

L'INTERVISTA Il fondatore del brand, Matteo Ballarin, spiega a il Cittadino strategie e opportunità sul mercato

Il gruppo Europe Energy è dal 2014 sul mercato della vendita di gas ed energia ai clienti finali. E sostiene il Monza Calcio

di Paolo Cora

Il progetto è quello di offrire al cliente finale pacchetti integrati di servizi per la casa. Non solo forniture di gas ed energia, di fibra ottica, di telefonia mobile (come avviene già ora) ma anche, in un futuro prossimo, servizi di allarme e di domotica. Il tutto in una sola bolletta.

Dal 2014 il gruppo Europe Energy è nel mercato della vendita di energia e gas ai clienti finali. In Brianza è conosciuto col marchio WithU, tra i maggiori sponsor del Monza Calcio. Ne parliamo con il fondatore del gruppo, Matteo Ballarin.

Quanti clienti avete in Italia? E in Brianza? È possibile avere il dato suddiviso per prodotto (energia, gas, telefonia, fibra ottica...)?

«In Italia abbiamo circa 100mila clienti (due terzi domestici, gli altri sono aziende o professionisti) distribuiti in tutta Italia con una prevalenza al nord, circa il 66%, al centro Italia il 20% ed i restanti nelle isole e al sud. In provincia di Monza Brianza contiamo circa 2mila clienti, molti dei quali ci hanno scelto con più utilities. È un mercato per noi ancora "vergine" su cui vogliamo puntare.

Da qui l'idea della sponsorizzazione avviata con AC Monza e un progetto ambizioso che ci vuole portare a coprire metà della popolazione dei 55 comuni nel giro di due-tre anni. Offriamo non solo il servizio di luce e gas ma anche la connessione in fibra fino a 1 Gb/s e il servizio mobile con prezzi molto competitivi, posso quindi dire che possiamo proporci come rivoluzionari per questi comuni».

Quali sono i numeri più recenti di fatturato e di volumi di vendita?

«L'esercizio si è chiuso il 30 settembre 2019 con un fatturato di un miliardo di euro e il valore della produzione ha avuto un incremento pari al 17%. Nel settore retail stiamo crescendo grazie alla nostra nuova offerta che oggi è in grado di offrire in un solo pacchetto



Sensori sulle porte, rilevatori di fumo, prese intelligenti plug-in possono essere utilities aggiuntive



L'amministratore delegato del Monza Calcio, Adriano Galliani, e il fondatore di Europe Energy, Matteo Ballarin mostrano la maglia del Monza con il marchio WithU

La sfida di WithU: nelle case tanti servizi in un'unica bolletta

to luce, gas, mobile e la migliore fibra sul mercato. Denominatore comune di tutto questo percorso è l'approccio customer-oriented».

Le vostre offerte sono dirette sia alle imprese che alle famiglie? Aprite sportelli? O solo call center?

«La nostra offerta si rivolge alle famiglie, alle aziende ma anche alle piccole partite iva. Abbiamo un menù di offerte che si adegua alle esigenze dei consumatori, per garantire sempre il miglior servizio al nostro cliente e modellarci alle sue esigenze.

Lavoriamo con tutti i canali (agenzie, negozi, teleselling, online) ma quelli su cui puntiamo di più sono i nostri negozi (soprattutto i corner all'interno di negozi specializzati in elettronica), il nostro numero verde, la chat live con operatori o il self-care dal nostro sito, tramite il quale il cliente può sottoscrivere un contratto in autonomia. I clienti hanno iniziato a cercarci e ci stiamo facendo trovare pronti a soddisfare le loro esigenze. Non escludiamo di aprire negozi nostri, in partnership con altri».

Prevedete - se non l'avete già fatto - offerte integrate, che comprendano

doe non solo la fornitura ma anche l'assistenza, la manutenzione e altro?

«Stiamo già proponendo all'interno delle nostre offerte dei pacchetti che prevedono dei vantaggi con dei partner esterni; ad esempio è possibile ricevere codici sconto utilizzabili su uno shop online che propone oltre 30mila prodotti che vanno dalla casa, alla tecnologia e molto altro.

La partnership è stata fatta proprio con un'azienda della Brianza, Yeppon, con la quale siamo orgogliosi di collaborare. Ma non ci fermiamo qui, stiamo lavorando per introdurre un pacchetto domotico all'interno del nostro servizio e molto altro legato alla sicurezza della persona e dei suoi cari».

Con quali "armi" pensate di guadagnare clienti? La concorrenza è forte nei vostri settori.

«La nostra linea vitale, ossia una continua ricerca di innovazione, ci ha portato a creare un'offerta di servizi che è unica in Italia.

Infatti, siamo gli unici in Italia che sono in grado di fornire energia elettrica, gas, telefonia mobile e connessione internet con un unico marchio, un unico conto economico, un unico numero verde. La no-

stra spinta è volta a creare un'offerta innovativa e attraente concentrandoci sul cliente e sfruttando il nostro know-how per proporre soluzioni ritagliate sulle esigenze del mercato locale. Inoltre, il nostro attuale posizionamento già ci presenta al pubblico come una soluzione differente».

Il legame con la Brianza è sancito dalla sponsorizzazione del Monza: avete in programma ulteriori iniziative?

Il Gruppo Europe Energy con il brand WithU è in continua evoluzione. Con l'AC Monza c'è stata sin dall'inizio. Passione, energia e mentalità vincente sono i valori che abbiamo in comune e in cui crediamo ciecamente.

Siamo concentrati per lavorare al meglio per questa importante sponsorizzazione, ci stiamo dedicando a promuovere il nostro servizio in tutta Monza e la Brianza per cui oggi è il momento di giocare bene la nostra partita e presentarci al pubblico brianzolo».

La piattaforma WithU può essere un'ottima chiave di interesse per i clienti, avere un solo riferimento commerciale per più servizi. Prevedete di aggregare altri servizi alla piattaforma?

«Stiamo lavorando per fare in modo che il nostro cliente tramite un unico referente possa gestire molti aspetti della quotidianità; ci descriviamo come una multi-utility e questo sarà il nostro percorso. Stiamo operando per introdurre pacchetti domotici ma anche forme di assistenza (a esempio sensori sulle porte, rilevatori di fumo, prese intelligenti plug-in).

Puntiamo su prodotti autoinstallanti, di costo contenuto, che risolvano in modo facile per i clienti, anche i meno ferrati, piccoli problemi. Il gruppo vanta oltre settanta dipendenti solo in Italia, abbiamo filiali anche nell'est Europa, tutte con lavoratori di età media molto giovane: questo ci permette di continuare sempre la nostra ricerca con voglia di innovazione».



Puntiamo su prodotti autoinstallanti, di costo contenuto, che risolvano facilmente piccoli problemi