

CENTRALITÀ DEL CLIENTE

DOPPIA MATERIALITÀ



TEMI MATERIALI:
• Centralità del cliente

PILASTRO DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ



STAKEHOLDER
• I clienti

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDG)



L'obiettivo di Enel è favorire la partecipazione attiva di tutti i clienti alla transizione energetica attraverso una maggiore consapevolezza dei propri consumi e un maggiore controllo degli stessi. Con il supporto della tecnologia, Enel mette a disposizione dei clienti soluzioni innovative che rendono l'uso dell'energia elettrica rinnovabile sempre più accessibile e diffuso nelle case, nelle imprese e nelle città.

Di seguito i risultati 2023 relativi al precedente Piano di Sostenibilità 2023-2025, il conseguente stato di avanzamento e i target del Piano di Sostenibilità 2024-2026 ridefiniti, aggiunti o superati rispetto al Piano precedente.

ATTIVITÀ	RISULTATI 2023	TARGET 2024-2026	SDG PREVALENTI
QUALITÀ DEL RAPPORTO CON I CLIENTI E SODDISFAZIONE DELLE LORO ESIGENZE			
Reclami commerciali (n./10k clienti) ⁽¹⁾	177⁽²⁾	170 nel 2024	
Analisi della customer experience dei clienti in condizioni di vulnerabilità	Nel 2023, tra i progetti più significativi, sono state completate un'analisi di mercato sulla customer experience dei clienti longevi in Spagna e una sul processo di elettrificazione inclusivo in Colombia	Analisi della customer experience dei clienti vulnerabili con valutazione finale qualitativa	
Nuovi prodotti e servizi inclusivi	10 prodotti e servizi inclusivi, tra cui: nuovi servizi accessibili disponibili nei negozi in Spagna, Brasile e Colombia, e offerte commodity in convenzione con associazioni di persone con disabilità in Italia	18 nuovi prodotti e servizi inclusivi nel periodo 2024-2026	
Formazione su tecniche e metodologie di slow shopping per l'accoglienza dei clienti vulnerabili	483 persone Enel negli shop formate ad accogliere clienti in condizioni di vulnerabilità grazie all'incremento dei corsi di formazione in Italia e l'aumento delle partecipazioni in Colombia (nel periodo 2022-2023)	600 persone Enel negli shop formate ad accogliere clienti in condizioni di vulnerabilità entro il 2026 ⁽³⁾	
Iniziative di slow shopping, store inclusivi, canali e metodologie a supporto dei clienti vulnerabili	130 negozi e/o call center che usano il metodo slow shopping grazie alle nuove iniziative adottate negli store in Spagna e Brasile (nel periodo 2022-2023)	<i>Target superato</i>	

(1) Obiettivo inserito nel piano di remunerazione del Top Management.

(2) L'indicatore è stato sottoposto a esame completo (c.d. reasonable assurance).

(3) Dato cumulato dal 2022.

Obiettivi



Non in linea



Ridefinito



Superato

Avanzamento



Non in linea



In linea



Raggiunto

N.A. = non applicabile, obiettivo non presente nel Piano di Sostenibilità 2023-2025

CENTRALITÀ DEL CLIENTE



| 3-3 | EU3 | DMA EU (former EU23) |

70,3 mln

UTENTI FINALI DISTRIBUZIONE

72,7 mln nel 2022  **-3,3%**

540 mila

NUOVI PROSUMER⁽¹⁾ E PRODUTTORI ATTIVATI NEL 2023

di cui 485 mila nuove connessioni
sul perimetro Italia e Spagna,
equivalenti a 7,3 GW di capacità

345 mila nel 2022⁽²⁾  **+56,5%**

583 mila

BENEFICIARI DI 151 MILA CONNESSIONI NELLE AREE RURALI E SUBURBANE NEL 2023

690 mila beneficiari e 179 mila
connessioni nel 2022

 **-15,5%**

300,9 TWh

ENERGIA VENDUTA

321,1 TWh nel 2022  **-6,3%**

61,1 mln

CLIENTI ENERGIA E GAS

66,8 mln nel 2022  **-8,5%**

177

 (n./10 mila
clienti mercato)

RECLAMI COMMERCIALI

212 nel 2022  **-16,5%**

(1) Il termine "prosumer", contrazione di "producer" (produttore) e "consumer" (consumatore), indica un individuo o un'azienda che non solo consuma beni o servizi, ma li produce anche, per esempio, installando pannelli fotovoltaici per la produzione di energia elettrica.

(2) In coerenza con il perimetro 2023, i dati del 2022 escludono Goiás e Romania.



		Clienti mercato elettrico	Clienti mercato gas
Totale	n.	54.949.296	6.168.728
Italia	n.	18.559.867	4.339.943
Iberia	n.	10.521.874	1.828.762
America Latina	n.	25.867.555	23

		2023	2022	2023-2022	%
Energia venduta da Enel	TWh	300,9	321,1	-20,2	-6,3%
di cui mercato libero	TWh	194,5	198,3	-3,8	-1,9%
Clienti retail	n.	61.118.024	66.784.895	-5.666.871	-8,5%
di cui mercato libero	n.	24.320.725	27.864.392	-3.543.667	-12,7%

La leadership di un'azienda come Enel si fonda sull'attenzione posta sulla centralità dei clienti: famiglie, imprese, amministrazioni locali, siano essi consumatori o produttori di energia. Per questo il Gruppo promuove un'interazione costante con i propri clienti, connessi alla rete di distribuzione o facenti parte del mercato energia e/o gas.

Enel gestisce la rete di distribuzione di energia elettrica a livello globale attraverso la Business Line Enel Grids, che serve oltre **70 milioni** di clienti. Come operatore di rete nei mercati europei, in cui c'è separazione tra distribuzione e vendita di energia, Enel serve non soltanto clienti con contratto di vendita, ma anche clienti che hanno contratto di fornitura con altri operatori. Inoltre, il Gruppo è impegnato nel percorso verso la transizione

energetica, portando la produzione di elettricità più vicina all'utente finale, promuovendo i produttori e i prosumer, ovvero consumatori di energia che sono anche produttori, che possono generare elettricità per i propri usi ma anche cederla alla rete. Solo nel 2023 Enel Grids ha raggiunto una cifra record di **quasi 540mila nuove connessioni di produttori e prosumer**, registrando un aumento del 56% rispetto al record precedente realizzato nel 2022, a parità di perimetro. Ogni mese Enel aggiunge circa 45mila nuove connessioni alle sue reti di distribuzione da parte di produttori e prosumer in Italia, Spagna e America Latina. L'Italia rimane il mercato più dinamico di Enel: durante tutto il 2023 sono state aggiunte **quasi 1.000 nuove connessioni di generazione distribuita al giorno**, arrivando a un numero totale di circa 1,5 milioni di connessioni di produttori e prosumer.

Oltre che della gestione della rete, Enel si occupa anche della fornitura di energia elettrica e gas operando all'interno sia del mercato regolato sia del mercato libero. A fine 2023, il numero dei clienti retail di energia e gas è stato pari a **61 milioni** (67 milioni nel 2022), di cui **più di 24 milioni** sono clienti del mercato libero. La diminuzione nel numero dei clienti, rispetto al 2022 (-8,5%), si è verificata principalmente a seguito della fine del mercato di maggior tutela in Italia e, per quanto riguarda il mercato libero, è stata prevalentemente dovuta alla cessione del ramo d'azienda in Romania (circa 3 milioni di clienti).

Per quanto riguarda le **vendite di energia**, nel 2023 sono stati raggiunti **300,9 TWh** (321,1 TWh nel 2022), con una flessione del 6,3% rispetto all'anno precedente, inferiore comunque alla flessione del numero dei clienti. Enel si rivolge a famiglie (B2C), istituzioni pubbliche (B2G) e imprese (B2B) ed è presente in maniera integrata, per offrire un servizio completo tra commodity e soluzioni per l'energia, in cinque Paesi: Italia, Spagna, Cile, Colombia e Brasile. Nelle altre aree geografiche, come Nord America, Asia Pacifica, Polonia, Regno Unito e Irlanda, Enel è presente con prodotti e servizi principalmente rivolti alla clientela business.



Centralità dei clienti

Nel mondo dell'energia si sta assistendo a una rivoluzione in cui i clienti diventano essi stessi attori principali nella generazione e nel consumo di energia, e gli impianti di produzione diventano di dimensioni minori rispetto al passato e ripartiti sul territorio. **Le reti** dovranno dunque adattarsi a gestire la natura variabile e decentralizzata delle fonti rinnovabili, su molteplici punti di ingresso, puntando sulla partecipazione dei prosumer nel processo di evoluzione del sistema elettrico. Al fine di garantire una rete flessibile ed elevati standard di servizio, Enel sta spingendo su una sempre maggiore digitalizzazione, da un lato per favorire lo sviluppo delle rinnovabili e dall'altro per supportare il percorso dei clienti verso l'elettrificazione, facendo leva sulle opportunità offerte dalle tecnologie emergenti.

Enel ha altresì il compito di promuovere l'**accesso a un servizio elettrico sostenibile, affidabile e sicuro**, garantendo che l'erogazione di tale servizio raggiunga il maggior numero di clienti, anche quelli a rischio e più vulnerabili. In questo scenario Enel supporta i processi di elettrificazione, sia nei contesti maturi sia nelle zone rurali e remote in cui sono presenti comunità che vivono senza elettricità, e i processi di normalizzazione delle connessioni, con l'obiettivo di non lasciare indietro nessuno, promuovere l'inclusività dei servizi e dei prodotti offerti e la creazione di valore condiviso presso le comunità e le aree interessate. A tal proposito si riporta che per il 2023 sono stati registrati circa 583mila nuovi beneficiari nelle aree rurali e suburbane.

Inoltre, per quanto riguarda la gestione dei clienti retail, Enel si pone l'obiettivo di **rispondere in maniera esaustiva, efficace e strutturata alle loro esigenze**, partendo dall'ascolto e dall'individuazione dei bisogni, tenendo in considerazione il target di riferimento e il relativo contesto geografico e sociale. L'utilizzo di specifici strumenti di analisi e dell'intelligenza artificiale permette infatti una segmenta-

Le soluzioni per i clienti retail

A prescindere dalle differenze geografiche e di segmento, i recenti eventi geopolitici, l'aumento della volatilità dei prezzi e l'aumento dei costi dell'energia hanno fatto crescere nei clienti Enel l'esigenza di **migliorare l'efficienza dei consumi, contenendo i costi** e rendendo la **spesa più prevedibile**, di fare **scelte informate e sempre più sostenibili** dal punto di vista ambientale, di ricercare una **maggiore sicurezza** a casa e negli spazi pubblici, **adeguandosi a leggi e regolamentazioni locali** per sfruttare al meglio le opportunità offerte da una transizione energetica giusta

e sostenibile. Per venire incontro a questi bisogni Enel ha creato canali d'accesso dedicati, costituendo un contatto unico per ciascun target di clientela, in grado di soddisfare le richieste puntuali con prodotti e servizi personalizzati e integrati. Inoltre, nell'ottica di contenimento dei costi e dell'impatto ambientale, Enel ha continuato a supportare le prime Comunità Energetiche Rinnovabili (si veda il paragrafo "Le Comunità Energetiche Rinnovabili"), attraverso la creazione e la gestione della Comunità o la realizzazione di impianti fotovoltaici al servizio delle Comunità stesse.

Per rispondere all'evoluzione del mercato, Enel favorisce la **partecipazione attiva dei clienti alla transizione energetica** attraverso una maggiore consapevolezza dei propri consumi e un maggiore controllo degli stessi. Con il supporto della tecnologia, sono messe a disposizione dei clienti soluzioni innovative che rendono l'uso dell'energia elettrica rinnovabile sempre più accessibile e diffuso nelle case, nelle imprese e nelle città, accelerando al contempo la digitalizzazione dei servizi per una maggiore efficienza energetica, e contribuendo così a raggiungere i target di decarbonizzazione.

Per **accrescere e fidelizzare la propria clientela**, Enel ha definito una strategia di customer experience basata sulla semplicità e sull'accessibilità dei propri canali di contatto (si veda il paragrafo "Attenzione alle fasce vulnerabili"), attraverso una comunicazione chiara, sulla rapidità e sull'eshaustività delle risposte, e sulla risoluzione tempestiva ed efficace delle richieste (si veda il paragrafo "Relazioni trasparenti"). Non solo l'integrazione dell'offerta ma anche l'unione dei canali di interazione permette una maggiore efficienza nel servizio ai clienti, in termini di attenzione ai bisogni, all'amministrazione e alla soddisfazione. A febbraio 2023 Enel Energia, in Italia, è stata premiata con il sigillo di qualità "Nr. 1 nel Servizio" dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza, che ha condotto uno studio sul settore Luce e Gas in Italia, basato su un campione di oltre 300mila clienti⁽³⁾.

(3) <https://www.enel.it/it/supporto/avvisi/campione-servizio-2023>.

Famiglie e microimprese – Attenzione alla bolletta e all'efficienza energetica

Il segmento comprende famiglie e microimprese in Italia, Spagna, Brasile, Colombia, Cile, Argentina e Perù, con una prevalenza di clienti appartenenti al mercato libero in Italia e Spagna, contrariamente all'America Latina, dove il mercato è quasi esclusivamente regolato. Questa tipologia di cliente è sempre più consapevole dell'importanza di fare scelte informate e responsabili in ambito energetico. Per rispondere a questa esigenza, Enel fa leva sui canali di customer care e ha messo a disposizione contenuti che spiegano la variazione dei prezzi e forniscono, ove possibile nei mercati non regolamentati, informazioni su eventuali agevolazioni rivolte a clienti in condizioni di vulnerabilità (si veda il paragrafo "Attenzione alle fasce vulnerabili") o su offerte e soluzioni più convenienti per il profilo di consumo. In Italia sono state adottate diverse iniziative, come il lancio del Simulatore Risparmio Energia, uno strumento online che permette di calcolare i benefici dell'elettrificazione, in termini sia economici sia ambientali. Inoltre, la maggiore

Pubbliche amministrazioni – Sicurezza e qualità della vita per i cittadini

I clienti di questo segmento sono soprattutto amministrazioni pubbliche e sono distribuiti in tre principali aree geografiche: Italia, Spagna e America Latina (Cile, Colombia e Brasile). In America Latina, Enel collabora principalmente con le amministrazioni di grandi metropoli, mentre in Italia la customer base è composta per la maggior parte da comuni piccoli e medi in cerca di nuove ed efficienti soluzioni tecnologiche. La Spagna si pone in una posizione intermedia, con diversi progetti in comuni medio-grandi.

Le soluzioni dedicate a questo segmento riguardano l'adozione di programmi al servizio della cittadinanza, che ne migliorino la qualità della vita in termini di **impatto ambientale e sociale**, garantendo maggiore efficienza dei servizi, sicurezza e qualità dell'aria. A tal fine, Enel mette a disposizione **strumenti di diagnosi e piani d'intervento** che permettono di monitorare le prestazioni e i miglioramenti del territorio, fornendo competenze tecniche specifiche **per la pianificazione e realizzazione di progetti**, per esempio nell'ambito della città intelligente (si veda il capitolo "Innovazione"). Inoltre, Enel ha sviluppato un portfolio di prodotti e servizi integrati per efficientare i consumi energetici, ottimizzare i costi e ridurre le emissioni di CO₂, strutturato in tre verticali tecnologiche:

- **Smart Lighting & Smart City** per l'approvvigionamento dell'energia per il servizio di illuminazione pubblica, volto al miglioramento delle prestazioni energetiche, e che prevede anche la relativa gestione e manutenzio-

attenzione ai costi ha portato i clienti a prediligere sempre di più le offerte "bundled", che integrano la fornitura di luce, gas e connessione ultraveloce (si veda il box "Enel Fibra Prodotto dell'anno 2024" all'interno del capitolo "Driver di business") con soluzioni tecnologiche per l'efficientamento energetico, come l'installazione di impianti fotovoltaici, che garantiscono, oltre al risparmio in bolletta, semplicità ed efficienza. In **Italia**, per esempio, Enel ha lanciato l'iniziativa "Tutto Enel, è Formidabile", che integra offerte di luce e gas con la connessione ultraveloce, soluzioni per l'elettrificazione, le rinnovabili e la ricarica domestica per l'auto elettrica. Allo stesso modo, in **Spagna** Enel ha lanciato un'offerta integrata con la campagna "Todo Cuenta", che offre diversi vantaggi sulla bolletta ai clienti che decidono di acquistare un impianto fotovoltaico. Infine, anche in **America Latina** Enel sta promuovendo l'elettrificazione degli usi, supportando i clienti locali nel passaggio da tecnologie inefficienti, talvolta alimentate da combustibili fossili e che possono costituire rischi per la salute, a soluzioni elettriche altamente efficienti (si veda il box "Programa de Recambio in Chile").

ne, oltre a servizi aggiuntivi per la città smart, come la sensoristica o semaforica intelligente, telecamere e altri sistemi di monitoraggio anche attraverso la piattaforma YoUrban (si veda il capitolo "Innovazione"). Inoltre, Enel collabora con alcune municipalità nello sviluppo di progetti di illuminazione artistica che valorizzino il patrimonio culturale locale;

- **eTransport** per la promozione della diffusione di infrastrutture e tecnologie per agevolare l'elettrificazione delle flotte pubbliche e private, rivolgendosi principalmente a municipalità, operatori di trasporto pubblico e privato e gestori di flotte per servizi di logistica, con il fine di ridurre l'inquinamento atmosferico e acustico e migliorare i servizi di mobilità urbana (si veda il box "Sensori di parcheggio"). In **Italia** il focus è sullo sviluppo di una rete di ricarica pubblica sempre più veloce, mentre in **Cile** vengono proposte anche soluzioni per migliorare la funzionalità di fermate/pensiline degli autobus, aumentarne la sicurezza notturna e diminuire disagi causati da atti vandalici. Infine, in Cile e Colombia si è sviluppata un'offerta di servizi legati agli schermi a LED per la diffusione di informazioni di pubblica utilità;
- **Smart & Efficient Buildings** si focalizza sull'offerta di soluzioni che aumentano l'efficienza, il comfort e la sicurezza degli edifici pubblici, consentendo alle municipalità locali ma anche a università e ospedali pubblici di ridurre i costi energetici attraverso l'efficientamento e la gestione intelligente dei consumi, abbassando al contempo le emissioni.



SENSORI DI PARCHEGGIO UNA RIVOLUZIONE CUSTOMER-CENTRIC PER L'INFRASTRUTTURA PUBBLICA DI RICARICA



LA SENSORISTICA IOT INTEGRATA CON I SISTEMI DI RICARICA PER MITIGARE I DISSERVIZI LEGATI ALL'OCCUPAZIONE ABUSIVA DEGLI STALLI.

L'integrazione della sensoristica IoT con la rete Enel di ricarica pubblica permette di restituire ai clienti la disponibilità in tempo reale degli stalli riservati ai veicoli elettrici in ricarica. Con questo progetto, Enel è fra i primi Charging Point Operator (CPO) in grado di fornire un'informazione aggiornata e accurata sulla

disponibilità fisica dei propri punti di ricarica non solo agli utenti finali, al fine di migliorare la customer experience, ma anche alle forze dell'ordine locali, con l'intenzione di risolvere il problema dell'occupazione abusiva degli stalli. Questa soluzione è stata lanciata in via sperimentale a luglio 2023 in Italia, in alcune aree della città di Roma, ed è in fase di estensione nella città, con l'ambizione di integrare altri sviluppi futuri come i servizi via app per la prenotazione del punto di ricarica.

Imprese – Maggiore competitività e decarbonizzazione dei processi produttivi

I clienti di questo segmento sono distribuiti principalmente in Italia, Spagna, Brasile, Colombia e Cile, dove c'è una presenza integrata, mentre nelle altre aree geografiche come Nord America, Asia-Pacifico, Polonia, Regno Unito e Irlanda, Enel è presente con servizi specialistici, prevalentemente demand response, puntando su un modello di business di partnership o stewardship.

Le aziende hanno la necessità di ridurre i rischi legati alla volatilità del prezzo dell'energia e di aumentare la competitività attraverso la riduzione dei costi, ma anche di diversificare le fonti di energia al fine di decarbonizzare i processi industriali, evitare emissioni di CO₂ e intraprendere un percorso verso il Net Zero che sia in grado di soddisfare non solo i requisiti legislativi ma anche le aspettative di clienti e investitori. Per supportare tali obiettivi, Enel offre competenze tecniche e soluzioni per l'elettrificazione delle flotte, la diagnosi e il monitoraggio delle prestazioni energetiche, la generazione e l'accumulo di energia rinno-

vabile, la flessibilità, partendo dalla pianificazione fino alla realizzazione del progetto.

Nel corso del 2023, Enel ha raggiunto 268 MW di potenza fotovoltaica presso i propri clienti industriali e commerciali, mentre la capacità flessibile gestita tramite il demand response è stata di 9,6 GW. Il demand response è uno strumento che permette di agire direttamente sui livelli di produzione e consumo energetico per far fronte a riduzioni della fornitura o a picchi di domanda del mercato: i clienti industriali e commerciali ottengono un compenso per la loro disponibilità e la rete elettrica ne beneficia in termini di stabilità e maggiore integrazione delle rinnovabili.

In **Italia**, l'introduzione e la regolamentazione delle Comunità Energetiche permetteranno alle aziende di avere un ruolo sempre più proattivo nella transizione energetica (per approfondimenti si veda il paragrafo "Comunità Energetiche"). In **America Latina**, soprattutto in Cile, c'è un focus sull'elettrificazione delle flotte di autobus aziendali che permette alle aziende di abbattere le emissioni per il trasporto dei dipendenti.

Le Comunità Energetiche Rinnovabili: la nascita di un cliente trasversale

Enel sostiene la creazione delle Comunità Energetiche Rinnovabili (CER), soggetti giuridici che nascono attraverso l'**associazione tra cittadini, pubbliche amministrazioni locali o imprese** che decidono di dotarsi di impianti per la produzione e la condivisione di energia da fonti rinnovabili. Le CER sono un esempio di come, nel settore energetico, i clienti stiano assumendo un ruolo sempre più attivo e di come meccanismi di incentivazione statali possano stimolare la costruzione di impianti fotovoltaici più grandi, pensati per l'autoconsumo e

la condivisione, e l'elettificazione dei consumi finali.

Enel accompagna aziende, Comuni e cittadini nell'intero processo, dalla progettazione e installazione degli impianti rinnovabili fino alla loro gestione. Nel corso del 2023 Enel ha supportato la creazione di 6 CER, tra cui quelle di Maranello, Fiorano Modenese e Buccino, che potranno diventare operative a seguito della definizione e pubblicazione delle regole operative tecniche da parte del GSE (Gestore dei servizi energetici).



COMUNITÀ ENERGETICHE: LE PARTNERSHIP DI ENEL



Enel e Ferrari, tra i leader mondiali nel settore del lusso, hanno siglato un accordo per la realizzazione della prima Comunità Energetica Rinnovabile in ambito industriale in Italia: la CER sarà alimentata da un impianto fotovoltaico con una potenza di circa 1 MW situato su un terreno di circa 10.000 mq di proprietà di Ferrari e adiacente all'Autodromo di Fiorano Modenese. L'impianto fotovoltaico di Fiorano Modenese utilizzerà tracker monoassiali e pannelli fotovoltaici bifacciali per una produzione media di circa 1.500 MWh per 20 anni, evitando l'immissione in atmosfera di circa 440 tonnellate di CO₂ all'anno. Grazie a questa collaborazione, i soggetti pubblici o privati dei Comuni di Fiorano Modenese e Maranello potranno entrare a far parte della CER, utilizzando l'energia rinnovabile prodotta dal nuovo impianto e/o diventando a loro volta produttori di energia green, per esempio, installando pannelli fotovoltaici sui tetti delle proprie abitazioni e collegandoli alla rete.

Enel e FICEI (Federazione Italiana Consorzi Enti Industrializzazione) hanno siglato una partnership per realizzare una Comunità Energetica Rinnovabile costituita dalle aziende dell'Area di Sviluppo Industriale (ASI) di Buccino, in provincia di Salerno. La CER nasce in seguito all'analisi delle superfici di ASI e del fabbisogno energetico delle aziende che ne fanno parte, in particolare quelle più energivore o che operano in settori hard-to-abate, e sarà alimentata da due impianti fotovoltaici, per una potenza totale di 1,6 MW, che produrrà circa 1.250 MWh per 20 anni, abilitando un risparmio di 367 tonnellate di CO₂ all'anno. Tra i membri e soci fondatori della Comunità, c'è anche il Gruppo Magaldi, che fornisce le batterie per l'accumulo, ottimizzando così le performance della CER e creando una sinergia tra realtà della stessa area di sviluppo industriale.

Attenzione alle fasce vulnerabili

2-29 | 3-3 | DMA EU (former EU23)

L'intero Gruppo Enel si impegna per una transizione energetica "giusta per tutti", che garantisca l'accesso all'elettricità anche nelle zone più remote e che supporti coloro che si trovano in condizioni di vulnerabilità, e lo fa attraverso un'offerta di servizi specifici e inclusivi, in linea con quanto riflesso nella Politica sui Diritti Umani. Per promuovere quest'approccio in modo integrato, Enel ha stabilito a livello di Gruppo una visione unica verso le esigenze della clientela in termini di inclusività e accessibilità, realizzando una definizione di clientela in condizione di vulnerabilità che pone l'accento sulle condizioni della clientela stessa, siano queste temporanee o permanenti. La clientela in condizioni di vulnerabilità per Enel include sia persone sia enti che, a seguito dell'interazione delle proprie caratte-

ristiche intrinseche, fattori socio-demografici, condizioni economiche e ambientali:

- non possono partecipare o rischiano di subire esiti negativi nel mercato dell'energia o in una qualsiasi delle aree di interesse del Gruppo Enel;
- hanno difficoltà a ottenere o a utilizzare le informazioni per rappresentare i propri interessi;
- sono meno a loro agio nell'accedere e nell'utilizzare servizi e prodotti adeguati.

Le condizioni di vulnerabilità economica e sociale dovute a situazioni congiunturali, quali terremoti (si veda il box "Gestione delle emergenze"), alluvioni, disabilità e altri aspetti legati alla diversità come l'anzianità, sono risultate quelle con la più alta incidenza tra i clienti di Enel.

Gestione delle emergenze

Nel corso del 2023 si sono verificati alcuni eventi climatici critici che hanno coinvolto la rete di distribuzione e causato interruzioni di servizio con conseguenti danni ai clienti. In particolare, si citano gli eventi critici che si sono verificati nell'area metropolitana di São Paulo e Rio de Janeiro in Brasile e in Italia tra Emilia e Romagna.

In Brasile, una violenta tempesta di vento ha colpito per tre giorni all'inizio del mese di novembre l'area di concessione di Enel di São Paulo e di Rio de Janeiro, causando l'interruzione della corrente elettrica rispettivamente per 2,1 milioni di cittadini nell'area di São Paulo e per 1,2 milioni a Rio de Janeiro. Si è trattato della più forte tempesta degli ultimi anni, con venti che hanno registrato una velocità superiore ai 100 km/h e che hanno provocato l'abbattimento di oltre 1.400 grandi alberi. A causa della complessità del lavoro di riparazione della rete, il ripristino della fornitura è avvenuto gradualmente e dando priorità ai casi più critici, come i servizi essenziali.

Nonostante gli sforzi di dipendenti e contrattisti al lavoro, l'attività di ripristino è stata particolarmente complessa e ha richiesto circa una settimana,

sia per l'alta densità di popolazione sia per la difficoltà di raggiungere le diverse aree impattate a causa degli alberi caduti, e ha reso necessaria un'azione concertata con vari organismi a partire da Protezione Civile, Vigili del Fuoco e Polizia. In Italia, nelle aree dell'Emilia-Romagna, invece, lo scorso maggio si è verificata un'intensa alluvione causata da un volume di 4 miliardi di mc di acqua su un territorio di 1.600 kmq. Per fronteggiare l'emergenza, e-distribuzione è riuscita a rialimentare circa 55mila utenze, mettendo a disposizione oltre 170 gruppi elettrogeni, provvedendo alla ricostruzione di 3 cabine primarie (ricostruzione totale dell'impianto primario di Conselice in provincia di Ravenna e parziale di altre 2 cabine primarie tra le provincie di Forlì-Cesena e Ravenna), provvedendo alla pulizia e al rimontaggio completo di oltre 300 cabine secondarie, e ripristinando più di 100 km di linee di media tensione e 10mila contatori. Inoltre, grazie all'intervento diretto della Onlus Enel Cuore e alla raccolta fondi dei dipendenti, Enel ha effettuato una donazione di 1 milione di euro alla Protezione Civile, impegnata al fianco della popolazione colpita dall'alluvione e che lavorava per restituire normalità ai territori colpiti dall'emergenza.

Sempre in quest'ottica, nel 2023, in seguito all'applicazione del **Sustainability Boosting Program**® (si veda il box) ai punti vendita Enel, sono state progettate e redatte internamente le **Linee guida per la relazione inclusiva con la clientela**, studiate per cogliere e anticipare le esigenze di

questo target e per favorirne l'accoglienza e l'esperienza nei punti vendita caratterizzati dal "design for all" (progettazione per tutti). Lanciate a settembre 2023 in tutti i Paesi in cui Enel è presente, si focalizzano sia sull'interazione con la clientela sia sull'accessibilità dei punti vendita.

Per garantirne l'adozione e la diffusione, in Italia è stato progettato ed erogato a circa 70 **operatori e operatrici** degli spazi Enel diretti un **corso di formazione dedicato**; mentre agli spazi Enel indiretti gestiti da imprenditori partner i contenuti del corso sono stati resi disponibili attraverso pubblicazioni sulla piattaforma digitale Enel Flow di Enel Energia. Sempre in Italia, come primi strumenti a supporto della strategia di **comunicazione inclusiva con la clientela**, sono stati inaugurati i servizi di **video interpretariato in lingua dei segni** per le persone sorde e di **traduzione simultanea in 7 lingue**, resi fruibili in diverse aree geografiche in modalità pilota (Bologna, Napoli, Cosenza, Albano e Roma). Inoltre, è stato riattivato il **servizio di interpretariato telefonico** nei 100 spazi Enel diretti, che effettua la traduzione in 20 lingue attraverso una "conversazione a tre" tra l'operatore dello spazio Enel, la clientela e chi traduce. Altre iniziative di business inclusive realizzate in **Italia** nel 2023 includono l'Offerta Luce/Gas e Fibra per gli iscritti ad associazioni per la tutela di persone con disabilità⁽⁴⁾ che prevede un prezzo agevolato e un canale di accesso dedicato nei punti vendita. **ENEL-PREMIA WOW! For All** è invece un'iniziativa, lanciata nel 2022 e rinnovata nel 2023, che prevede l'inserimento periodico nell'ambito del programma fedeltà di Enel per il

mercato libero di coupon sconto per poter accedere a servizi dedicati a persone longeve e persone con disabilità.

In **Brasile** è stato realizzato il progetto **WOW STORE** che ha reso più inclusivo lo store Enel di Santo Amaro (São Paulo), grazie anche alla collaborazione della Città di São Paulo. Lo staff è stato formato per accogliere clienti in condizioni di vulnerabilità ed è stata migliorata l'accessibilità dello store. Nel punto vendita inoltre è stata introdotta la possibilità di iscriversi alle iniziative sociali del Comune e di richiedere in modo semplice la tariffa sociale. Parte dell'iniziativa è il programma Ecoenel, che favorisce sconti sulla bolletta elettrica ai clienti che effettuano la raccolta differenziata e la deferiscono in specifici punti di raccolta e riciclo.

In **Spagna** è stato attivato il progetto di **Formazione sul tema della povertà energetica per ONG e servizi sociali**, che ha visto l'erogazione di 19 sessioni formative a 370 persone appartenenti a enti sociali che assistono persone in condizioni di vulnerabilità (circa 70mila beneficiari), al fine di insegnare loro come migliorare l'efficienza energetica, comprendere la lettura delle bollette e richiedere il bonus sociale.

Sustainability Boosting Program® e Columbia University

Il Sustainability Boosting Program® applica i principi di economia circolare, inclusione sociale e biodiversità al portfolio di soluzioni del Gruppo Enel, per migliorarne la sostenibilità, creando al contempo vantaggio competitivo e nuove opportunità di business.

Nel 2023 la Columbia University ha revisionato e confrontato il Sustainability Boosting Program® con i programmi di altre prestigiose aziende e organizzazioni operanti sul mercato, al fine di verificare la robustezza e individuare possibili aree di miglioramento: è emerso come la dimensione di inclusione sociale del Sustainability Boosting Program® sia più completa e dettagliata rispetto ad altri framework di riferimento utilizzati a livello

di prodotto, confermando l'attenzione di Enel verso l'ascolto e l'inclusione. Altro punto di forza identificato dal team della Columbia University è il coinvolgimento di diversi stakeholder lungo tutto il processo di Boosting, elemento che permette di valorizzare le specificità dei diversi contesti geografici e di mercato, nonché di creare il giusto mix di competenze tecniche e commerciali per un processo di innovazione efficace. L'analisi condotta sul Sustainability Boosting Program® è consultabile in un articolo pubblicato sul blog della Columbia University; inoltre, il programma è stato illustrato nell'ambito di una master class del World Business Council on Sustainable Development (WBCSD), alla presenza di circa 60 aziende del network che lo hanno particolarmente apprezzato per la metodologia innovativa capace di generare prodotti e servizi inclusivi in azienda.

(4) ANGLAT (Associazione Nazionale Guida Legislazioni Andicappati Trasporti) e ANMIC (Associazione Nazionale Mutilati e Invalidi Civili).

Relazioni trasparenti

| 2-23 | 3-3 | 417-1 | DMA EU (former EU24) |

Enel continua il processo di digitalizzazione della relazione con i clienti, per migliorare la loro esperienza e parallelamente per tener fede agli impegni volti a mitigare gli effetti del cambiamento climatico.

Nell'ambito della gestione dei clienti della distribuzione, durante il 2023, nei Paesi dell'America Latina sono state riviste e aggiornate le anagrafiche dei clienti per ridurre al minimo possibili errori di fatturazione. Inoltre, sono state adottate diverse strategie di recupero in condivisione con il mercato per aumentare l'efficienza sul credito. Sono state eseguite 2,2 milioni di riconessioni, rispetto alle 3,4 milioni di disconnessioni eseguite, e si registra un 99,5% di compliance sulle riconessioni effettuate nei termini imposti dal regolamento, finalizzato alla riduzione dei reclami associati. Inoltre, per contrastare l'effetto dei ritardi nella esecuzione dei lavori delle connessioni dovuto a un aumento delle richieste di connessione dei produttori, è stata avviata un'attività di special caring e una raccolta regolare di feedback (Voice of customer) sui clienti di Enel, attraverso sondaggi e analisi dei dati, al fine di individuare le aree di miglioramento. Per rispondere all'incremento delle chiamate in situazioni emergenziali, visti i diversi episodi di calamità ambientali che hanno impattato i Paesi dove Enel opera come gestore della rete di distribuzione, sono state adottate azioni di comunicazione proattiva verso i clienti ed è stata migliorata l'automazione tramite IVR (Interactive Voice Response); ciò ha permesso di gestire in modo efficace i picchi di chiamate in inbound (si veda il box "Gestione delle emergenze").

Per quanto riguarda il mercato retail, nel 2023 il numero di clienti digitali registrati sull'area privata di web e/o app è stato di oltre 18 milioni (il 43,7% dell'intera base clienti), con un incremento di circa il 20% rispetto all'anno precedente.

Comunicazioni chiare ed efficaci

L'iniziativa Plain Language nasce con l'obiettivo di costruire relazioni di **fiducia e credibilità** con i clienti attraverso comunicazioni chiare e trasparenti da applicare a tutti i canali di contatto (in presenza, app, siti web) per informazioni commerciali e gestionali. In un contesto sempre più complesso, la chiarezza comunicativa è essenziale per stabilire relazioni durature e garantire che ogni interazione con i clienti sia caratterizzata da un linguaggio diretto e privo di ambiguità. Nel corso del 2023 sono stati compiuti i primi importanti passi per migliorare la chiarezza e l'efficacia della comunicazione aziendale. Di seguito le principali iniziative intraprese:

- **linee guida globali:** sono stati identificati i principi fondamentali per scrivere, sperimentare e misurare l'efficacia delle comunicazioni scritte in plain language (si veda il box "ViviElettrico");

Questo rende i clienti maggiormente autonomi nella gestione di servizi quali visualizzazione dei consumi, autolettura, pagamento delle bollette e rateizzazione, migliorando di conseguenza la soddisfazione del cliente. Nel 2023 sono stati inviati 227 milioni di fatture in formato digitale, con un incremento di circa il 18% rispetto al 2022, raggiungendo il 37% di tutte le fatture emesse. Questo ha permesso non solo di ridurre i costi della carta, della stampa e della consegna delle bollette tradizionali, ma anche di ridurre le emissioni di CO₂ relative a queste attività. Al fine di migliorare l'esperienza dei clienti, **in Italia** è stato inoltre rivisto il formato della fattura, per renderla più chiara e semplice da comprendere (si veda il capitolo "Innovazione"). Dopo il pilota dello scorso anno, è stato portato a regime il riconoscimento del cliente attraverso fattori biometrici **in Spagna:** per garantire un accesso sicuro e inclusivo ai servizi offerti, come elemento di autenticazione dei clienti nei call center, viene adottato il riconoscimento vocale, migliorandone la personalizzazione, il coinvolgimento emotivo e accelerando la risoluzione delle esigenze dei clienti. Nel corso del 2023 sono stati ulteriormente rafforzati i canali di pagamento digitali per facilitare e arricchire la customer experience, e la percentuale di pagamenti effettuati tramite addebito diretto ha raggiunto il 38,7% sul totale dei pagamenti. In Brasile è stato sviluppato il canale di pagamento Pix, creato dalla Banca Centrale del Brasile per facilitare i pagamenti istantanei, molto utilizzato in tutto il Paese; in Italia nelle comunicazioni digitali del credito è stato inserito un link per pagare con un click tramite la piattaforma digitale nazionale PagoPA. Infine, molta attenzione è stata data alla possibilità di definire piani di rateizzo flessibili per far fronte alle diverse necessità dei clienti rispetto al contesto di ciascun Paese.



ViviElettrico.it è uno "sportello digitale" che **aiuta il cliente a trovare le risposte alle domande legate alle scelte energetiche per i consumi domestici e a prendere decisioni consapevoli**, chiarendo i dubbi più comuni su: fotovoltaico, casa efficiente, risparmio in bolletta, mobilità elettrica, incentivi e uso dell'energia elettrica. Nel 2023 hanno effettuato l'accesso al portale più di 250mila visitatori unici.

- **piani di azione in Italia, Brasile, Spagna, Cile e Colombia:** sono stati definiti gli ambiti prioritari in cui adottare la metodologia con l'avvio di sperimentazioni in tutti i canali di contatto con i clienti. Per costruire la competenza tecnica interna sono state realizzate sessioni formative che hanno coinvolto oltre 200 colleghi;
- **strumenti di monitoraggio:** sono stati utilizzati strumenti per verificare la leggibilità dei testi e valutare la

percezione del cliente sulla chiarezza delle informazioni ricevute. Inoltre, in Italia e in Brasile è stata sviluppata una dashboard per monitorare il linguaggio utilizzato dai consulenti nei call center.

I dati raccolti dalle sperimentazioni evidenziano un miglioramento della soddisfazione del cliente e della percezione del servizio ricevuto, a conferma dell'impegno per una comunicazione trasparente e accessibile.

Soddisfazione dei clienti

| 2-29 | 3-3 | 417-1 |

Nel 2023 è stato consolidato e ulteriormente affinato il sistema di misurazione di felicità e soddisfazione dei clienti, composto da misurazioni relazionali e transazionali.

Per quanto concerne gli aspetti relazionali, Enel si affida allo standard globale Net Promoter Score (NPS), che permette di misurare a livello globale il grado di felicità e "advocacy" dei clienti attraverso dati semplici e immediatamente comprensibili. È reso possibile da una domanda rivolta ai clienti ("Su una scala da 0 a 10, consigliereste Enel ai vostri amici e familiari?") e si esprime con un valore che si muove in un intervallo da -100 a +100, calcolato come la percentuale di "promotori" (voto pari a 9 o 10 su 10) meno la percentuale di "detrattori" (voto tra 0 e 6 su 10). I clienti vengono intervistati due volte l'anno per massimizzare le risposte e per monitorare le tendenze nel tempo, attraverso una survey via e-mail, un canale che permette valori più realistici e affidabili rispetto alle indagini telefoniche. La copertura della rilevazione NPS è globale e i risultati, sia locali sia globali, sono costantemente monitorati.

Per quanto concerne invece il monitoraggio puntuale della soddisfazione sugli aspetti "transazionali", ovvero in corrispondenza dei cosiddetti "momenti della verità" (come per esempio il completamento dell'attivazione, l'interazione con il contact center, la consegna della bolletta, l'aumento di potenza), i clienti di Enel vengono interpellati tramite e-mail o via sito/app chiedendo loro di esprimere la pro-

pria "Customer Satisfaction" (CSAT) attraverso la formulazione standard "su una scala da 1 a 5, quanto è soddisfatto del 'momento della verità'?", ed è calcolato come la media di tutte le risposte ricevute.

Il sistema di misurazione, che nel 2022 ha visto il completamento della copertura in Italia e Spagna con più di 30 "momenti della verità" e l'avvio delle prime rilevazioni in America Latina, nel 2023 è stato ulteriormente affinato, raggiungendo 9 "momenti della verità" in Brasile, Cile e Colombia. In tutte le geografie, grazie anche alla collaborazione tra il team dedicato alla Customer Happiness e le diverse unità di business, è diventata ormai prassi consolidata il costante monitoraggio dei valori e del livello di felicità e soddisfazione - ora integrati non soltanto nei processi operativi di attivazione, fatturazione, credito e riscossione e customer care ma anche nelle attività di marketing e vendita.

In termini di risultati ottenuti, si è registrata una lieve flessione del Global Net Promoter Score, passato da +5.6 (Q4 2022) a +4.7⁽⁵⁾ (Q4 2023) rispetto all'intervallo -100/+100; considerando la fase complessa che il settore in cui Enel opera ha attraversato nel 2023, e il conseguente aumento della spesa per l'energia nei nuclei famigliari, questi valori di NPS indicano che la base clienti ha sostanzialmente mantenuto la propria fiducia nel brand Enel e nei livelli di servizio offerti.

Gestione dei reclami commerciali

| 2-25 | 2-26 | 2-29 | 3-3 |

Nel 2023 sono state consolidate su tutte le Business Line le linee guida adottate negli anni precedenti sul processo di monitoraggio e classificazione dei reclami in tutti i Paesi in cui Enel opera, al fine di massimizzare la qualità del servizio e aumentare la soddisfazione del cliente, in conformità con le leggi, i regolamenti e le regole di governance applicabili.

In 3 anni il numero di reclami commerciali registrati per 10mila clienti relativi a servizi e prodotti a livello globale si è ridotto del 50%, grazie alla convergenza dei processi verso un modello comune più efficace ed efficiente, basato anche sulla risoluzione dell'esigenza del cliente al momento del contatto (first contact resolution), allo sviluppo di bench-

(5) Valore medio calcolato sulla base di tutte le risposte pervenute negli ultimi 3 mesi dell'anno.

mark interno e al monitoraggio continuo delle prestazioni. Questi risultati sono stati conseguiti anche grazie all'ascolto attivo del cliente, che valuta la capacità dell'Azienda di risolvere il problema evidenziato attraverso l'adozione di un nuovo modello standardizzato di feedback.

Anche relativamente alla gestione del servizio di distribuzione, Enel è impegnata nel mettere in piedi soluzioni volte a incrementare la customer satisfaction riducendo la reclamosità dei clienti e puntando sulla rapidità ed esaustività delle risposte, nonché sulla risoluzione tempestiva ed efficace delle richieste. In quest'ottica, per garantire una gestione sempre più efficace dei clienti, è stata strutturata l'unità di customer engagement, che ha tra i propri obiettivi principali la gestione delle interazioni con i clienti attraverso tutti i canali (digitali e non), massimizzandone il potenziale e incrementandone fiducia e soddisfazione, anche definendo e indirizzando adeguatamente i diversi segmenti di clientela.

Per ridurre la reclamosità dei clienti, durante il 2023 è stata altresì adottata una serie di iniziative mirate a migliorare l'esperienza complessiva del cliente. In Italia si è investito nel migliorare i processi e nella formazione del personale per garantire un servizio clienti di alta qualità e una conoscenza approfondita dei servizi offerti.

In tutti i Paesi ove è presente, Enel opera in conformità con le normative vigenti in materia di tutela della privacy dei clienti. L'Azienda si impegna anche a monitorare le società terze che possono trovarsi nella condizione di utilizzare i dati personali dei clienti. A tal fine sono previste clausole dedicate nei contratti con i partner che usano i dati personali per effettuare attività specifiche, per esempio servizi di vendita o rilevazioni della customer happiness (si veda il paragrafo "Soddisfazione dei clienti"). I dati dei clienti sono espressione della personalità e dell'identità dell'individuo e pertanto devono essere trattati con le dovute cautele e garanzie, così come anche delineato nella Politica sui Diritti umani.

Promuovere l'accesso all'energia e combattere la povertà energetica

3-3 | DMA EU (former EU23) |

L'accesso all'energia rappresenta una sfida e un'esigenza primaria ribadita dalle Nazioni Unite nell'SDG 7, che mira ad assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni, in ragione della loro natura di forza trainante per combattere la povertà e garantire una crescita economica e sostenibile nel lungo periodo. L'aggiornamento 2023 dell'"Energy Progress Report", che misura l'avanzamento dell'SDG 7 ed è co-elaborato dall'International Energy Agency (IEA), la International Renewable Energy Agency (IRENA), la Commissione Statistica delle Nazioni Unite e la Banca Mondiale, conferma ancora una volta che il ritmo di attuale progresso in termini di obiettivi 2030 relativamente ad accesso all'energia, efficienza energetica ed energia rinnovabile, tra gli altri, non è sufficientemente veloce. Tra le cause del rallentamento sulla tabella di marcia necessaria vi sono l'incertezza dello scenario macroeconomico, l'alto livello di inflazione, la carenza di fonti di finanziamento e l'aumento vertiginoso dei prezzi dei materiali. In alcune parti del mondo, in particolare le più vulnerabili, permane un effetto residuo della pandemia da Covid-19, nonché dell'impennata dei prezzi dell'energia registrata a partire dal 2021.

A metà del percorso verso il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, l'indicatore 7.1.1 "Proporzione della po-

polazione con accesso all'energia" è fuori tabella di marcia, con 675 milioni di persone⁽⁶⁾ che ancora non hanno accesso all'energia elettrica.

Enel è impegnata a garantire l'accesso all'energia al maggior numero possibile di persone, sia utilizzando strumenti tradizionali (connessioni alla rete di distribuzione elettrica) sia sviluppando soluzioni off-grid, e ciò ha permesso di **connettere nel 2023 circa 583.000 persone in aree rurali e suburbane.**

La responsabilità primaria di garantire l'accesso sicuro ed economico ai servizi energetici di base è certamente dei governi, ma anche il settore elettrico è chiamato a fornire un contributo tangibile nel promuovere uno sviluppo socioeconomico sostenibile.

Enel lavora insieme a governi e istituzioni locali per **contrastare la povertà energetica** e facilitare l'accesso all'energia ai clienti in condizioni di vulnerabilità in tutti i Paesi in cui opera, attraverso iniziative specifiche per supportare la diffusione di soluzioni per l'efficienza energetica e il consumo responsabile, l'ammodernamento delle infrastrutture e la crescita delle fonti rinnovabili, in linea con il modello di business sostenibile e l'impegno a favore di una **transizione giusta.**

(6) Dato 2021.

A tal riguardo l'approccio di Enel si articola in due linee di azione:

Azioni proattive mirate ad anticipare situazioni critiche attraverso:

- nuove offerte che prevedono una rimodulazione dei prezzi e premiano la riduzione dei consumi;
- supporto ai clienti vulnerabili nell'accesso ai benefici a essi dedicati;
- iniziative volte a diffondere consigli pratici per la riduzione dei consumi ecc.

Azioni reattive al manifestarsi di situazioni critiche con interventi ad hoc:

- sospensione/dilazione dei pagamenti;
- accesso a bonus o crediti d'imposta per i clienti in difficoltà economiche o colpiti da disastri naturali.

In Spagna, per esempio, tramite accordi con 7 Comunità autonome, 2 associazioni di Comuni e la Croce Rossa, Enel si avvale della collaborazione dei servizi sociali per fornire supporto a persone in condizioni di vulnerabilità. Quando i servizi sociali individuano una situazione di bisogno, Enel blocca i processi di riscossione e le possibili disconnessioni

dovute a mancati pagamenti fino a quando non vengono erogati gli aiuti necessari a prevenire tali disconnessioni; Enel agevola inoltre l'adozione di piani e dilazioni di pagamento che consentono di pagare le fatture entro 24 mesi. Simili iniziative sono state portate avanti anche in Portogallo.

In altri Paesi, invece, l'impegno di Enel nel favorire l'accesso all'energia non comporta solamente la fornitura di energia elettrica, ma anche la possibilità di fornire tecnologie innovative e pulite alla popolazione, al fine di produrre energia con ridotto impatto sull'ambiente. Per esempio, in America Latina nel 2023 sono entrati in esercizio circa 2.308 MW da fonti rinnovabili, portando a circa 22.665 MW la capacità rinnovabile complessiva; in Africa, Enel Green Power è attualmente il principale operatore privato nel settore delle rinnovabili in termini di capacità installata (circa 2.100 MW in esercizio) con una presenza in diversi Paesi; in Asia, il Gruppo è presente in India attraverso la sua controllata EGP India, una delle principali società di energia rinnovabile del Paese, che possiede e gestisce 340 MW di capacità eolica e 420 di capacità solare, producendo circa 1.382 GWh all'anno in Gujarat e Maharashtra.



PROGRAMA DE RECAMBIO IN CILE

UN'INIZIATIVA PER RIDURRE
L'IMPRONTA CLIMATICA DELLE
FAMIGLIE CILENE SOSTITUENDO
E RICICLANDO VECCHIE STUFE
A LEGNA



"Programa de Recambio" è un'iniziativa nazionale gestita e finanziata dal Ministero dell'Ambiente⁽⁷⁾ del Cile che prevede la sostituzione gratuita delle stufe a legna per ridurre l'inquinamento locale, migliorando la salute e la qualità della vita delle comunità. A supporto di questa iniziativa, dal 2017, Enel ha permesso a più di 21.000 famiglie di sostituire il proprio riscaldamento a stufa con un climatizzatore a pompa di calore ad alta efficienza energetica, sicuro e sostenibile.

Nel corso del 2023, Enel ha installato oltre 5.000 nuovi climatizzatori, sostituendo più di 21.500 stufe ed evitando l'emissione di oltre 50.000 tonnellate di CO₂ dall'inizio del programma⁽⁸⁾. Attraverso il recupero delle stufe dismesse, il programma ha permesso inoltre di riciclare più di 1.900 tonnellate di rifiuti, che sono utilizzati, seguendo una logica di economia circolare, per produrre barre di acciaio destinate al settore edile.

(7) L'iniziativa fa parte del PCE (Programma di Compensazione delle Emissioni), uno strumento giuridico obbligatorio di compensazione delle emissioni per aziende previsto e finanziato dal Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica, in cui Enel X è stato scelto come fornitore per lo sviluppo del programma.

(8) Dato calcolato come somma del risparmio generato in un anno dalle pompe di calore installate dal 2017 al 2023.

La governance di Enel per promuovere l'accesso all'energia

L'impegno di Enel a garantire l'accesso all'energia viene confermato anche dal Piano Strategico 2024-2026 attraverso la definizione di specifici obiettivi, tra cui crescita delle fonti rinnovabili, sviluppo di prodotti e servizi sostenibili e circolari. In maniera sinergica rispetto al Piano Strategico, Enel definisce gli obiettivi e gli impegni del Piano di Sostenibilità, che contribuiscono al raggiungimento dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. Gli obiettivi del Piano di Sostenibilità vengono sottoposti all'analisi e al monitoraggio periodico da parte del Consiglio di Amministrazione, tramite il Comitato per la Corporate Go-

vernance e la Sostenibilità (si veda la Relazione sul governo societario, disponibile sul sito www.enel.com). Il Gruppo è impegnato nella realizzazione di tali obiettivi strategici, contribuendo a supportare la sfida globale di garantire l'accesso all'energia. A supporto degli obiettivi strategici, ciascun Paese ha il compito di gestire le relazioni con organismi istituzionali, autorità regolatorie, nazionali, regionali, locali e associazioni per promuovere lo sviluppo di soluzioni di accesso all'energia secondo le diverse necessità e attraverso le attività di innovazione.

