

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

DATA	RUBRICA	SETTORE	TITOLO
24 marzo 2020	90/2020/R/gas	Gas	Ottemperanza alla sentenza del TAR Lombardia n. 38/2020, di annullamento parziale della deliberazione dell'Autorità 32/2019/R/gas – Orientamenti relativi alla rideterminazione dell'elemento UG2k applicato ai clienti finali
1° aprile 2020	112/2020/R/eel	Elettricità	Orientamenti per la regolazione delle partite economiche relative all'energia elettrica oggetto di autoconsumo collettivo o di condivisione nell'ambito di comunità di energia rinnovabile
19 maggio 2020	170/2020/R/gas	Gas	Accesso al servizio di rigassificazione per periodi superiori all'anno termico
21 maggio 2020	178/2020/R/eel	Elettricità	Sistemi di <i>smart metering</i> di seconda generazione (2G) per la misura di energia elettrica in bassa tensione – Modifiche transitorie alla regolazione per effetto dell'emergenza Covid-19 e delle misure di contrasto alla diffusione dell'epidemia
26 maggio 2020	187/2020/R/idr	Idrico	Orientamenti per l'adozione di misure urgenti nel servizio idrico integrato, alla luce dell'emergenza da Covid-19
26 maggio 2020	189/2020/R/rif	Rifiuti	Orientamenti per la copertura dei costi efficienti di esercizio e di investimento del servizio integrato dei rifiuti per il periodo 2018-2021 tenuto conto dell'emergenza epidemiologica da Covid-19
28 maggio 2020	191/2020/R/eel	Elettricità	Sessione suppletiva per la presentazione della dichiarazione annuale da parte delle imprese "energivore" e modalità di contribuzione delle medesime imprese ai costi amministrativi sostenuti per la gestione del meccanismo delle agevolazioni. Integrazione alla deliberazione dell'Autorità 9 21/2017/R/eel
28 maggio 2020	193/2020/R/com	Elettricità/Gas	Evoluzione delle disposizioni di cui alle deliberazioni dell'Autorità 116/2020/R/com, 149/2020/R/com e 192/2020/R/com adottate per via dell'emergenza Covid-19
3 giugno 2020	201/2020/R/eel	Elettricità	Orientamenti relativi alla partecipazione dei veicoli elettrici al mercato per il servizio di dispacciamento, per il tramite delle infrastrutture di ricarica dotate di tecnologia <i>vehicle to grid</i>
9 giugno 2020	204/2020/R/com	Elettricità/Gas	Orientamenti in materia di riconoscimento automatico agli aventi diritto dei bonus sociali nazionali (decreto legge n. 124/2019)
9 giugno 2020	209/2020/R/eel	Elettricità	Interventi per il perfezionamento della disciplina delle perdite di rete per il triennio 2019-2021
9 giugno 2020	211/2020/R/eel	Elettricità	Interventi regolatori per l'implementazione nazionale del regolamento (UE) 2196/2017 in materia di emergenza e ripristino del sistema elettrico
16 giugno 2020	220/2020/R/eel	Elettricità	Servizio a tutele graduali per le piccole imprese del settore dell'energia elettrica di cui all'art. 1, comma 60 della legge n. 124/2017
21 luglio 2020	279/2020/R/eel	Elettricità	Regolazione individuale delle micro-interruzioni per i clienti finali della Rete di trasmissione nazionale
28 luglio 2020	297/2020/R/eel	Elettricità	Servizio di salvaguardia dell'energia elettrica. Orientamenti per la revisione delle procedure concorsuali per l'assegnazione del servizio e della regolazione del medesimo
4 agosto 2020	312/2020/R/gas	Gas	Criteri di incentivazione delle aggregazioni tra imprese di distribuzione del gas naturale – Orientamenti finali
4 agosto 2020	313/2020/R/com	Elettricità/Gas	Misure straordinarie in materia di regolazione <i>output-based</i> dei servizi di distribuzione dell'energia elettrica e del gas in relazione all'emergenza epidemiologica Covid-19
4 agosto 2020	325/2020/R/eel	Elettricità	Sistemi di <i>smart metering</i> di seconda generazione (2G) per la misura di energia elettrica in bassa tensione – Linee guida per le proposte di Piano di messa in servizio in relazione ad aspetti di tutela del cliente finale e della concorrenza
8 settembre 2020	330/2020/R/com	Elettricità/Gas	Misure per l'attuazione delle disposizioni della legge 205/2017 in materia di prescrizione biennale in relazione al <i>settlement</i> elettrico e gas
8 settembre 2020	331/2020/R/tr	Telecalore	Regolazione della misura dei servizi di teleriscaldamento e teleraffrescamento. Orientamenti finali
15 settembre 2020	335/2020/R/eel	Elettricità	Misure straordinarie in materia di regolazione infrastrutturale del servizio di trasmissione dell'energia elettrica in relazione all'emergenza epidemiologica Covid-19
15 settembre 2020	336/2020/R/eel	Elettricità	Aggiornamento dei criteri per la remunerazione dei costi dei titolari di porzioni della rete di trasmissione nazionale

(segue)

CAPITOLO 11

DATA	RUBRICA	SETTORE	TITOLO
6 ottobre 2020	360/2020/R/eel	Elettricità	Sistemi di <i>smart metering</i> di seconda generazione (2G) per la misura di energia elettrica in bassa tensione. Disposizioni per le imprese distributrici che servono fino a 100.000 punti di prelievo
6 ottobre 2020	361/2020/R/eel	Elettricità	Orientamenti per l'implementazione della regolazione dello scambio dati tra Tema S.p.A., le imprese distributrici e i <i>"significant grid user"</i> ai fini dell'esercizio in sicurezza del sistema elettrico nazionale
3 novembre 2020	437/2020/R/gas	Gas	Revisione dei criteri di riconoscimento del gas non contabilizzato (GNC) sulle reti di trasporto
3 novembre 2020	445/2020/R/eel	Elettricità	Meccanismo per il riconoscimento dell'eventuale mancato incasso delle componenti tariffarie a copertura degli oneri generali di sistema. Orientamenti finali
17 novembre 2020	464/2020/R/eel	Elettricità	Riconoscimento degli oneri nucleari per il terzo periodo regolatorio
17 novembre 2020	475/2020/R/eel	Elettricità	Ulteriori interventi regolatori per l'implementazione nazionale del regolamento (UE) 2196/2017 in materia di emergenza e ripristino del sistema elettrico
15 dicembre 2020	545/2020/R/gas	Gas	Criteri per le dismissioni di misuratori tradizionali sostituiti con <i>smart meter</i> e determinazione dell'importo a recupero dei mancati ammortamenti sui misuratori di classe G4/G6
22 dicembre 2020	561/2020/A	Adempimenti anticorruzione e trasparenza	Piano triennale per la prevenzione della corruzione e della trasparenza 2021-2023
22 dicembre 2020	586/2020/R/eel	Elettricità	Completamento del processo di voltura contrattuale nel settore elettrico: voltura con cambio fornitore

Fonte: ARERA.

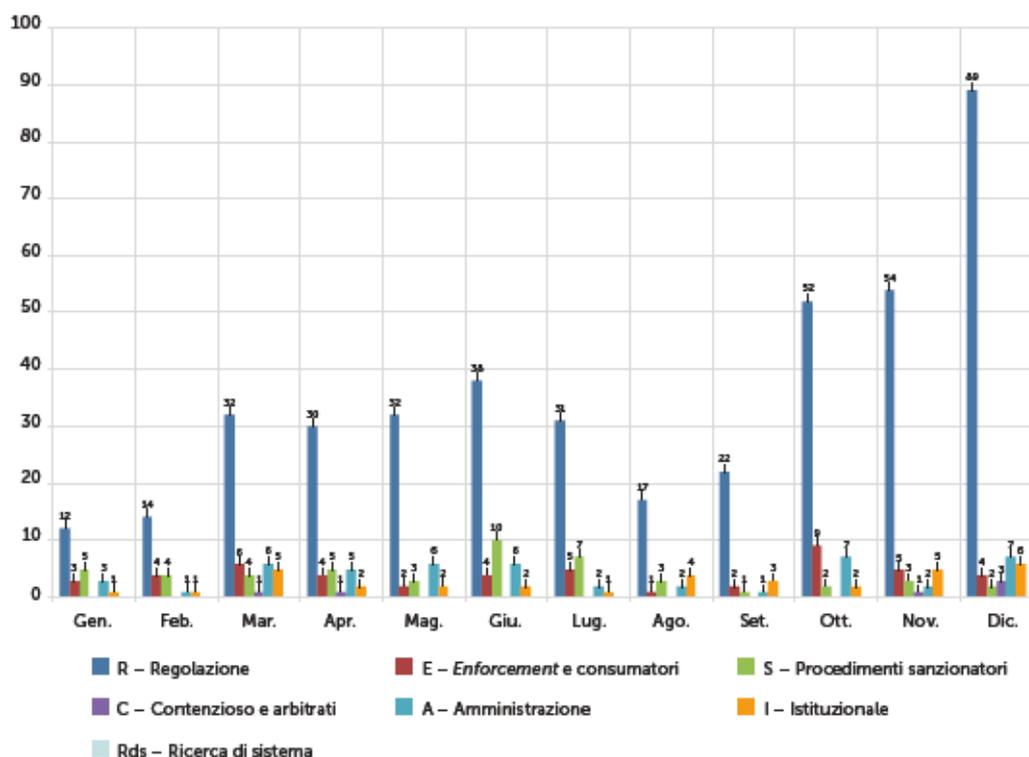
Provvedimenti adottati

I provvedimenti adottati dal Collegio dell'Autorità nel corso del 2020 sono stati complessivamente 609; tra questi è possibile annoverare delibere, documenti per la consultazione, memorie, pareri, rapporti, relazioni e segnalazioni.

La figura 11.1 mostra l'andamento della produzione provvedimentoale nel corso dell'anno in esame; si registra una media mensile pari a circa 50 provvedimenti, con picchi significativi nei mesi di giugno, ottobre, novembre e dicembre (rispettivamente 60, 72, 70 e 111 provvedimenti).

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

FIG. 11.1 Andamento dei provvedimenti adottati dall'Autorità nel 2020



Fonte: ARERA.

Di seguito si fornisce una rappresentazione più analitica della produzione provvedimento mensile dell'Autorità per l'anno 2020 (Tav. 11.2).

TAV. 11.2 Andamento mensile della produzione provvedimento per l'anno 2020

MACRO-AREE	GEN.	FEB.	MAR.	APR.	MAG.	GIU.	LUG.	AGO.	SET.	OTT.	NOV.	DIC.	TOT.	%
R - Regolazione	12	14	32	30	32	38	31	17	22	52	54	89	423	69,46%
E - Enforcement e consumatori	3	4	6	4	2	4	5	1	2	9	5	4	49	8,05%
S - Procedimenti sanzionatori	5	4	4	5	3	10	7	3	1	2	3	2	49	8,05%
C - Contenzioso e arbitrati	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	3	6	0,99%
A - Amministrazione	3	1	6	5	6	6	2	2	1	7	2	7	48	7,88%
I - Istituzionale	1	1	5	2	2	2	1	4	3	2	5	6	34	5,58%
Rds - Ricerca di sistema	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00%
TOTALE	24	24	54	47	45	60	46	27	29	72	70	111	609	100,00%

Fonte: ARERA.

CAPITOLO 11

Le macro-aree più rilevanti in termini numerici sono quella relativa alla "Regolazione" (cui sono riconducibili 423 atti, ovvero circa il 69,5% del totale degli atti adottati dall'Autorità nel corso del 2020) e, a seguire, quella riguardante le attività di "Enforcement e consumatori" (con 49 atti, pari all'8% della produzione provvedimentoale del 2020), quella afferente ai "Procedimenti sanzionatori" (con 49 atti, ovvero circa l'8% del totale), quella riconducibile all'attività di "Amministrazione" (con 48 atti, pari al 7,8%) e la macro-area relativa ai provvedimenti riconducibili all'attività "Istituzionale" (con 34 atti, pari a circa il 5,6% del totale). In via residuale, si pongono i provvedimenti riconducibili all'attività di "Contenzioso e arbitrati", che sono stati in numero di 6 nel 2020.

Di seguito si propone una rappresentazione che mostra un confronto tra i provvedimenti adottati dall'Autorità nel 2019 e quelli adottati nel 2020, suddivisi per macro-aree di intervento.

TAV. 11.3 *Provvedimenti dell'Autorità adottati negli anni 2019 e 2020, suddivisi per macro-aree di intervento*

TIPOLOGIA	2019		2020	
	NUMERO	QUOTA %	NUMERO	QUOTA %
R – Regolazione	380	65,52%	423	69,46%
E – Enforcement e consumatori	54	9,31%	49	8,05%
S – Procedimenti sanzionatori	49	8,45%	49	8,05%
I – Istituzionale	37	6,38%	34	5,58%
C – Contenzioso e arbitrati	15	2,59%	6	0,99%
A – Amministrazione	44	7,59%	48	7,88%
Rds – Ricerca di sistema	1	0,17%	0	0,00%
TOTALE	580	100,00%	609	100,00%

Fonte: ARERA

Più in dettaglio, per quanto concerne gli atti di "Regolazione" – rimandando alle relazioni delle singole Direzioni tecniche per l'individuazione delle materie di maggior interesse sulle quali si è intervenuti –, in termini statistici si segnala un aumento dell'attività provvedimentoale (423 atti nel 2020 rispetto ai 380 dell'anno precedente), il che conferma la centralità dell'attività di regolazione nell'ambito delle funzioni esercitate dall'Autorità.

In particolare, quanto all'ambito più generale dell'energia, sono stati adottati 202 provvedimenti di regolazione nel settore dell'energia elettrica, 114 provvedimenti nel settore del gas, 35 provvedimenti intersettoriali, 7 provvedimenti sui temi dell'efficienza energetica e delle fonti rinnovabili.

Quanto all'area ambiente, nel 2020 sono stati assunti 27 provvedimenti di regolazione del sistema idrico integrato, 26 provvedimenti per il settore dei rifiuti e 12 provvedimenti per il settore del telecalore.

Costante è il dato relativo ai provvedimenti adottati a conclusione dei procedimenti sanzionatori avviati dall'Autorità. Analogamente, i dati relativi alle categorie "Enforcement e consumatori" e "Istituzionale", nonché a quella "Amministrazione", appaiono nel 2020 sostanzialmente allineati rispetto ai valori osservati nel 2019. In riduzione, invece, da 15 atti nel 2019 a 6 atti nel 2020, il numero di provvedimenti riconducibili alla macro-area "Contenzioso e arbitrati".

Per l'individuazione dei provvedimenti di maggiore interesse nei diversi ambiti, si rimanda ancora una volta alle relazioni delle Direzioni tecniche competenti.

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

Comunicazione

La rilevanza delle attività di comunicazione e di informazione, con particolare riferimento alla trasparenza e alla concorrenzialità dei servizi, viene espressamente riconosciuta nella legge istitutiva dell'Autorità (legge 14 novembre 1995, n. 481, recante "Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità"), che all'art. 2, comma 12, lettere l) e ll), riporta testualmente: "ciascuna Autorità ... l) assicura la più ampia pubblicità delle condizioni dei servizi; ... presenta annualmente al Parlamento e al Presidente del Consiglio dei ministri una relazione sullo stato dei servizi e sull'attività svolta; ... ll) pubblicizza e diffonde la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi al fine di garantire la massima trasparenza, la concorrenzialità dell'offerta e la possibilità di migliori scelte da parte degli utenti intermedi o finali".

Sulla base del Regolamento di organizzazione e funzionamento e nuovo assetto organizzativo dell'Autorità, approvato con la delibera 2 febbraio 2018, 57/2018/A, le funzioni assegnate alla Direzione Comunicazione Specialistica e *Mass Media* (DCSM) sono così riassumibili:

- curare la gestione e lo sviluppo del sito internet istituzionale e della intranet dell'Autorità;
- assicurare l'attività di comunicazione specialistica, anche tramite la predisposizione e la divulgazione, nelle diverse forme, di contributi specialistici sulle iniziative dell'Autorità, da utilizzarsi anche per stampa e *mass media*, al fine di garantire tempestiva e diffusa conoscenza degli obiettivi, dei contenuti e della *ratio* delle azioni dell'Autorità;
- curare l'immagine esterna, l'organizzazione di manifestazioni ed eventi dell'Autorità e monitorare quelli esterni, coordinando la partecipazione della struttura;
- coordinare la predisposizione della *Relazione Annuale*, con il supporto delle altre Unità organizzative;
- coadiuvare le Direzioni competenti nell'approntamento delle schede tecniche semplificate sui provvedimenti;
- curare l'informazione chiara, trasparente e tempestiva dell'Autorità tramite gli organi di informazione specialistici e quelli rivolti al largo pubblico, oltre che attraverso campagne di comunicazione generaliste;
- assistere il Presidente e i Componenti del Collegio nei rapporti con la stampa e i *mass media*.

La definizione degli obiettivi di comunicazione, inoltre, prende spunto in via principale dal Quadro strategico 2019-2021 dell'Autorità. Le attività di comunicazione e informazione sono, infatti, giudicate essenziali e trasversali al raggiungimento di alcuni obiettivi strategici (OS) fissati dal Collegio.

È questo uno dei motivi per i quali la DCSM ha predisposto un Piano di comunicazione biennale, nel quale sono stati fissati alcuni obiettivi di posizionamento nei confronti degli *stakeholder* e progettati strumenti di breve, medio e lungo periodo.

Il documento di Rendicontazione del Quadro strategico dimostra come alcune delle azioni di comunicazione si siano rivelate decisive per il raggiungimento degli obiettivi fissati dall'Autorità.

Oltre che da una serie di iniziative di informazione e comunicazione, legate al 25° anniversario dalla legge istitutiva, il Piano di comunicazione 2021 è stato chiaramente integrato da un documento legato all'emergenza da Covid-19. La pandemia, come si vedrà di seguito, ha comportato un ripensamento di molti strumenti di comunicazione tradizionalmente utilizzati.

CAPITOLO 11

Per le sue particolari caratteristiche funzionali, l'attività della DCSM, nella maggior parte dei casi, non può esprimersi attraverso la produzione documentale di delibere o documenti per la consultazione. La comunicazione attraversa tutti i settori di competenza dell'Autorità e mira a garantire una corretta informazione verso i *media* e verso gli *stakeholder* (con la redazione di comunicati stampa, note, schede informative ecc.), anche per mezzo di azioni informali, come il costante rapporto con i giornalisti, il supporto attraverso i *social media* e la produzione di materiali divulgativi, l'organizzazione diretta di eventi o la partecipazione a eventi esterni.

Tra gli eventi, particolare rilevanza meritano, per impegno di risorse e obiettivi, le audizioni pubbliche e la *Relazione Annuale*: le prime come momento di fondamentale importanza per l'azione regolatoria e per il confronto con gli *stakeholder*, la *Relazione Annuale* per l'alto rilievo istituzionale che richiede una pianificazione di comunicazione integrata, rinvenibile nei contenuti dei volumi, nell'ideazione e nella realizzazione di una sintesi, nella produzione editoriale, nell'organizzazione dell'evento, nella correttezza del cerimoniale e nella diffusione dei materiali giornalistici e destinati ai *social media*.

Nell'ultimo biennio sono state realizzate campagne di comunicazione centrate sulla diffusione della conoscenza degli strumenti che l'Autorità mette a disposizione dei consumatori per muoversi più consapevolmente nei mercati dell'energia (Sportello per il consumatore, Servizio conciliazione) ed è stata ideata e realizzata la campagna di comunicazione per promuovere la visibilità del Portale Offerte e del Portale Consumi. Le campagne di comunicazione sono state sempre affiancate da attività sui *social media*, differenziate per contenuti, target e messaggi, aumentando il grado di fidelizzazione degli utenti e il posizionamento del *brand* ARERA. La *social media strategy* prevede un'ulteriore accelerazione nel corso del 2021.

In collaborazione con la Rai e con l'obiettivo di sensibilizzare i consumatori sul funzionamento dell'Autorità e sull'importanza delle tematiche energetiche e ambientali, è stata realizzata per la prima volta una diretta televisiva della presentazione della *Relazione Annuale* 2020 al Governo e al Parlamento. La relazione del Presidente dell'Autorità è stata trasmessa integralmente dal TG2, con il commento in studio del Presidente del CNEL (Consiglio nazionale dell'economia e del lavoro), e rilanciata attraverso i *social network*, oltre che dagli organi di stampa.

Particolare attenzione è stata poi dedicata anche alla redazione e diffusione delle informazioni ai consumatori relative ai bonus sociali per la riduzione delle bollette per disagio economico e/o fisico, tramite il web, i *mass media* e i *social network*, con un'accelerazione ulteriore causata dall'avvio dell'introduzione dell'automatismo riconosciuto dalla legge per il loro ottenimento. A tal fine, l'Autorità ha agito su molteplici fronti, anche mediante l'interazione con le associazioni dei consumatori e le organizzazioni con finalità sociali. L'attività è stata accompagnata da progetti di informazione ai cittadini in condizioni di disagio, utilizzando sia testate giornalistiche generaliste e canali radiotelevisivi, sia strumenti mirati, come testate giornalistiche cattoliche, periodici delle associazioni non profit o delle associazioni che si occupano di disabilità. Con un formato da istruzioni per l'uso, sono stati realizzati messaggi per i *social media* e schede per le testate online. La campagna informativa accompagnerà gli ulteriori provvedimenti regolatori sul tema che verranno adottati.

In relazione alla progressiva rimozione della tutela di prezzo (mercato tutelato), partita dal 1° gennaio 2021 per le piccole imprese connesse in bassa tensione e per le micro-imprese titolari di almeno un punto con potenza superiore a 15 kW, l'Autorità (con la delibera 24 novembre 2020, 491/2020/R/eel) ha introdotto il Servizio a tutele gradual, che prevede due fasi principali: una di assegnazione provvisoria, con termine 30 giugno 2021,

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

e una di assegnazione definitiva, a partire dal 1° luglio 2021. Per questo, a partire dal dicembre 2020 si è ritenuto utile informare e sensibilizzare i soli destinatari delle scadenze immediate e dei provvedimenti specifici di ARERA. Prima della scadenza del 1° gennaio 2021 (con la delibera 22 dicembre 2020, 584/2020/R/eel), oltre a prevedere un'informativa specifica che gli esercenti di maggior tutela devono inserire obbligatoriamente nelle bollette destinate ai soggetti coinvolti nella prima fase di assegnazione provvisoria al Servizio a tutele gradual, sono stati ideati, realizzati e condivisi con le principali associazioni di categoria e con l'Unione delle Camere di commercio, industria e artigianato materiali informativi e di comunicazione destinati a sensibilizzare (in modo selettivo) le piccole imprese e la quota di micro-imprese coinvolte dalla scadenza. In accordo con i responsabili per la comunicazione delle associazioni coinvolte, è stata condotta un'operazione di comunicazione integrata e multicanale. Nel dettaglio, tra il 10 e il 31 dicembre 2020, oltre alla predisposizione di specifiche pagine web sul sito istituzionale dell'Autorità, dedicate alla "Fine tutela" e al "Servizio a tutele gradual", sono state attivate collaborazioni con i seguenti soggetti: Unioncamere, Confcommercio, CNA, Confartigianato, Casartigiani, Confesercenti, Coldiretti, Confcooperative, Confindustria, Confapi e Confagricoltura. Per le associazioni di imprese, ARERA ha realizzato materiali di comunicazione personalizzati con i diversi loghi, producendo dei *format* grafici e di testo per un'operazione di comunicazione coordinata su tutto il territorio e su tutte le categorie di imprese. Sono stati predisposti i seguenti materiali: *brochure*, locandine, *banner* per i siti, *card* per i *social network* e articoli per la diffusione attraverso le *newsletter*. Già nel periodo compreso tra il 25 dicembre 2020 e l'8 gennaio 2021 sono state registrate circa 200 uscite tra web e *social*, per lo più concentrate su siti di informazione (*magazine*, *newspaper*, *news online*), pubblicazioni sui siti e sulle *newsletter* delle stesse associazioni e delle Camere di commercio territoriali, oltre ad articoli nazionali sulla stampa specializzata. È programmata anche l'uscita di uno specifico articolo su "PLUS!", periodico del Ministero dello sviluppo economico.

Come per tutta l'azione regolatoria e per gli specifici provvedimenti dell'Autorità di applicazione del Metodo tariffario rifiuti, anche buona parte della comunicazione prevista per il 2020 in materia di rifiuti ha subito uno slittamento causato dai provvedimenti nazionali legati all'epidemia di Covid-19. L'attività si è svolta prevalentemente attraverso l'organizzazione di *webinar* e le uscite stampa. La ripresa delle azioni regolari (come previsto da uno specifico progetto di comunicazione dedicato ai rifiuti) è vincolata anche alla piena ed effettiva applicazione dell'MTR da parte dei comuni.

Nell'anno 2020 la DCSM ha basato buona parte del proprio lavoro sul tema della trasparenza, della valorizzazione delle migliori pratiche e della promozione di un rapporto costante con gli *stakeholder*.

Convegni, seminari, *workshop*, tavoli di lavoro, incontri con gli *stakeholder*, nonché le audizioni periodiche e la presentazione della *Relazione Annuale* dell'Autorità alle due Camere parlamentari e al Governo, sono stati il centro di un'attività di organizzazione di eventi che ha scandito il biennio 2019-2020. In queste occasioni, la Direzione Comunicazione gestisce gli aspetti promozionali, organizzativi, logistici e di diffusione dei contenuti, prestando attenzione al *format*, al cerimoniale e ai prodotti promozionali, editoriali e multimediali collegati. Gli eventi "in presenza" costituiscono il settore della comunicazione che in tutto il mondo ha subito un impatto maggiore dall'emergenza da Covid-19: non solo gli eventi fieristici, ma anche i convegni e i seminari hanno accusato una battuta d'arresto immediata e disorientante. L'annullamento degli appuntamenti programmati e il perdurare della pandemia hanno richiesto ovunque un rinnovato approccio alle tecniche relazionali, la digitalizzazione delle conferenze e una nuova calendarizzazione degli eventi, da integrare con un modo completamente diverso di svolgere il proprio lavoro ordinario. Anche in ARERA si è reso necessario uno sforzo immediato per il potenziamento degli strumenti digitali di comunicazione per supportare le nuove modalità di fruizione online.

CAPITOLO 11

Rimodulazione dei servizi richiesti ai fornitori, ripensamento delle formule, apprendimento rapido dei nuovi metodi e ridefinizione del calendario degli appuntamenti sono stati tra gli effetti più visibili del lavoro della DCSM.

L'ufficio stampa

Per quanto riguarda l'attività di ufficio stampa, appare evidente lo stravolgimento dei palinsesti e degli spazi giornalistici che, a seguito dell'insorgere dell'emergenza epidemiologica, ha modificato radicalmente equilibri consolidati a livello nazionale e globale. Da oltre un anno, infatti, i *media* di tutto il mondo sono concentrati sull'andamento dell'epidemia: dalle fasi iniziali, con la cronaca della diffusione del Covid-19, al racconto odierno del progredire della vaccinazione, l'emergenza pandemica continua ad avere priorità nell'informazione, mentre gli spazi dedicati a "tutto il resto" si sono compressi in maniera evidente. Il 2020 non è paragonabile con nessun anno ordinario precedente.

Questo non toglie che l'attività istituzionale dell'Autorità sia stata accompagnata da una costante azione dell'ufficio stampa, finalizzata a diffondere ai diversi *media*, in modo trasparente e dettagliato, l'attività di regolazione nei settori di competenza. Ciò ha comportato un'azione integrata tra i differenti canali offerti da un panorama della comunicazione sempre più ampio e differenziato. Da un lato, infatti, si è continuato a rivolgere grande attenzione verso gli strumenti più classici e tradizionali, come gli spazi delle testate cartacee, quotidiane e periodiche, della radio e della televisione, e quelli delle testate web, ancora di fondamentale importanza per gli ampi numeri di pubblico generalista raggiunti; dall'altro lato, però, l'ufficio stampa ha indirizzato una crescente attenzione ai *social media*, imprimendo un forte impulso a tutta la comunicazione online e sviluppando anche i canali *social* dell'Autorità (Twitter, LinkedIn, YouTube).

Da evidenziare, anche nel 2020, l'appuntamento fisso settimanale all'interno del programma di approfondimento di Radio 1, "Sportello Italia", con una rubrica *ad hoc* dedicata ai temi della regolazione, con la partecipazione di rappresentanti dell'Autorità. Un appuntamento, destinato ai consumatori, che si è affiancato alla consolidata presenza nella trasmissione "Mi manda Rai 3".

L'analisi stampa

La *media analysis* stampa per il 2020 (che ha raccolto gli articoli pubblicati sulla stampa cartacea nel periodo gennaio-dicembre 2020) si è basata sui 4.351 articoli che hanno citato l'Autorità, un numero in aumento del 20% rispetto al 2019. I riscontri valutati con *sentiment* positivo sono il 27%, con 1.163 articoli (in calo rispetto ai 1.663 del 2019), mentre sono in netto aumento quelli valutati come neutri (2.882, saliti al 66%), con il *sentiment* non negativo complessivo (positivi più neutri) che ha raggiunto il 93%, confermando il *trend* di crescita dell'anno precedente (88%).

Anche per ARERA, come detto in premessa, i numeri assoluti di pubblicazione e di lettura risentono significativamente della modifica degli spazi giornalistici indotta dall'emergenza da Covid-19.

La *readership* complessiva (dati di lettura delle singole testate rilevati attraverso indagini compiute dall'Audi-press), con 734 milioni di contatti, ha registrato un forte calo (del 26%) rispetto ai 993 milioni di contatti del

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

2019, tornando quindi agli stessi livelli del 2018. Con riferimento alla *readership*, poco più della metà dei contatti (61%) è stata rilevata dalle testate regionali locali e *free press*, il 33% dalla stampa nazionale, il 5% dalla stampa specializzata e di settore e l'1% dai periodici. Per quanto riguarda i settori di interesse dell'Autorità, l'attenzione dei giornalisti della carta stampata vede primeggiare l'elettrico (34% degli articoli), seguito dal settore ambientale (26%), da quello del gas (22%) e dal settore idrico (18%). Tra gli argomenti trasversali di maggiore visibilità, sono risultati nettamente prevalenti quelli legati a prezzi e tariffe, che hanno raggiunto circa la metà (53%) del totale; le tematiche legate al mercato hanno, invece, raggiunto il 39% di visibilità, mentre quelle riguardanti i diritti dei consumatori si sono fermate al 7%. Infine, l'argomento "Poteri e nomine" ha fatto registrare l'1% della visibilità complessiva. Tra gli strumenti di tutela ed *empowerment* del consumatore, la stampa ha trattato maggiormente il tema del bonus elettrico (26%) e, a seguire, quelli del bonus acqua (23%) e del bonus gas (20%). Buona rilevanza ha avuto anche il Servizio conciliazione (9%). Nel 2020, in termini quantitativi (numero di articoli), è la presenza sulle testate regionali a distribuzione gratuita (*free press*) a fare registrare il maggiore spazio dedicato all'Autorità, con 2.274 articoli, pari al 52% del totale; segue la stampa specializzata con il 39% (1.681 articoli). Gli articoli dei quotidiani nazionali sono stati 389 (l'8%, mentre erano il 13% l'anno precedente); calano, infine, gli articoli apparsi sui periodici, che, con 12 rilevazioni (28 nel 2019), rappresentano appena l'1% del totale.

Per quanto riguarda le testate web, secondo la *media analysis* 2020 (che ha raccolto gli articoli pubblicati sui principali siti online nel periodo gennaio-dicembre 2020) sono stati registrati 3.587 articoli che hanno citato l'Autorità. I siti che hanno ospitato le maggiori citazioni sono: Yahoo.it (106 articoli), IlMessaggero.it (90), Adnkronos.com (72), IlSole24ore.com (70), Affaritaliani.it (63), Sostariffe.it (56), Repubblica.it (52) e Finanza.Repubblica.it (48).

Per quanto riguarda la *readership* complessiva ottenuta sul web, gli utenti raggiunti sono 377.784.635.

L'analisi radio e televisione

La rivoluzione dei palinsesti di radio e TV a seguito dell'emergenza epidemiologica appare evidente anche nella *media analysis* 2020, che evidenzia una flessione (-10% rispetto al 2019) della presenza dell'Autorità sui canali radiotelevisivi. Sono, infatti, 225 le *clip* degli interventi in cui è stata citata direttamente l'Autorità (contro le 249 nel 2019), 145 delle quali televisive. Per quanto riguarda il *sentiment* complessivo del 2020, cioè la percezione dell'intervento, il 43% delle citazioni televisive è risultato positivo (l'anno precedente era il 53%), il 37% è risultato neutro e il *sentiment* non negativo complessivo (positivi più neutri) si è attestato all'80% (78% l'anno precedente). Nell'insieme, gli ascoltatori raggiunti attraverso gli spazi televisivi (*coverage* complessiva) sono stati poco più di 113 milioni, in leggero aumento rispetto ai 111 milioni del 2019. La *media analysis* conferma il maggiore spazio riservato all'Autorità sulle reti del servizio pubblico Rai (il 73% del totale) rispetto alle altre reti private, con la prevalenza di Rai 3 (40%) e Rai 1 (15%), seguite da Canale 5 (11%) e da Rai 2 (8%). Per quanto riguarda la radio (80 *clip* di interventi totali) sono Rai-Radio 1 e Radio 24 ad aver citato più spesso l'Autorità. In relazione alla tipologia degli spazi, l'Autorità in televisione risulta presente soprattutto nei servizi dei telegiornali (60% delle citazioni totali), a seguire nei cosiddetti "contenitori" (37% delle citazioni totali) e, infine, nelle rubriche (1%). Al contrario, per la radio le rubriche (56%) prevalgono sui servizi dei notiziari (23%) e i "contenitori" (21%). L'analisi delle tematiche più trattate evidenzia come gli argomenti legati a prezzi e tariffe risultino i più frequenti: il maggior numero di citazioni ha riguardato questa categoria rispetto alle tematiche del mercato, coprendo più della metà di tutti gli argomenti affrontati in televisione. Per quanto riguarda gli spazi radio, invece, si è verificata la situazione inversa, con le tematiche legate al mercato che sono risultate prevalenti. All'interno dei temi riguardanti i *consumer*, i più

CAPITOLO 11

visibili in televisione sono stati gli spazi dedicati ai bonus sociali acqua, luce e gas. Identica situazione per quanto riguarda i temi con più spazi radio, dove però c'è stata una buona rilevanza delle tematiche relative a Portale Offerte, Portale Consumi e Sportello per il consumatore.

I social media

Dopo la riorganizzazione del 2019, nel 2020 ARERA ha consolidato la propria presenza sui *social media*. Attraverso una *social media strategy* attentamente pianificata, sono stati definiti la strategia e gli strumenti per programmare e coordinare l'attività in modo strutturato e organizzato, raggiungendo un posizionamento coerente con quanto definito dalle linee di comunicazione e dal Quadro strategico, in particolare modo per rispondere alle necessità sorte con la diffusione del Covid-19. È stato adottato un piano editoriale e strategico differenziato in base alle piattaforme utilizzate, che anche nel 2020 ha prodotto circa 900 contenuti, in particolare focalizzati su: informazioni e servizi, attività e iniziative di ARERA, la regolazione, le norme, le novità in ambito energetico e ambientale, la risposta ai principali interrogativi della comunità in merito a temi di competenza dell'Autorità, la diffusione degli interventi e delle partecipazioni del *management*, le iniziative internazionali. La comunicazione digitale è stata investita delle necessità imposte dalla situazione emergenziale da Covid-19, ovvero il maggior utilizzo del web da parte degli italiani e l'urgenza di comunicare tempestivamente e diffusamente i provvedimenti dell'Autorità legati all'emergenza e adottati a tutela dei consumatori e per le imprese, contenenti misure di sostenibilità economico-finanziaria e semplificazione e deroga degli adempimenti.

Dopo l'elaborazione e la pubblicazione di una "*social media policy* esterna" che, improntandosi all'ascolto e al dialogo con la comunità, ha dichiarato gli intenti della comunicazione *social* di ARERA, le modalità con cui questa viene effettuata, le garanzie verso gli *user*, il necessario rispetto delle regole da parte della *community* e i tempi e modi di moderazione, nel 2020 è stata introdotta anche una "*social media policy* interna" dedicata a tutti i dipendenti e i collaboratori. Gli obiettivi sono: ricondurre alla Direzione Comunicazione l'unitarietà della "voce" ARERA all'esterno; prevenire e gestire al meglio la comunicazione di crisi; illustrare alcune linee guida e norme di comportamento tese a garantire la salvaguardia dell'ente e delle persone che ci lavorano, suggerendo ai dipendenti di osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso cui prestano servizio, in linea con il Codice etico e i patti di riservatezza sottoscritti al momento dell'assunzione; incoraggiare i dipendenti a seguire gli *account* ufficiali dell'Autorità e a condividere i contenuti diffusi dai canali *social*, allineando le informazioni dentro l'Autorità; aumentare lo spirito di appartenenza e incoraggiare i collaboratori a sentirsi *ambassador*, come suggeriscono le migliori pratiche nazionali e internazionali (*employee advocacy*).

Nel corso del 2020 sono stati potenziati in particolare gli *account* YouTube e Facebook. YouTube è la piattaforma più famosa e consultata per la pubblicazione di video, l'interazione e la condivisione. In passato utilizzato da ARERA come mero *repository* di pochi contenuti prettamente tecnici (per esempio convegni), il canale dell'Autorità è stato invece sottoposto a un forte intervento nel 2020, impiegando tutte le azioni organiche a disposizione: il *renaming* più facile e intuitivo (www.youtube.com/c/ARERAAutoritaRegolazioneEnergieeAmbiente), l'aggiornamento frequente e costante di tutti gli interventi, la creazione di *playlist* tematiche, la *search engine optimization*, la realizzazione e l'utilizzo dei *thumbnail*, miniature immediate e comprensive che spiegano agli *user* i contenuti del video ecc. In un anno gli iscritti sono aumentati del 158%, arrivando a 643 (erano 250 nel 2019); i video pubblicati sono stati 120 (contro 40 nel 2019), sono raddoppiate le visualizzazioni ed è triplicato il tempo di visualizzazione.

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

L'account Twitter @ARERA_it era stato utilizzato fino al 2018 solo per ridiramare delibere e comunicati durante gli orari d'ufficio e i giorni feriali. Nel 2020 è proseguita la nuova strategia inaugurata nel 2019 e finalizzata a fornire in maniera trasparente e tempestiva – cioè 7 giorni su 7 e lungo tutto l'arco dell'anno – informazioni sui servizi e sulle principali attività e iniziative dell'Autorità, raccontandole in modo *user friendly*, al fine di agevolare il dialogo con la comunità e migliorare la conoscenza del *brand* (circa 500 *tweet* e *retweet* complessivi prodotti). Nel 2020 i *follower* sono aumentati di circa il 6% (da 11.014 a 11.659). Inoltre, con la focalizzazione su target propri di Twitter, come i giornalisti e gli *opinion leader*, che spesso hanno ripreso e pubblicato contenuti diffusi anche solo sulla piattaforma, hanno beneficiato l'attività di ufficio stampa e il numero di uscite (si veda, in merito, il precedente punto "L'analisi stampa").

Dopo un anno dal lancio della pagina azienda di ARERA su LinkedIn (www.linkedin.com/company/arera) nel 2019, rivolta prevalentemente a professionisti, imprese, associazioni, istituzioni, enti e mondo accademico, nel 2020 è stata attivata la nuova pagina vetrina "ARERA for Balkans". L'obiettivo della pagina è promuovere le attività dell'Autorità nei Balcani e raggiungere destinatari italiani e stranieri presenti in diversi Paesi. Ciò ha consentito, da un lato, di beneficiare di una maggiore e più rapida visibilità e di una riconosciuta reputazione e credibilità sulla piattaforma, dall'altro, di mantenere distinti dalla pagina principale strategie, finalità e target. La pagina "ARERA for Balkans", già predisposta per ospitare questa e future iniziative che dovessero realizzarsi nell'area dei Balcani, sta consentendo di aggiornare costantemente tutti gli interessati sulle attività del progetto. Nella pagina azienda vengono, invece, pubblicati i video dei seminari, le principali delibere, determine e consultazioni, gli esiti delle riunioni del Collegio, gli appuntamenti e i convegni, bandi e avvisi, *report*, schede e approfondimenti dedicati, coinvolgendo anche il personale dell'Autorità nella proposizione di temi e condivisione dei *post*. L'insieme di queste attività (circa 189 *post* e condivisioni) ha fatto sì che i *follower* organici passassero in un anno e mezzo da zero ai 23.800 del 2020. Inoltre, l'interazione con i *follower* ha consentito di efficientare il lavoro degli uffici, rispondendo in tempo reale a commenti e richieste di chiarimento degli *stakeholder* (utenti, associazioni, aziende).

Maggiore attenzione è stata dedicata nel 2020 anche alla prima pagina Facebook di ARERA, dedicata al Portale Offerte (www.facebook.com/Ilportaleofferte), attivata nel 2019 in concomitanza con la relativa campagna pubblicitaria. La gestione della pagina, in un primo tempo svolta in collaborazione con l'Agenzia di comunicazione fornitrice, è stata completamente internalizzata nel corso dell'anno. L'incremento maggiore di *follower*, dopo la fase iniziale, è avvenuto proprio con la presa in carico interna della pagina e con l'introduzione di *card*, *copy* (slogan e forti chiamate per sollecitare l'interazione del pubblico) e *post* studiati dal *social media manager* dell'Autorità solo per questo particolare canale, con la produzione di contenuti attuali o anche "freddi", ma sempre di interesse. Sono stati così raggiunti nel 2020 i 2.751 *follower*, con un aumento di circa il 10% rispetto al 2019.

È stata, infine, attivata la collaborazione con PAsocial, la rete di *ambassador* della pubblica amministrazione più moderna, attraverso cui vengono diffuse e rilanciate ulteriormente le notizie e le attività dell'Autorità, consolidandone la reputazione e migliorando la *brand awareness* tra gli addetti ai lavori della comunicazione e non solo.

Il sito web istituzionale

Nel corso del 2020, nel sito istituzionale dell'Autorità (www.arera.it) sono state realizzate nuove sezioni dedicate a eventi o temi di attualità, valorizzate anche da *banner* nella *home page*.

CAPITOLO 11

Nel marzo 2020 è stata progettata la sezione "Emergenza Coronavirus", con la finalità di raccogliere gli atti relativi a disposizioni urgenti dovuti alla fase emergenziale e di evidenziare alcune delle interviste e degli articoli sulle decisioni assunte dall'Autorità a tutela dei consumatori e a favore delle piccole e medie imprese nel periodo di pandemia.

In occasione della rimozione della tutela di prezzo per tutte le piccole imprese e alcune micro-imprese, è stata realizzata a fine anno una sezione dedicata, con lo scopo di informare sul progressivo passaggio dal mercato tutelato al mercato libero.

Per accompagnare le esigenze di approfondimenti degli operatori del settore, inoltre, sono state pubblicate pagine specifiche sulle colonne montanti, sul ritiro dedicato e i prezzi minimi garantiti e sulla mobilità elettrica.

In occasione della pubblicazione del Rapporto sul monitoraggio *retail* è stata, infine, riprogettata la sezione dei dati corrispondente attraverso la creazione di grafici interattivi, avviando così un progetto di riedizione in formato grafico dei dati statistici, che via via interesserà tutti i dati che vengono pubblicati sul sito.

Per i consumatori è stata rinnovata la sezione dell'"Atlante sui rifiuti", che si compone di 30 nuove domande e risposte dedicate al servizio di gestione dei rifiuti domestici, al pagamento, ai diritti e alle tutele.

Aggiornamenti costanti, oltre che per numerose pagine del sito, sono stati effettuati in particolare per il Massimario, che riporta tutti gli orientamenti dell'Autorità nell'esercizio della funzione giustiziale tra operatori e produttori da fonti rinnovabili contro gestori di rete di energia elettrica e gas.

Il sito dell'Autorità, nel corso del 2020, è stato visitato da quasi 2 milioni di utenti unici, che hanno effettuato 4,3 milioni di sessioni, con circa 16 milioni di pagine visitate. Più della metà degli utenti accede al sito con frequenza, con sessioni anche quotidiane, mentre un'altra metà è costituita da visitatori occasionali, che accedono prevalentemente da motori di ricerca o da link presenti sui siti o blog di *stakeholder* o giornalistici. La maggior parte degli utenti (l'80% circa) utilizza dispositivi *desktop*.

Le sezioni del sito più visitate sono quella che consente la ricerca degli operatori/gestori dei settori regolati su base territoriale o per ragione sociale (circa il 25% delle visualizzazioni di pagina totali) e quelle dedicate ai provvedimenti dell'Autorità. Le visite di consumatori e utenti finali si concentrano sulle pagine relative ai prezzi, ai bonus e agli altri servizi dedicati, quali il Portale Offerte, il Servizio conciliazione e lo Sportello per il consumatore energia e ambiente.

Il sito "Atlante per il consumatore" (www.arera.it/atlante), guida in forma di domande e risposte per i consumatori e gli utenti dei settori dell'energia elettrica, del gas, dell'acqua e dei rifiuti, conta circa un milione di visite annuali. La maggior parte dei visitatori arriva alle pagine dell'Atlante da una ricerca effettuata in rete che ha come oggetto prevalente argomenti relativi a problematiche specifiche inerenti alla gestione delle forniture da parte del cittadino (allacciamento, voltura, lettura della bolletta ecc.), con particolare riguardo a quella dell'energia elettrica.

Le visite al sito "Come leggere la bolletta" sono circa 170.000 (bolletta.arera.it/bolletta20) e si concentrano soprattutto sulla "Guida alle voci di spesa". In questo caso almeno un quarto degli utenti viene acquisito da link presenti sui siti degli operatori (dati Google Analytics).

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

Nel corso del 2020 è stata portata a termine anche la revisione della intranet dell'Autorità. Grazie alla consulenza di *visual* e *web designer*, è stata completamente rivisitata l'interfaccia, coordinandone l'immagine con quella del sito esterno, privilegiando l'inserimento di immagini e icone grafiche e strutturando meglio le comunicazioni ai dipendenti. Particolare attenzione è stata prestata all'usabilità, per facilitare l'accesso ai servizi interni e per rendere evidente il percorso per la ricerca di informazioni. Per tale finalità l'architettura della intranet è stata razionalizzata e snellita, con specifico riguardo alle sezioni relative alla documentazione, all'organizzazione e alla formazione interna.

Eventi e seminari

Gli eventi dell'Autorità costituiscono un efficace strumento di ausilio alla diffusione della conoscenza delle funzioni e dei compiti istituzionali dell'Autorità e alla divulgazione delle tematiche di maggiore rilievo. Per eventi si intendono convegni, seminari, *workshop*, tavoli di lavoro, incontri con gli *stakeholder*, nonché le audizioni periodiche e la presentazione della *Relazione Annuale* dell'Autorità alle due Camere parlamentari e al Governo. In queste occasioni la Direzione Comunicazione gestisce gli aspetti organizzativi e logistici e assicura il corretto svolgimento dell'evento, curandone il *format*, le operazioni di iscrizione, il cerimoniale, i prodotti promozionali, editoriali e multimediali collegati. Inoltre, il supporto della Direzione Comunicazione si concretizza nelle attività di diffusione e promozione precedenti, contestuali e conseguenti a ogni evento, attraverso azioni dell'ufficio stampa, prodotti foto e video, iniziative di pubblicazione, approfondimento e dibattito sui *media* di maggiore interesse per gli *stakeholder* dell'Autorità, come illustrato nei precedenti sottoparagrafi che analizzano nello specifico le strategie sui singoli *media*.

La Direzione Comunicazione si è, inoltre, impegnata a garantire lo svolgimento dei seminari anche dopo il subentro dell'emergenza sanitaria, gestendone l'organizzazione attraverso la realizzazione di *format* online (*webinar*, dirette in *streaming*), che hanno tra l'altro consentito l'ampliamento della platea dei partecipanti. Il primo evento realizzato in tale modalità è stato il convegno "Rifiuti: il metodo tariffario e i provvedimenti in fase Covid-19", tenutosi il 15 luglio.

Di seguito si riportano i principali eventi organizzati e promossi dall'Autorità nel corso del 2020:

- il seminario "La recente evoluzione della regolazione del servizio idrico integrato" (Milano, 21 gennaio), in cui sono stati illustrati i criteri e le regole sull'aggiornamento della qualità contrattuale del servizio idrico integrato e sul Metodo tariffario idrico per il terzo periodo regolatorio, nonché i principali interventi tesi ad accelerare la realizzazione di opere necessarie e urgenti, ritenute di rilevanza strategica per il perseguimento, in particolare, degli obiettivi di qualità tecnica;
- il seminario "Stato e prospettive della regolazione del settore del teleriscaldamento e teleraffrescamento" (Milano, 6 febbraio), rivolto agli operatori del settore e alle associazioni dei consumatori, in cui sono stati presentati lo stato e le prospettive della regolazione del settore del telecalore;
- il seminario tecnico "Ammodernamento delle colonne montanti vetuste degli edifici" (Milano, 18 febbraio), rivolto principalmente agli amministratori di condominio e alle figure professionali interessate a opere edili ed elettriche in edifici, in cui sono stati illustrati i contenuti della regolazione sperimentale che riguarda, appunto, l'ammodernamento delle colonne montanti vetuste degli edifici;
- il convegno "Rifiuti: il Metodo tariffario e i provvedimenti in fase Covid-19" (*webinar*, 15 luglio), che ha mostrato come è cambiata la TARI, dall'approvazione dell'MTR alle successive scadenze, nello scenario dell'emergenza

CAPITOLO 11

da Covid-19, che ha aggiunto gradi di difficoltà a un percorso già avviato, ma che ha potuto rappresentare – tramite le forme di flessibilità introdotte dall’Autorità – un’occasione di coordinamento nel Paese in materia di rifiuti;

- le audizioni periodiche: nei giorni 22 e 23 luglio si sono svolte online le audizioni periodiche ARERA ai sensi del Regolamento dell’Autorità (delibera 11 dicembre 2014, 603/2014/A); le audizioni sono state finalizzate alla raccolta di osservazioni e proposte da parte degli *stakeholder* in materia di servizi pubblici e di pandemia di Covid-19, con particolare riferimento alle possibili azioni regolatorie per fronteggiare gli effetti dell’emergenza e rimettere in moto i processi;
- il *workshop* “Studio RSE sullo sviluppo delle infrastrutture energetiche della Sardegna” (*webinar*, 9 ottobre), il cui scopo principale è stato permettere ai soggetti che hanno fornito all’Autorità contributi scritti sullo studio della società Ricerca sul sistema energetico (RSE) di ricevere da quest’ultima un riscontro di natura tecnica sulle osservazioni formulate;
- il seminario tecnico “Ammodernamento colonne montanti: regolazione sperimentale e incentivi” (*webinar*, 23 novembre) – rivolto agli amministratori di condominio e alle loro associazioni, alle imprese che eseguono lavori edili ed elettrici nei condomini, ai professionisti abilitati allo svolgimento di incarichi di direttore dei lavori o di coordinatore per la sicurezza –, che ha inteso fornire un aggiornamento sulle attività poste in essere dai distributori di energia elettrica di maggiori dimensioni per dare attuazione alla regolazione sperimentale di ARERA, in particolare nel facilitare il contatto e l’avvio dell’iter procedurale con gli amministratori di condominio;
- il “Forum della regolazione dell’energia elettrica”, giunto alla sua XXXV edizione e organizzato dalla Commissione europea con il supporto dell’Autorità, che si è svolto nei giorni 7 e 8 dicembre con un *format* online a causa dell’emergenza sanitaria. L’evento, a cadenza annuale, è di rilievo per l’integrazione dei mercati energetici a livello europeo e prevede mediamente la partecipazione di oltre un centinaio di rappresentanti delle seguenti istituzioni: Commissione europea, ministeri competenti degli stati membri dell’UE, autorità di regolazione nazionali dell’energia, associazioni di categoria a livello europeo.

La Direzione Comunicazione, inoltre, è incaricata di gestire l’organizzazione dell’evento istituzionale di maggiore rilievo per l’Autorità, ovvero la cerimonia per la presentazione, al Parlamento e al Governo, della *Relazione Annuale* sullo stato dei servizi e sull’attività svolta, che nel 2020 si è tenuta il 17 settembre presso la Sala della Regina della Camera dei deputati. Nel rispetto delle norme sanitarie, l’evento in presenza è stato riservato a un numero ristretto di cariche istituzionali.

La presentazione è stata seguita via *streaming* sui canali istituzionali web e *social* della Camera e dell’Autorità, oltre che in diretta televisiva su Rai 2 con la partecipazione del Presidente del CNEL, Tiziano Treu. Occorre, infine, ricordare come anche l’*editing*, l’impaginazione e la veste grafica dei due volumi di cui si compone la *Relazione Annuale* siano a cura della stessa Direzione. Anche lo scorso anno è stata realizzata e distribuita una sintesi dei volumi.

Altre iniziative di comunicazione

Patrocini

Con la delibera 7 aprile 2020, 118/2020/A, l’Autorità ha approvato il regolamento per la concessione, a titolo gratuito, del patrocinio e dell’utilizzo del logo in occasione di iniziative di alto rilievo e interesse ricadenti nei propri settori di competenza e coerenti con le proprie finalità istituzionali.

ATTUAZIONE DELLA REGOLAZIONE, COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE E RISORSE • Intersettoriale

Venticinquennale dell'Autorità

Il 14 novembre 1995 veniva approvata la legge n. 481, che ha istituito nel nostro Paese le Autorità indipendenti di regolazione dei servizi di pubblica utilità. Pertanto, nel novembre 2020 ARERA ha compiuto 25 anni dalla sua istituzione.

Una ricorrenza sottolineata da una nuova veste grafica del logo pubblicato in tutti gli spazi di comunicazione, per accompagnare, lungo 12 mesi, le attività istituzionali ordinarie e straordinarie dell'Autorità.

Inoltre, per celebrare i 25 anni, è stato realizzato, in collaborazione con l'ANSA (Agenzia nazionale stampa associata), il volume *Venticinque*. Il libro racconta, attraverso parole e immagini, l'ultimo quarto di secolo nei settori dell'energia e dell'ambiente: un viaggio che ripercorre alcuni dei passaggi fondamentali della vita dell'Autorità, nel contesto dei principali avvenimenti a livello nazionale, europeo e mondiale.

In particolare, il volume fornisce uno sguardo d'insieme sul periodo trattato, dalle prime liberalizzazioni ai mercati dell'energia, dalle economie del petrolio alle nuove dimensioni delle economie circolari, del *Green New Deal*, dello sviluppo sostenibile. Un racconto in cui si inserisce la regolazione italiana, con l'operato dell'Autorità dapprima limitato ai settori dell'energia elettrica e del gas, e in seguito esteso anche al settore idrico e, infine, ai settori del telecalore e dei rifiuti: una storia e un'evoluzione scandite attraverso le *Relazioni Annuali* al Governo e al Parlamento, presentate dai quattro presidenti che fino a oggi, a ogni settennato, si sono succeduti.

Il libro è stato distribuito ai principali rappresentanti del mondo delle istituzioni, degli *stakeholder* e dei *media*.

Comunicazione tecnica

Per comunicare correttamente e in modo tempestivo i contenuti dei propri provvedimenti, spesso caratterizzati da elevati tecnicismi, l'Autorità, sin dal 2014, pubblica sul proprio sito internet, contestualmente alle principali delibere, le cosiddette "schede tecniche". Si tratta di documenti divulgativi, che utilizzano un linguaggio semplificato, seppur rigoroso, tale da permettere una corretta comprensione, anche da parte di un pubblico non specializzato, dei principali provvedimenti adottati in tema di energia e di ambiente. Sono esclusi i provvedimenti relativi ai procedimenti individuali, agli atti amministrativi di rilievo interno all'Autorità, agli atti consultivi nei confronti del Parlamento e del Governo.

Tra i principali fruitori delle schede tecniche si annoverano i giornalisti; ciò a dimostrazione del fatto che tali schede sono considerate utili ausili per l'illustrazione e la comunicazione dei provvedimenti adottati dall'Autorità.

Le schede tecniche redatte nell'anno 2020 sono state circa 30, oltre la metà delle quali relative a delibere inerenti al settore elettrico.

CAPITOLO 11

Biblioteca

L'emergenza epidemiologica da Covid-19, che ha costretto a riorganizzare le modalità di lavoro degli Uffici, è stata l'occasione per dare un forte impulso alla digitalizzazione della biblioteca, che l'Autorità ha costituito fin dall'inizio delle sue attività e che poi, di anno in anno, ha progressivamente ampliato.

Nel 2020 si è assistito a un notevole incremento della documentazione in formato elettronico, che ha permesso di ottenere, oltre a un risparmio di costi, una maggiore fruibilità del materiale bibliotecario da parte dei dipendenti, tramite il collegamento diretto da *personal computer*. Attualmente sono catalogate 86 riviste web e sono in dotazione 19 banche dati in ambito economico, statistico e giuridico. In relazione a queste ultime, nel corso dell'anno sono stati organizzati, per iniziativa della responsabile del servizio, alcuni *webinar* con l'obiettivo di consentire ai dipendenti di migliorarne ulteriormente l'utilizzo.

Complessivamente, tra documentazione cartacea e digitale, la biblioteca consta di 5.000 titoli, comprensivi di monografie, periodici e letteratura varia. Sono, inoltre, consultabili, su carta o online, 102 riviste di carattere giuridico-economico, tutte attinenti ai campi di interesse dell'Autorità.

La biblioteca continua a essere collegata al circuito ESSPER, il quale offre un servizio di *document delivery* che consente di migliorare la consultazione del patrimonio documentario, con una banca dati di spoglio di periodici che comprende più di 1.070 titoli italiani.

Risorse umane

A seguito delle disposizioni di cui all'art. 1, comma 347, della legge 30 dicembre 2018, n. 145 (c.d. legge di bilancio 2019) e della relativa stabilizzazione, la pianta organica dell'Autorità è stata rideterminata con la delibera 4 agosto 2020, 307/2020/A. L'Autorità può contare su una pianta organica di 230 unità di personale di ruolo e, all'esito del processo di stabilizzazione, di 20 unità di personale a tempo determinato.

Al 31 dicembre 2020 erano in servizio 208 dipendenti di ruolo (18 dei quali dirigenti, 143 funzionari, 45 operativi, 2 esecutivi), 14 dipendenti con contratto a tempo determinato e 16 unità acquisite in comando, distacco o fuori ruolo da altre amministrazioni pubbliche. L'Autorità può contare, per le verifiche ispettive, anche sulla collaborazione di personale dalla Guardia di Finanza in disponibilità di impiego nell'ambito di uno specifico Protocollo d'intesa. Il personale dipendente ha un'età media di poco superiore ai 48 anni; oltre il 90% è laureato.

TAV. 11.4 Personale di ruolo dell'Autorità in servizio al 31 dicembre 2020

CARRIERA	NUMERO DI UNITÀ
Dirigenti	18
Funzionari	143
Operativi	45
Esecutivi	2
TOTALE	208

Fonte: ARERA