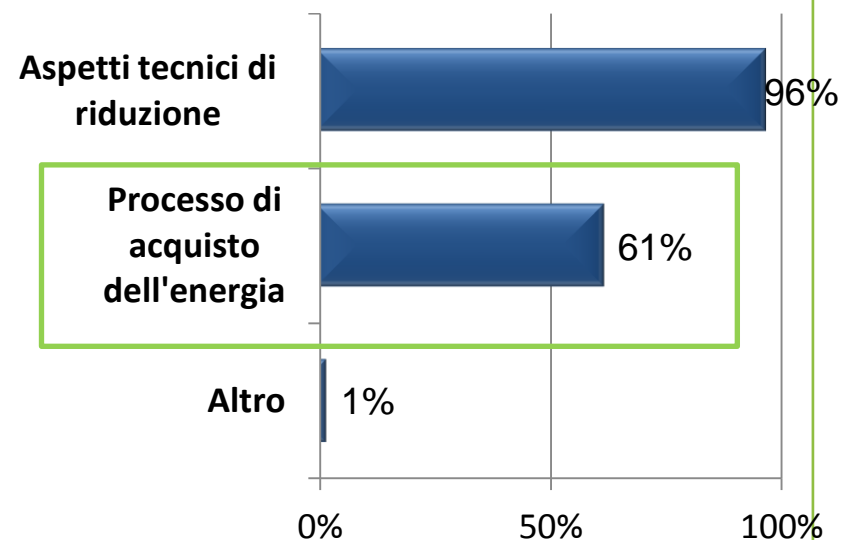
Si occupa dell'Energy Management ed in particolare della pianificazione degli interventi di efficienza energetica

In qualità di ...



Il grado di coinvolgimento nel processo di Budgeting e di efficientamento energetico

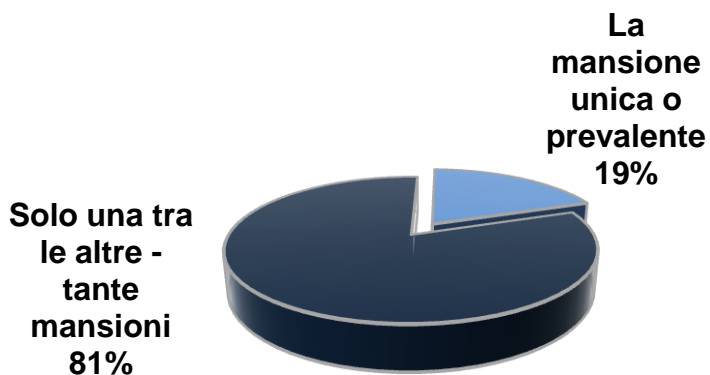
Si occupa di ...



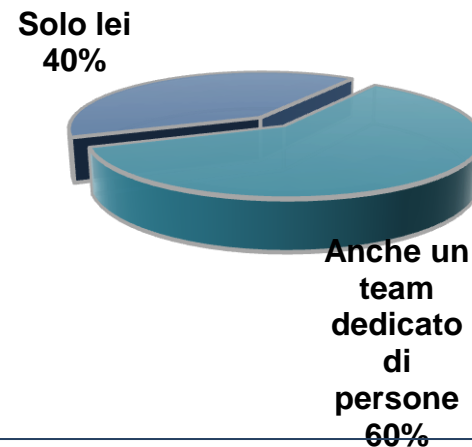
## Le strutture dedicate alla gestione energetica

Solo una piccola parte si dedica all'EM full time, per quanto siano spesso più persone ad occuparsene in azienda

L'attività relativa all'energia è ...



Come è composta la struttura che si occupa della gestione delle fonti energetiche



Quante persone sono dedicate  
(Media)

*Full time equivalent*  
FTE

3,1

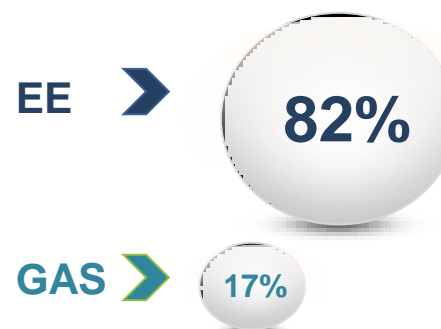
# I punti di fornitura aziendali e l'autoproduzione

Quanti sono i punti di fornitura dell'azienda in Italia per i tre servizi: energia elettrica, gas ed acqua

## N punti fornitura

	EE	Gas	H2O
0-1	21%	23%	21%
2-20	39%	39%	37%
21-100	19%	28%	30%
101-1.000	15%	8%	8%
>1.000	6%	2%	4%
	100%	100%	100%

Il vettore prevalente è ...



Quante aziende autoproducono EE  
(Base: chi autoproduce EE – 77 casi)

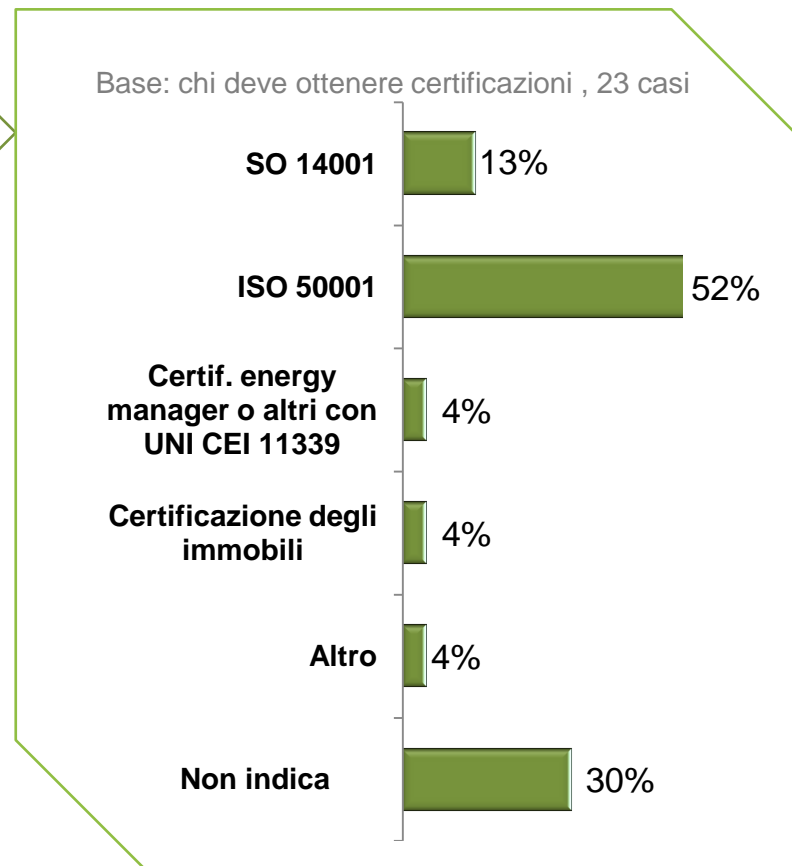
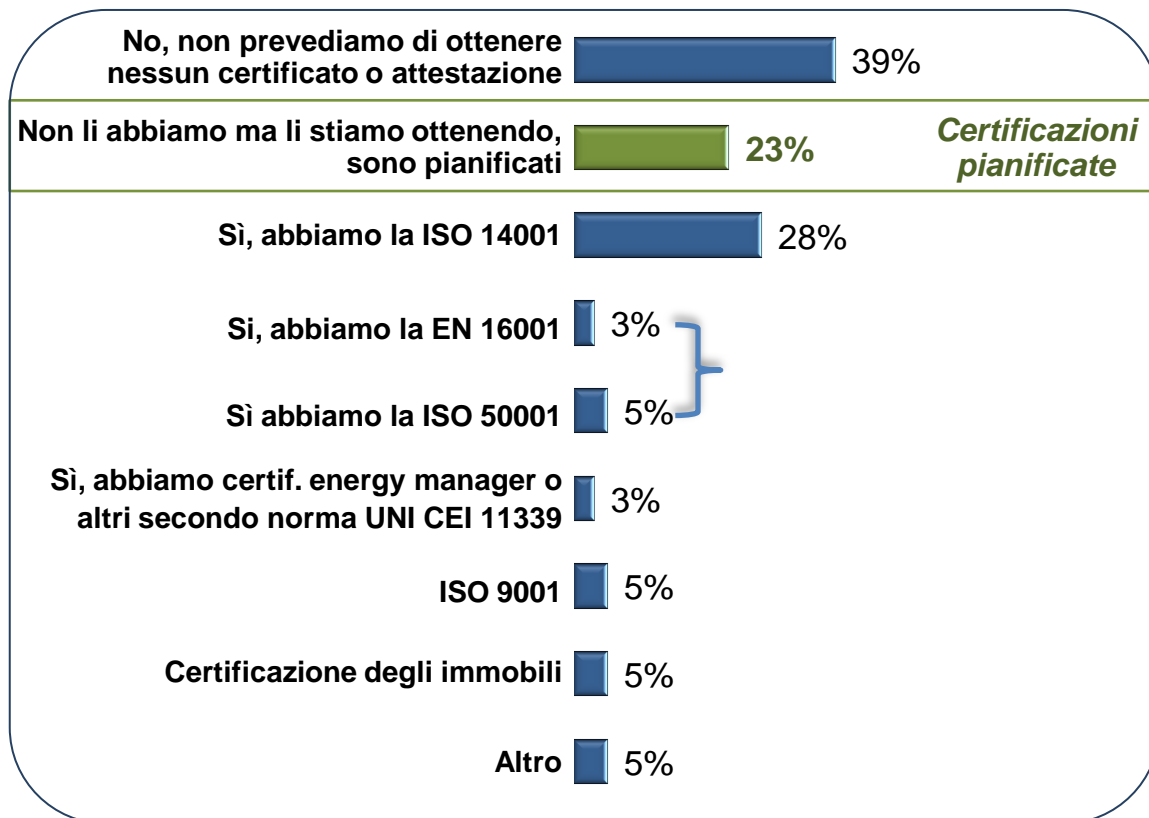
77%

Autoproduzione % di EE 52%

## La certificazione

Totale Rispondenti (Risposte multiple; Spontanee)

L'azienda ha ottenuto o sta lavorando per ottenere delle certificazioni in ambito energetico



## La pianificazione energetica



# L'attività di pianificazione energetica (1/3): le motivazioni di chi non le fa

## Esiste un piano energetico aziendale

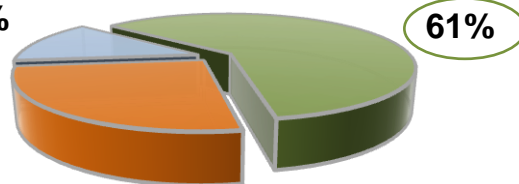
(Base: Totale Rispondenti)

**Sì, ma non è stato ancora avviato o è in via di definizione**

13%

**Sì, è in atto o in corso di attuazione**

61%



NO

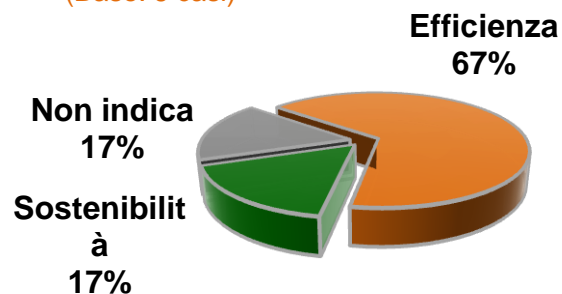
26%

**Chi potrebbe essere interessato a farlo**

23%

**Interessati per ...**

(Base: 6 casi)

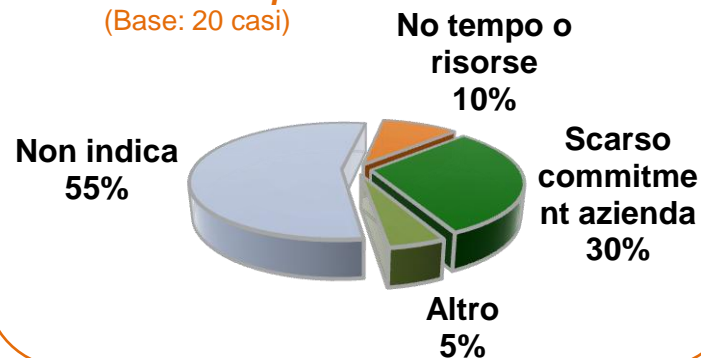


**Chi non è interessato a farlo**

77%

**Non interessati per ...**

(Base: 20 casi)

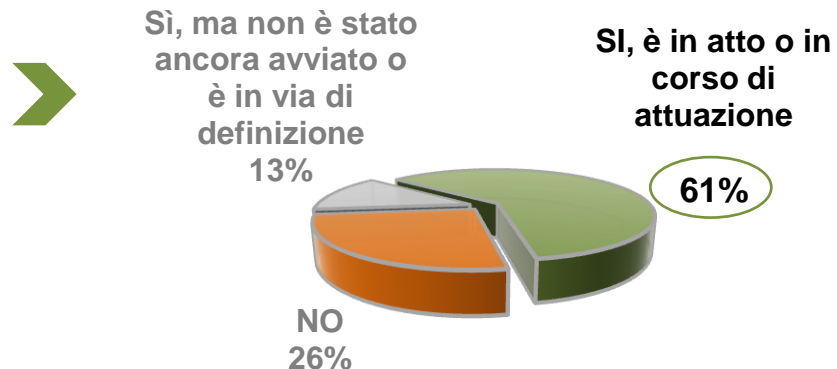




## Le modalità di pianificazione energetica (2/3): periodicità e risultati di chi lo attua

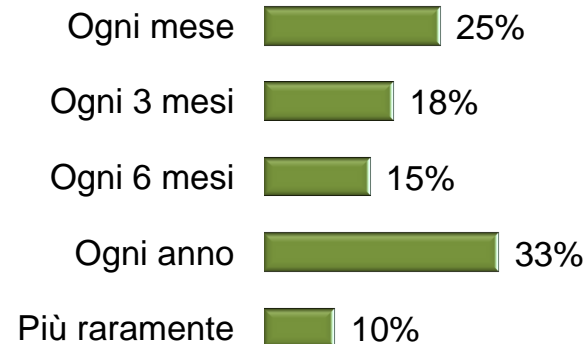
### Esiste un piano energetico aziendale

(Base: Totale Rispondenti)

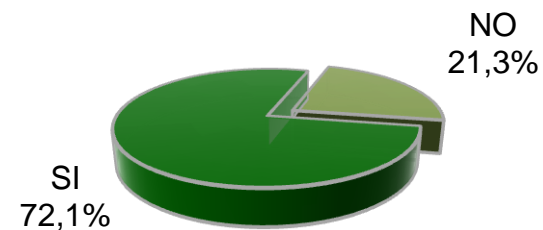


(Base: 61 casi)

### Con quale periodicità viene rivisto il piano



### Negli ultimi 3 anni sono stati raggiunti gli obiettivi di efficienza



## Le modalità di pianificazione energetica (3/3): anni di attivazione e incidenza dei costi

Da quanti anni è attivo il piano energetico

Anni di pianificazione energetica

(Base: 41 casi)

**Media**  
(anni di pianificazione  
energetica)

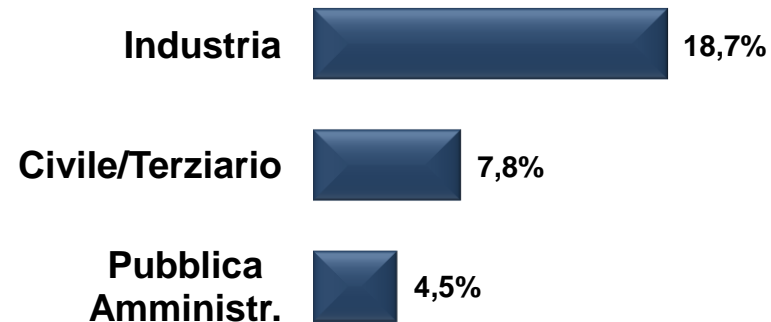


% di spesa energetica sul fatturato

**Incidenza della spesa  
energetica sul fatturato  
aziendale (%)**

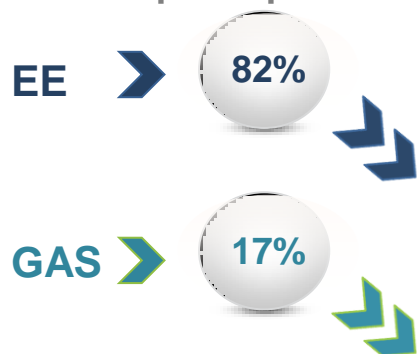
(Base: 48 casi)

**Media**  
(% costi Energia sul  
fatturato)

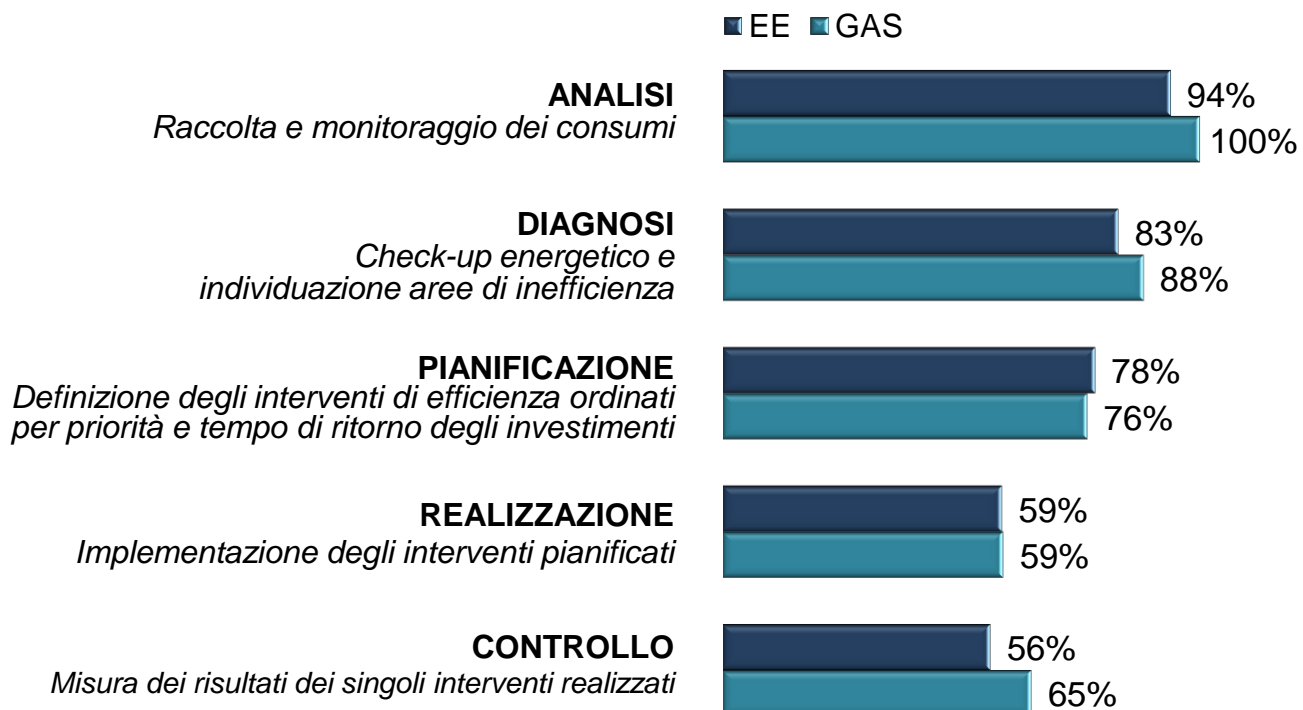


## Le attività di EM previste

I servizi più importanti (Totale Rispondenti)



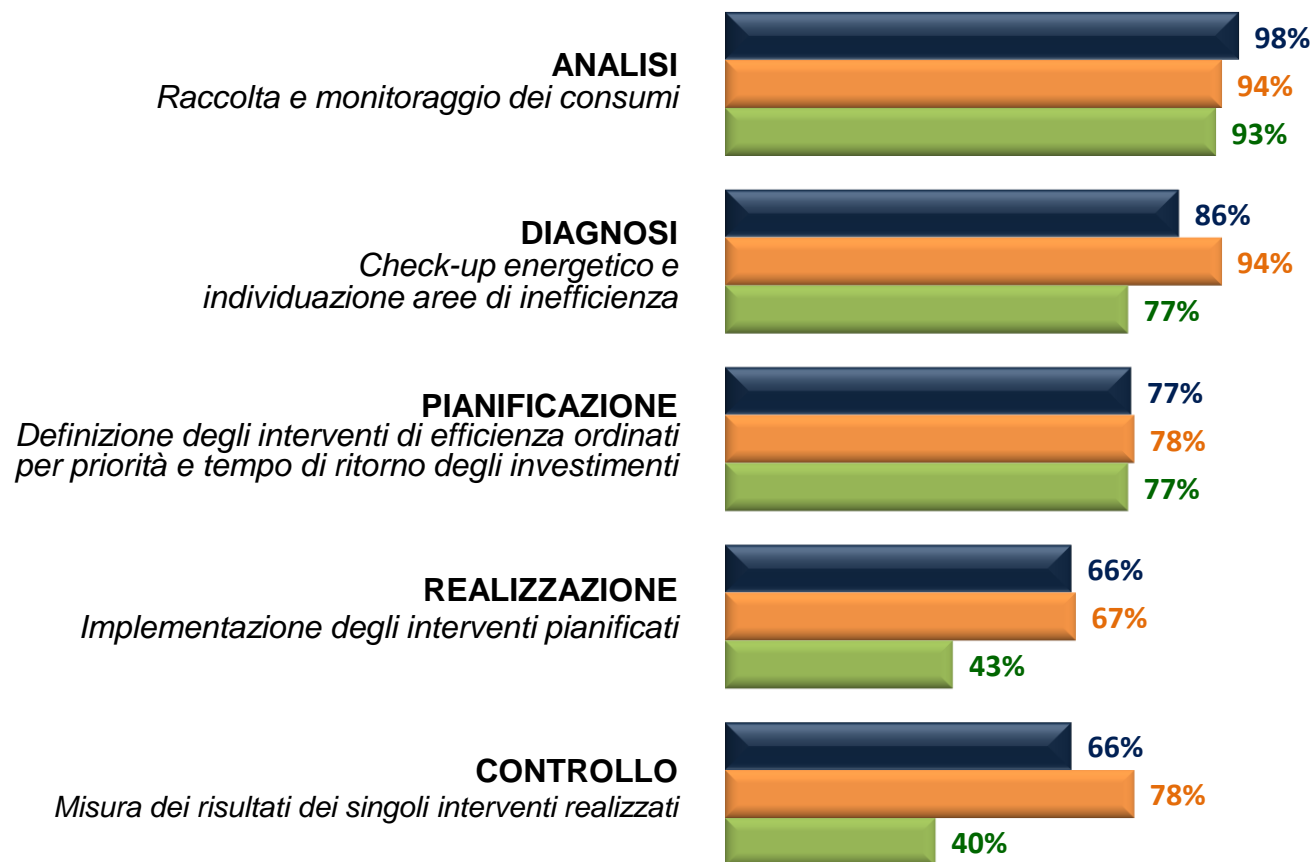
Quali attività sono previste o sono state realizzate



## Le attività di EM previste: lettura per settore

### Quali attività sono previste o sono state realizzate

■ Industria   ■ Civile/Terziario   ■ Pubblica Amministr.



## Cross Tabulations

Anche chi non ha un vero piano di EM effettua attività di gestione dell'energia

Voi effettuate una pianificazione energetica? ->	Sì, ed e' in atto	Sì, ma non ancora avviato	No	tot
<b>Analisi:</b> raccolta e monitoraggio dei consumi	62%	14%	24%	100%
<b>Diagnosi:</b> check-up energetico e individuazione aree di inefficienza	67%	14%	19%	100%
<b>Pianificazione:</b> definizione degli interventi di efficienza ordinati per priorità e tempo di ritorno degli investimenti	67%	13%	21%	100%
<b>Realizzazione:</b> implementazione degli interventi pianificati	76%	10%	14%	100%
<b>Controllo:</b> misura dei risultati dei singoli interventi realizzati	72%	9%	19%	100%

## Cross Tabulations

Anche chi non fa una pianificazione completa svolge singole attività di gestione energetica

Chi fa  
**ANALISI**  
fa anche:



Chi fa  
**DIAGNOSI**  
fa anche:



Chi fa  
**PIANIFICAZIONE**  
fa anche:



Chi fa  
**REALIZZAZIONE**  
fa anche:



Chi fa  
**CONTROLLO**  
fa anche:

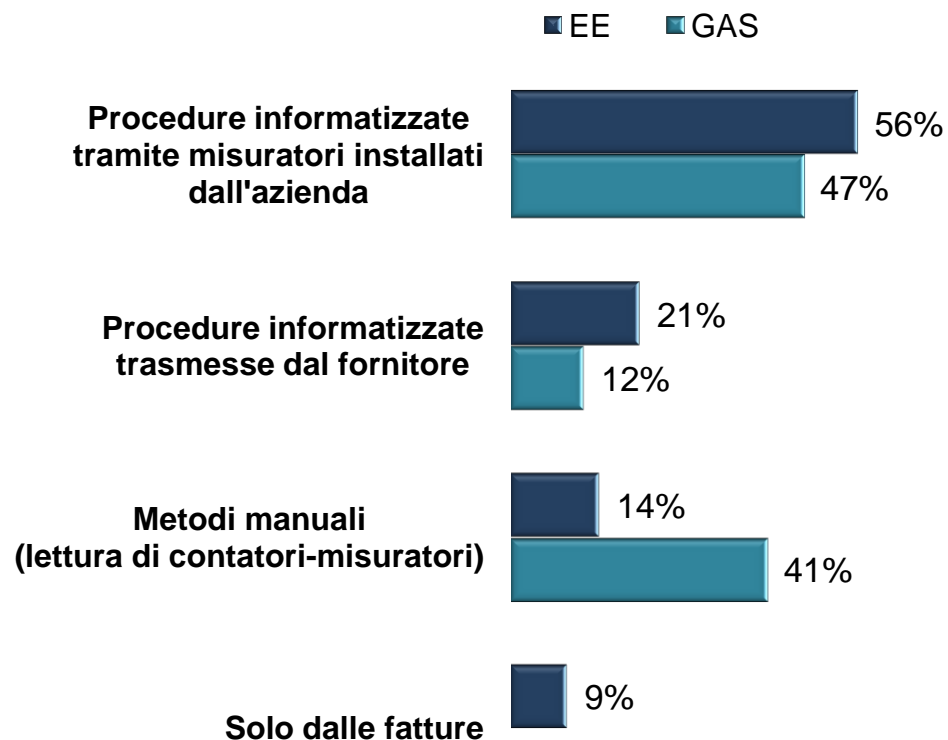


## Le attività previste - ANALISI

Raccolta dei dati dei consumi Gas spesso avviene per semplice lettura dei contatori

Come vengono raccolti i dati dei consumi aziendali di EE/GAS

(Base: Rispondenti "Analisi" - 95 casi)



## Diagnosi e Pianificazione





## Le attività previste - DIAGNOSI

### Check-up energetico e individuazione delle aree di inefficienza

#### Chi effettua il check-up energetico

(Base: Diagnosi EE - 68 casi)

Internamente



72%

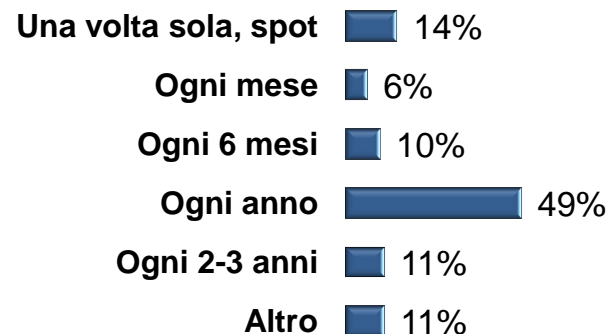
Affidato a  
consulenti esterni



28%

#### Con quale frequenza ripete il check-up energetico?

(Base: Diagnosi - 84 casi)



#### L'output del check-up energetico per individuare le aree d'inefficienza è ...

(Base: Diagnosi - 84 casi - risp. multipla)



## Le attività previste - PIANIFICAZIONE

Definizione degli interventi di efficienza ordinati per priorità e tempo di ritorno degli investimenti

(Base: Pianificazione - 78 casi)

### In base a cosa vengono definite le priorità degli interventi

+ importante

Risparmio di consumi raggiungibile



Tempo di ritorno dell'investimento



Impatto sui processi aziendali



Costo dell'investimento



- importante

(Base: Pianificazione - 78 casi)

### Chi decide le priorità

Top Management 83%

Energy Manager 26%

Responsabile acquisti 4%

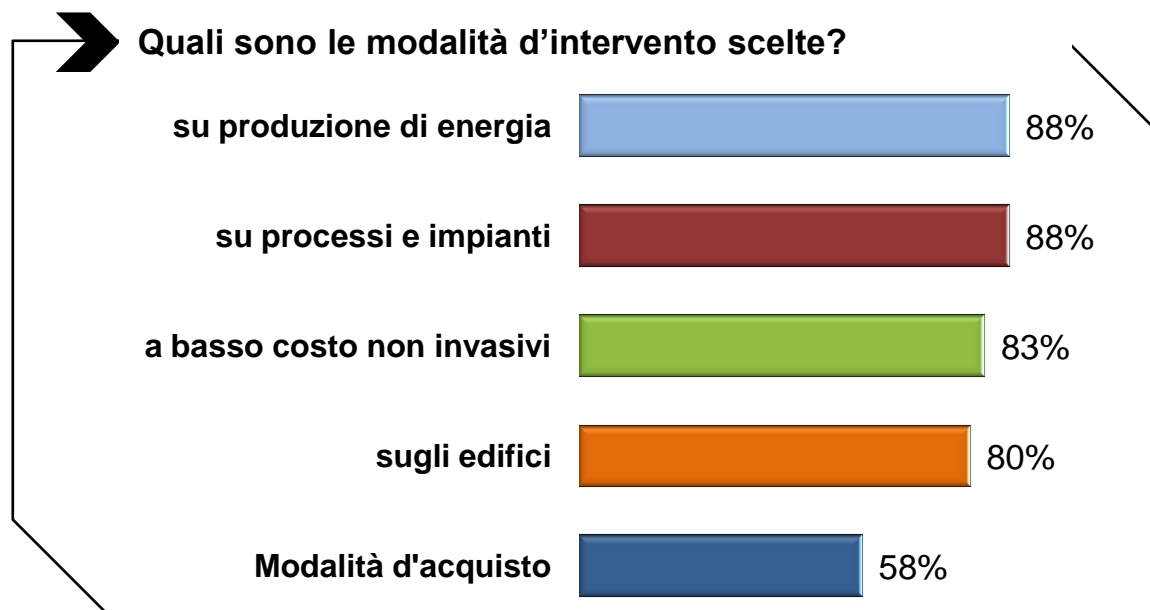
Altro 3%

**Realizzazione e  
Best practice**



## Le attività previste - REALIZZAZIONE (1/3)

Implementazione degli interventi pianificati (Base: Realizzazione - 59 casi)



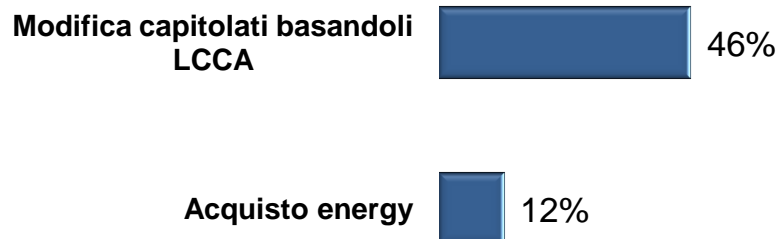
Chi compie  
interventi su ogni  
settore



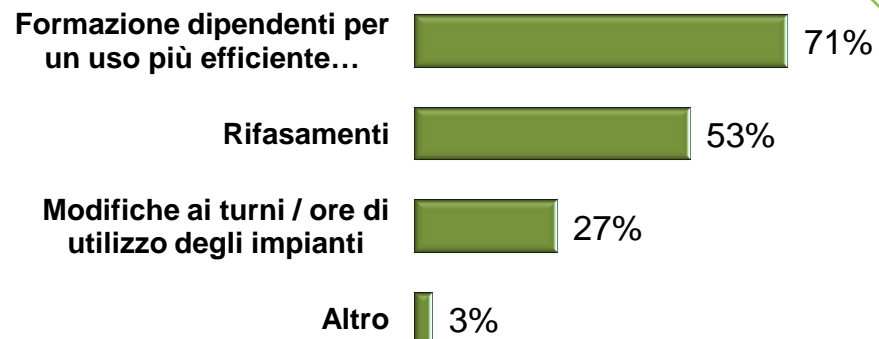
## Le attività previste - REALIZZAZIONE (2/3)

Implementazione degli interventi pianificati (Base: Realizzazione - 59 casi)

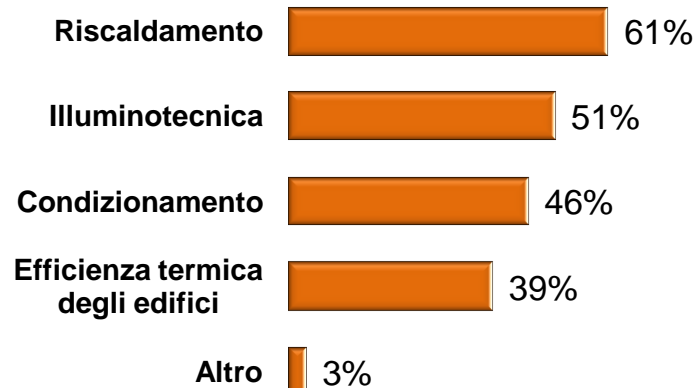
### Interventi sulle MODALITA' DI ACQUISTO



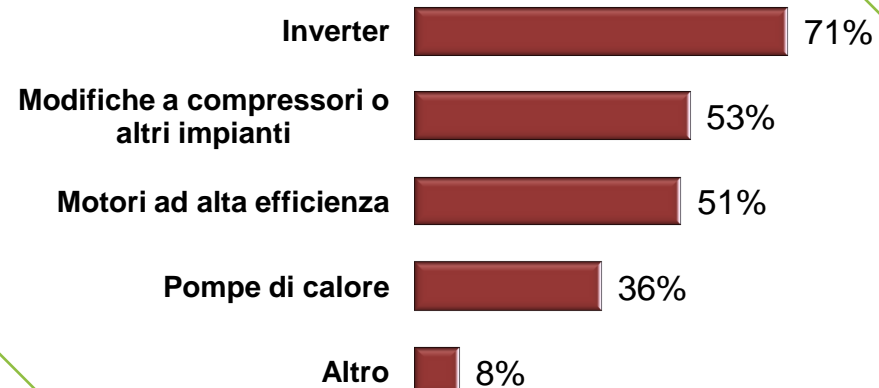
### Interventi A BASSO COSTO e NON INVASIVI



### Interventi sugli EDIFICI

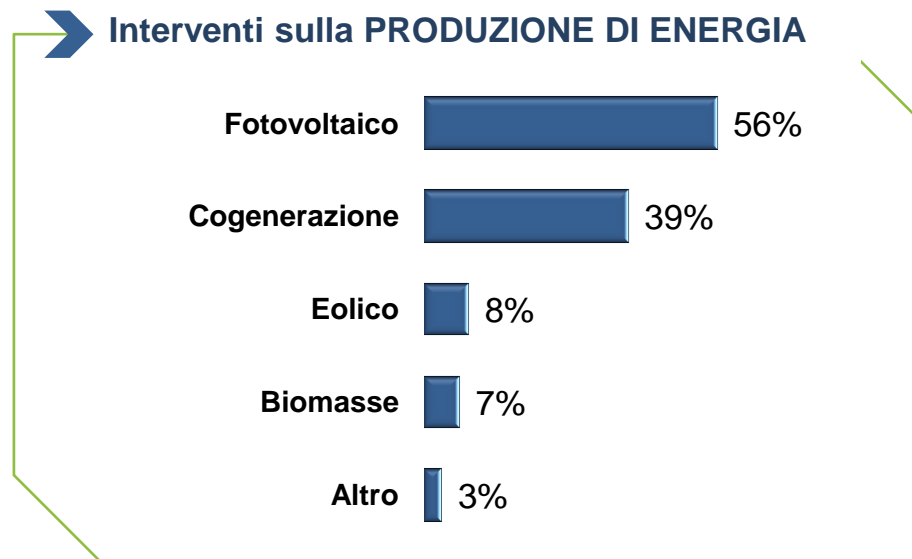


### Interventi di PROCESSO e sugli IMPIANTI



## Le attività previste - REALIZZAZIONE (3/3)

Implementazione degli interventi pianificati (Base: "Realizzazione" - 59 casi)



### I risparmi ottenuti con gli interventi di efficientamento

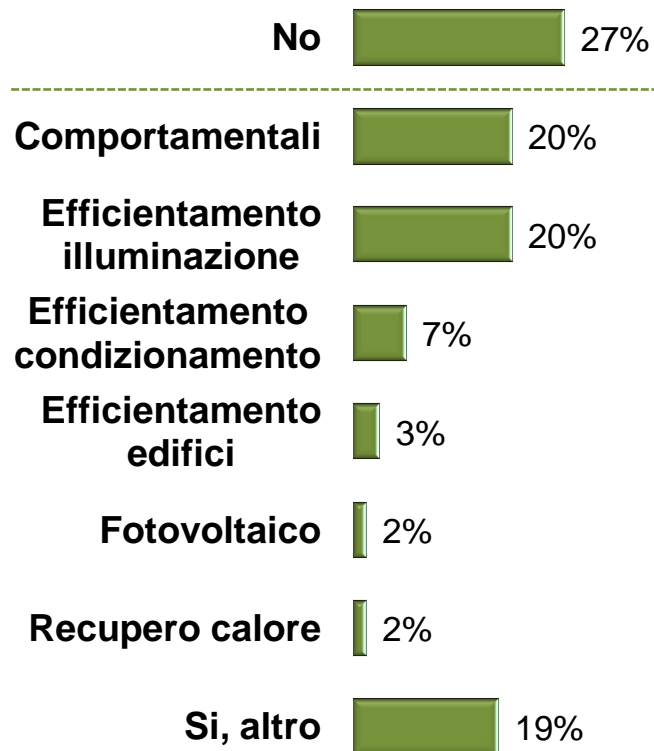
**Media**  
(% riduzione consumi  
negli ultimi 3 anni)



## Gli interventi a basso costo

### Interventi di facile realizzazione e a basso costo

(Base: "Realizzazione" - 59 casi)

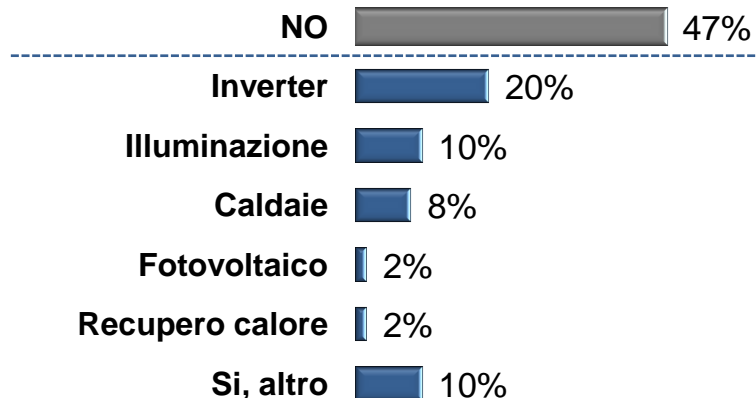


# Gli interventi a rapido ritorno dell'investimento

## Implementazione degli interventi pianificati

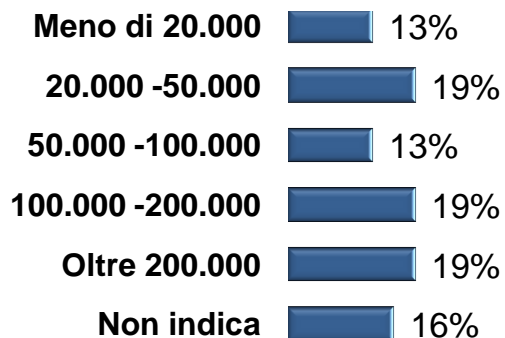
(Base: Rispondenti "Realizzazioni" - 59 casi)

### Interventi realizzati con un tempo di ritorno inferiore ai 2 anni



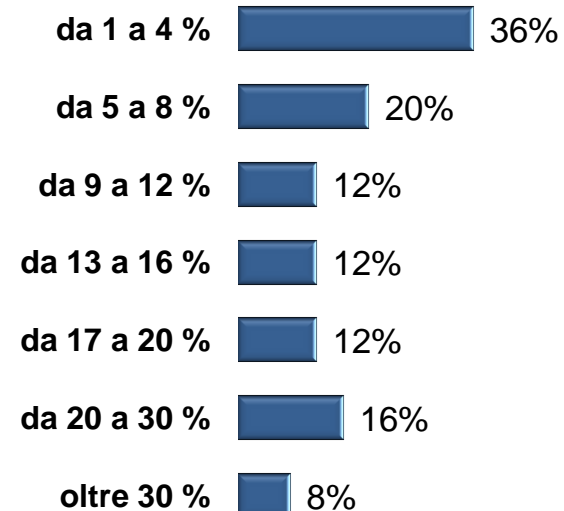
(Base: 31 casi)

### La spesa per questi interventi



(Base: 25 casi)

### Distribuzione dei risparmi ottenuti negli interventi di efficientamento con tempo di ritorno inferiore ai 2 anni



Media  
(% riduzione consumi)

10,8



# Gli interventi a rapido ritorno: realizzazione e finanziamento

## Misura dei risultati dei singoli interventi realizzati

(“Interventi con un ritorno inferiore ai 2 anni realizzati negli ultimi 3 anni” - 31 casi)

**Interventi realizzati da una ESCO  
(Energy Service Company)**

% SI

16%



(Base: 5 casi)

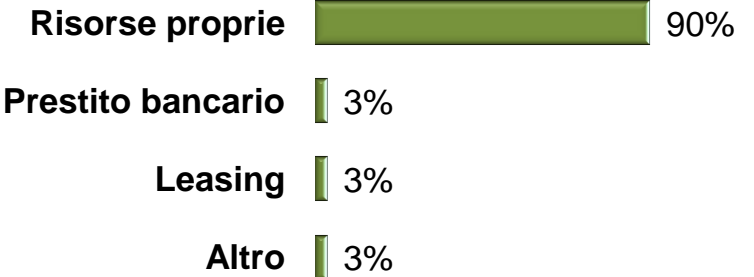
**Con contratto a garanzia di risultati**

% SI

80%

(Base: 31 casi)

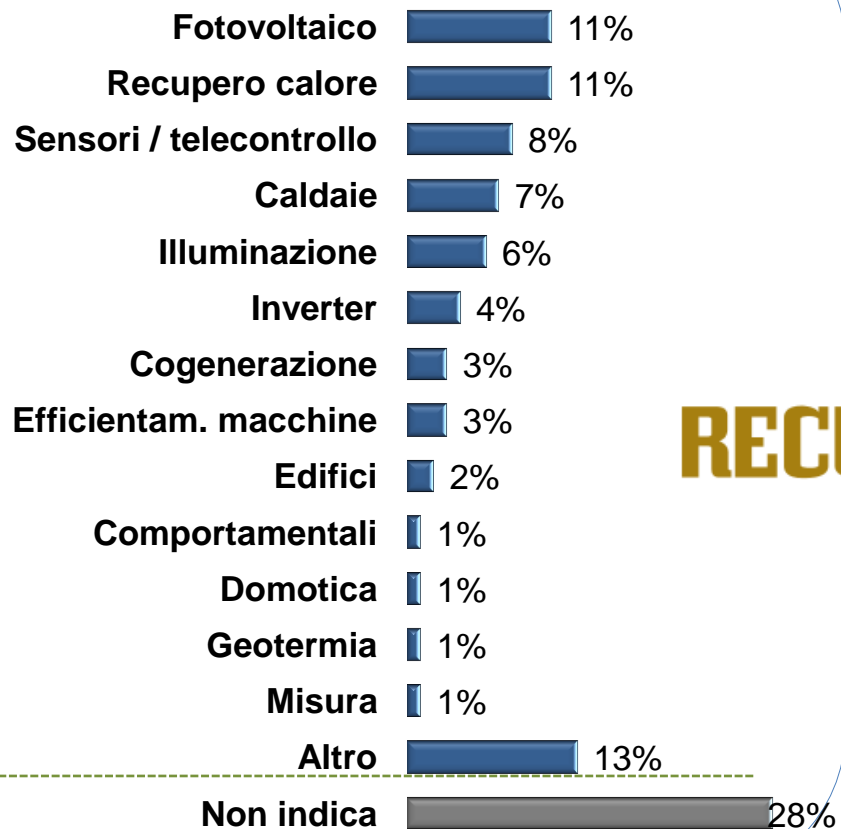
### Come è stato finanziato l'investimento



# Le best practice realizzate negli ultimi anni

Totale Rispondenti

Un intervento “furbo” realizzato negli ultimi anni, del quale essere orgoglioso e soddisfatto





# Grazie

*Giovanni Monaco*  
[g.monaco@cfigroup.it](mailto:g.monaco@cfigroup.it)  
+39 348 8711453

CFI Group Italia SRL  
Corso di Porta Nuova, 34  
20121 Milano

+39 02 36572350 (tel)  
+39 02 36572355 (fax)

[cfimilan@cfigroup.it](mailto:cfimilan@cfigroup.it)  
[www.cfigroup.it](http://www.cfigroup.it)

CFI GROUP WORLDWIDE  
MICHIGAN (USA) - Ann Arbor  
GEORGIA (USA) - Atlanta  
CHINA - Beijing  
ENGLAND (UK) - London  
SPAIN - Madrid  
ITALY - Milan  
FRANCE - Paris  
CHINA - Shanghai  
SWEDEN - Stockholm

REPRESENTATIVE OFFICES  
ARGENTINA - Buenos Aires  
MALAYSIA - Kuala Lumpur  
BRAZIL - Porto Alegre  
ROMANIA - Bucarest

Certified Quality Management System

