

**AMPS SpA**

**Evoluzione del business del gas**

**Ing. Giovanni ALIBONI**

**Direttore Generale**

Milano, 18 marzo 2002

# Confronto fra Multiutility

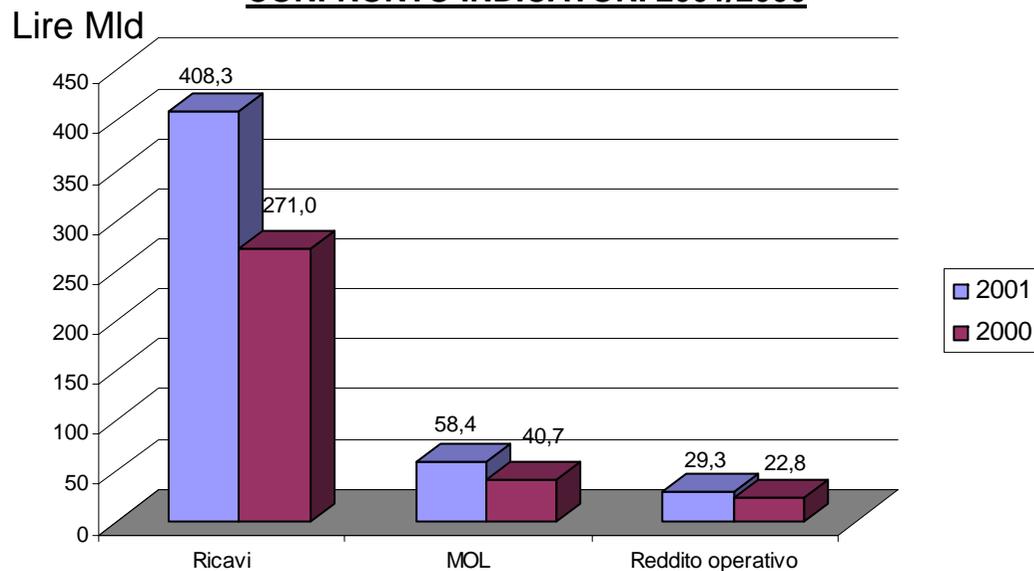
## AMPS è una Multiutility fra le più integrate nel panorama italiano

	<b>AMPS</b>	AEM (MI)	AEMTO	AMGA (GE)	AGSM (VR)	SEABO (BO)	ASM (BS)	AMGA (UD)	AMG (GO)	AGAC (RE)	ACEGAS (TS)	ACEA (RM)
■ Ciclo Acqua												
– Captaz./Distr.	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X
– Fognatura/Dep.	X			X	X	X	X	X	X	X	X	(X)
■ Distr. Gas	X	X	(X)	X	X	X	X	X	X	X	X	
■ Elettricità												
– Produzione	X	X	X	(X)	X	(X)	X		(X)		(X)	X
– Distribuzione	X	X	X		X		X		X		X	X
■ Ciclo rifiuti												
– Raccolta/Spazz.	X				(X)	X	X		X	X		
– Smaltimento	X			X			X		X			
■ Trasporti pubblici		X						X	X		X	X
■ Telecomunicazioni	X	X	(X)	X	X		X			X	X	X
■ Gestione calore	X	X	X		X		X	X	X		X	X
■ Illum. Pubblica	X	X	X		X		X	X	X		X	X
■ Semafori	X	X	X		X					X	X	X
■ Servizi funerari e cimiteriali											X	

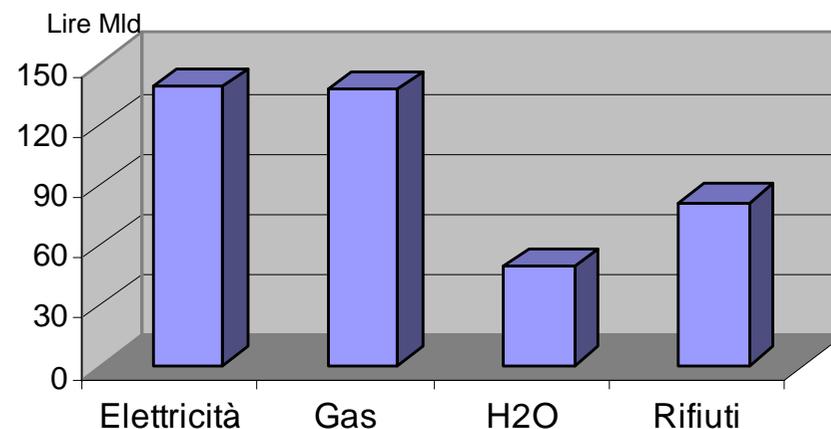
# AMPS snapshot

**AMPS è cresciuta rispetto al 2000 attraverso l'acquisizione completa della rete elettrica su Parma e l'ingresso sul mercato libero del gas. Realizza il 75% del suo MOL con elettricità e gas**

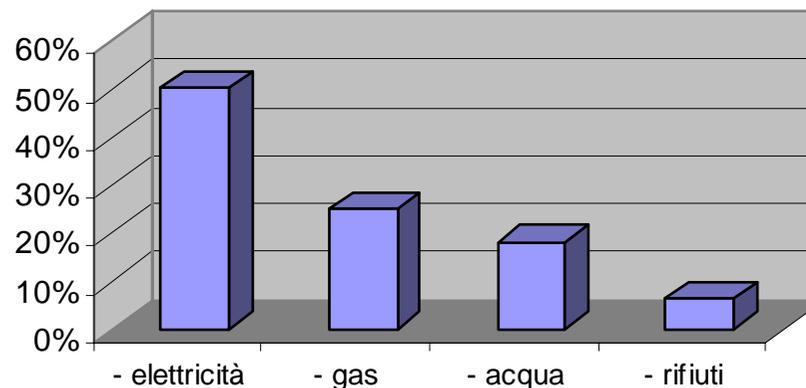
**CONFRONTO INDICATORI 2001/2000**



**FATTURATO PER BUSINESS, 2001**



**INCIDENZA MOL X BUSINESS, 2001**

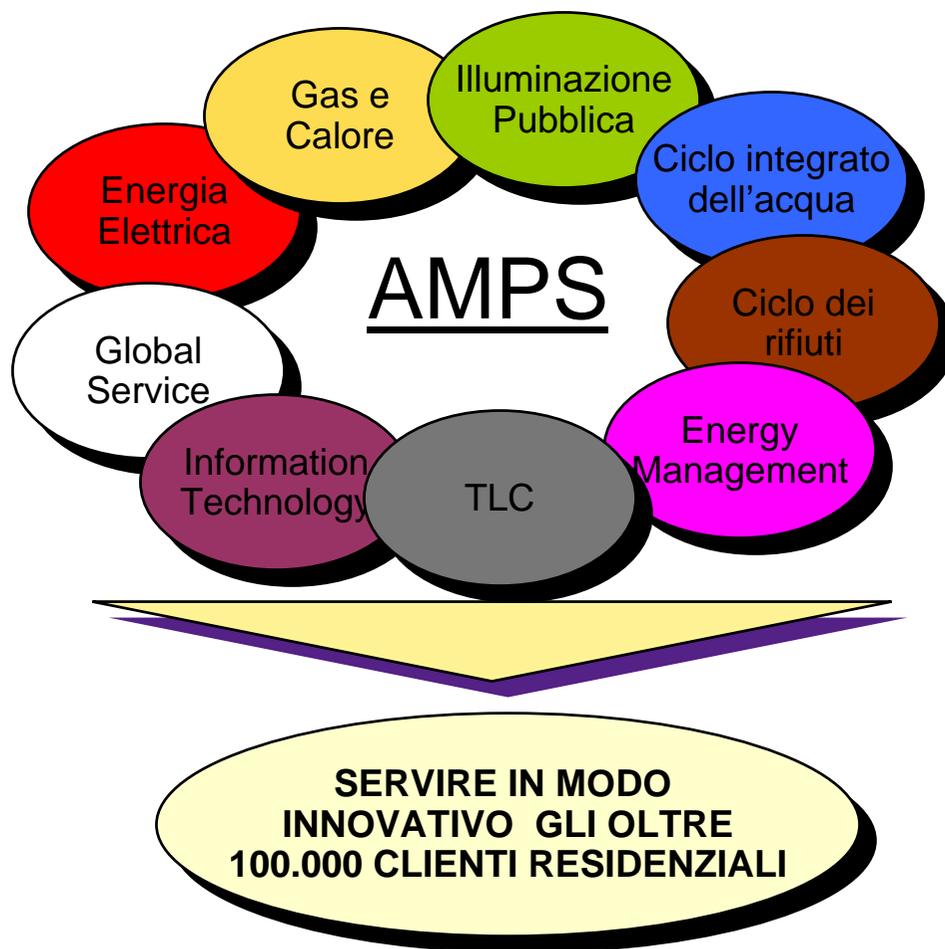


## AMPS e il suo percorso strategico

---

---

**AMPS si muove lungo filoni strategici innovativi compatibili rispetto alla crescita di valore attesa**



# Mercato del gas

---

---

## Costo del GAS: il “vecchio” contratto Snam-Confindustria

- I prezzi vengono definiti da SNAM in base ad accordi a livello nazionale;
- I prezzi sono indifferenziati per i clienti allacciati direttamente alla rete di SNAM e i clienti allacciati alla rete del distributore locale (clienti virtuali)
- Il contratto prevede un prezzo finale comprensivo di tutti i costi della filiera:
  - costo di approvvigionamento all'ingrosso della materia prima ( $Q_e$ );
  - costi di commercializzazione all'ingrosso ai clienti finali;
  - costo di stoccaggio minerario, strategico e modulazione;
  - costo di trasporto nazionale, regionale e dispacciamento;
  - costo di utilizzo dei terminali di gas naturale liquefatto;
  - tariffa di distribuzione /trasporto locale;
  - costi per la vendita al dettaglio.

# Mercato del gas

## Delibera n. 311/01: separazione contabile e amministrativa settore GAS



### •Attività di distribuzione del gas naturale:

- trasporto locale
- affidamento dagli enti locali
- non comprende la misura?

### •Attività di vendita del gas naturale:

- approvvigionamento gas in Italia
- marketing operativo
- Gestione commerciale e bollettazione?

### Decreto Legislativo n.164 del 23/05/2000

- entro il 31/12/2002 i Comuni con gestione in economia dovranno mettere a gara il servizio di distribuzione gas
- dal 1/1/2003 tutte le aziende di distribuzione debbono costituire specifiche società di vendita
- il gruppo ENI opera nel settore gas con specifiche società: Snam per la commercializzazione e Snam Rete gas per il trasporto e il dispacciamento e Stogit per lo stoccaggio e la modulazione, AGIP per la produzione.

# Mercato del gas

## Costo del GAS: “la disintegrazione” della catena del valore



### •Costo dello stoccaggio (delibera AEEG 26/02):

- spazio impegnato ( /GJ/anno);
- iniezione ( /GJ/mese);
- erogazione (portata massima giornaliera impegnata)

### •Costo del trasporto (delibera AEEG 193/01):

- corrispettivo di trasporto ( /GJ);
- corrispettivo di capacità in entry ed exit di rete nazionale ( /Smc/g);
- corrispettivo di capacità di rete regionale ( /Smc/g);
- corrispettivo fisso ( /punto di consegna);

### •Costo del trasporto locale (delibera AEEG 237/00):

- corrispettivo fisso ( /punto di riconsegna);
- corrispettivo variabile ( /GJ).

# Mercato del gas

---

---

## Modelli di Business

### • **Intermediazione**

- clienti sono gli altri operatori
- margine dipende dalla capacità di intercettare esigenze asimmetriche di venditori e compratori
- concorrenza nell'approvvigionamento
- specializzazione spinta

### • **Gestione Infrastrutture**

- margini certi ma in diminuzione
- remunerazione non dipende dai volumi
- competizione nelle gare per affidamento

### • **Commercializzazione**

- cliente è il consumatore finale
- concorrenza sul prezzo e sulla qualità
- margini incerti e funzione dei volumi
- volatilità

### • **Servizi**

- clienti sono potenzialmente tutti gli operatori della filiera
- concorrenza sulla qualità del servizio rispetto alla vendita della sola commodity
- margini bassi ma in aumento

# Mercato del gas

---

---

## Fattori di successo

### • Intermediazione

- accesso alle fonti
- integrazione a valle con grandi clienti industriali e distributori
- convergenza con energia elettrica
- vendita servizi a valore aggiunto (es risk management)

### • Gestione Infrastrutture

- capacità di ridurre i costi
- economie di scopo e scaqlla con altre infrastrutture
- interpretazione delle esigenze del territorio
- integrazione con altri operatori e partner strategici

### • Commercializzazione

- prezzi approvvigionamento
- fidelizzazione clienti
- segmentazione della domanda e marketing
- economie di scopo con altre attività dirette al cliente finale

### • Servizi

- accesso tecnologie It
- elevata specializzazione
- partnership con venditori