

7. Il primo problema energetico dell'Italia: la burocrazia

Marco Brun, Amministratore Delegato Shell Italia. È anche a capo del business Upstream. È entrato nel Gruppo Shell nel 1996 e ha sviluppato una carriera prevalentemente nel settore Business to Business. Dal 2006 è stato General Manager Gas&Power Italia e Francia, occupandosi anche dello sviluppo del terminale di rigassificazione Ionio Gas in Sicilia.

Se guardiamo al settore dell'energia nell'attuale contesto globale ed europeo, la sfida che abbiamo di fronte è enorme, ma l'Italia ha anche delle opportunità uniche: gode di una posizione favorevole per i flussi di gas rispetto alla gran parte degli altri Paesi europei e ha la possibilità di aumentare la produzione di idrocarburi indigeni. Oltre le risorse già accertate, si stima che in Italia ci siano riserve potenziali residue particolarmente significative: esistono giacimenti di combustibili fossili che non sono mai stati sfruttati. Gli ultimi dati del ministero dello Sviluppo economico hanno evidenziato che, attivando queste risorse, si potrebbe arrivare a coprire il 20% dei consumi nazionali, dal 10% attuale. Ciò porterebbe a una notevole riduzione della fattura energetica, sbloccando circa 15 miliardi di euro in investimenti che aumenterebbero il prodotto interno lordo di quasi mezzo punto percentuale e contribuirebbero a creare 25.000 posti di lavoro.

Però gli investimenti nel settore dei combustibili fossili in Italia sono oggi in declino e diversi progetti sono bloccati da iter autorizzativi complessi o da un quadro regolatorio particolarmente restrittivo e da norme penalizzanti rispetto agli altri Paesi europei. Lo sblocco d'investimenti privati ingenti in questo settore potrebbe davvero contribuire al rilancio della crescita economica del Paese.

Che cos'è Shell Italia. Royal Dutch Shell (sede centrale all'Aja, Olanda) è uno dei maggiori gruppi mondiali nel settore dell'energia con oltre 93.000 dipendenti in più di 90 Paesi. Trasforma e distribuisce oltre il 2% del petrolio e il 3% del gas naturale estratti al mondo, possiede 25 raffinerie e una rete mondiale di oltre 44.000 stazioni di servizio a marchio Shell. In Italia dal 1912, è oggi tra i principali gruppi energetici che operano nel Paese, con attività che si sviluppano in modo integrato attraverso l'upstream – ricerca e produzione – e il downstream – commercializzazione e distribuzione – grazie a una rete di circa 1.200 stazioni di servizio a marchio Shell sulle strade italiane.

Il futuro è nel gas

Gli ultimi decenni sono stati caratterizzati da cambiamenti sempre più rapidi, che hanno contribuito a rendere il contesto politico, economico e socioculturale molto più complesso. Oggi alle organizzazioni è richiesta una grande flessibilità, indispensabile per potersi adattare velocemente e in modo efficace alla dinamicità dei mercati. L'energia è uno dei settori che sta vivendo in modo più accelerato le trasformazioni. Da oltre quarant'anni il nostro Gruppo dedica grande attenzione allo studio degli scenari energetici, proponendoli come strumento a supporto delle decisioni di business, ma anche come stimolo alla riflessione e al confronto.

Gli scenari che abbiamo ipotizzato da qui al 2050 vedono un'area di grande incertezza, da cui possono nascere opportunità di sviluppo, così come emergere rischi molto rilevanti. Per quanto riguarda il nostro settore ci aspettiamo uno sviluppo significativo del gas naturale, una fonte sostenibile per soddisfare la crescente domanda di energia e, al tempo stesso, contenere le emissioni di CO₂. Vi abbiamo investito molto: oggi il gas rappresenta più del 50% del nostro portafoglio idrocarburi. Il gas naturale è disponibile in abbondanza sul pianeta: l'International Energy Agency ha stimato l'esistenza di riserve sufficienti per i prossimi duecento cinquanta anni. È conveniente ed è "pulito". Sappiamo che una moderna centrale elettrica alimentata a gas emette fino al 70% in meno di CO₂ rispetto a una centrale a carbone di vecchia generazione.

Il gas naturale non è ovviamente l'unica risposta all'aumento del fabbisogno energetico. Occorre considerare un mix di fonti, e le fonti fossili continueranno ancora per molto tempo ad avere un ruolo centrale, con una quota sempre più rilevante per il gas naturale. Un maggior impiego delle fonti rinnovabili è certamente auspicabile ma, secondo studi recenti dell'Intergovernmental Panel on Climate Change, anche accelerandone lo sviluppo, entro il 2050 queste fonti potranno contribuire solo per il 30% al fabbisogno energetico mondiale. Possiamo e vogliamo partecipare al dibattito sul mix energetico del futuro, dialogando con tutti i soggetti coinvolti, sia nella sfera pubblica sia in quella privata, per identificare le soluzioni più efficaci e soddisfare la domanda di energia che cresce, rispettando l'ambiente e le risorse naturali. Ricerca, sviluppo, innovazione e tecnologia, sono al centro del nostro business e parte integrante del nostro Dna. A livello di gruppo non mancano i progetti all'avanguardia mondiale, come per esempio la prima piattaforma di *floating Lng* – estrazione e liquefazione di gas naturale – realizzata al largo delle coste australiane. A livello italiano auspichiamo che i prossimi mesi possano portare alla definizione di una strategia energetica nazionale, solida e di lungo periodo, e alla creazione di un impianto normativo che permetta la ripresa degli investimenti per l'esplorazione e la produzione di risorse indigene.

La domanda cresce in maniera vertiginosa

Uno degli elementi più importanti degli scenari che estrapoliamo è l'aumento demografico. Entro il 2050, la Terra passerà da 7 a 9 miliardi di abi-

tanti, con un enorme incremento della domanda globale di energia, di acqua e di cibo, soprattutto da parte dei Paesi emergenti. Come soddisfare questo fabbisogno è la grande sfida dei prossimi anni, anche perché si moltiplicheranno le tensioni sociali legate all'accesso alle risorse – pensiamo alla disponibilità di acqua potabile o al possibile aumento del prezzo dei generi alimentari – e diventerà ancora più stretto il legame che le unisce: l'acqua è necessaria alla vita e per generare quasi tutte le forme di energia; l'energia viene impiegata per trasportare e trattare l'acqua; energia e acqua sono indispensabili per produrre cibo. Ma se è vero che occorre produrre più energia per tenere il passo con la crescita vertiginosa della domanda mondiale, bisogna anche contenere le emissioni di CO₂ per evitare i cambiamenti del clima che gli esperti hanno previsto. La salvaguardia dell'ambiente è quindi primaria nei nostri progetti, così come l'innovazione tecnologica che nella nostra visione rappresenta la strategia migliore per soddisfare l'aumento del fabbisogno di energia in modo sostenibile. La pressione che spinge le aziende a generare risultati nel breve periodo, la necessità di minimizzare i rischi e fare i conti con la stretta creditizia, tendono a portarci verso una maggiore volatilità e ciclicità dell'economia, con il pericolo di una maggiore instabilità che potrebbe frenare ulteriormente gli investimenti se non si ragiona in ottica di lungo periodo, come è assolutamente necessario fare, non solo nel nostro settore.

Uno sviluppo responsabile richiede collaborazione

Per superare la zona d'incertezza e trasformarla in opportunità occorre, dal nostro punto di vista, una collaborazione più proficua tra le istituzioni, le imprese e la società civile, con l'obiettivo di innescare un circolo virtuoso tra le grandi risorse del pianeta – energia, acqua e risorse alimentari – in un'ottica di sviluppo responsabile.

Il modello di comunicazione partecipativa tipica del Web 2.0 ha segnato una nuova era nel mondo della comunicazione. Negli ultimi anni abbiamo rafforzato molto la nostra presenza su Web e social media, cogliendo le potenzialità delle tecnologie digitali per dialogare in modo più diretto, efficace e interattivo con i nostri clienti e i nostri interlocutori esterni, che da semplice audience si sono o si stanno trasformando in comunità. Abbiamo recentemente sviluppato alcune applicazioni mobili molto innovative come *Shell Motorist App*, con cui i nostri clienti possono accedere a informazioni e servizi utili mentre si trovano in viaggio, oppure *Inside Energy*, attraverso la quale mettiamo a disposizione dei nostri interlocutori esterni contenuti di alto profilo invitando al confronto sui grandi temi dell'utilizzo delle risorse e degli scenari energetici presenti e futuri.

Sempre di più lo sviluppo sostenibile è parte integrante del nostro modo di fare business. La sicurezza, il rispetto dell'ambiente e delle persone sono valori che vogliamo continuare a mettere al primo posto nella gestione dei processi e in tutte le nostre attività. Qualche dato: negli ultimi cinque anni abbiamo speso 1,7 miliardi in tecnologie per la riduzione di emissioni di CO₂ e le energie rinnovabili. Nel 2008 le emissioni di gas serra dagli im-

pianti in cui operiamo sono state circa il 30% in meno rispetto ai livelli del 1990. La comunicazione trasparente è un veicolo per far conoscere le nostre attività e i nostri prodotti. Se guardiamo al business della distribuzione di prodotti petroliferi, il più noto al pubblico, certamente la nostra visione è di contribuire a far muovere le persone e le merci in modo più efficiente, sicuro e pulito. In una parola, più sostenibile: chiamiamo quest'approccio *Smarter Mobility*. Promuovere la mobilità sostenibile significa, dal nostro punto di vista, aiutare innanzitutto i clienti a essere più efficienti nei consumi. Puntiamo quindi a migliorare le prestazioni dei nostri carburanti e lubrificanti, assicurando il massimo dell'efficienza del motore e contribuendo a ridurre i consumi e l'impatto ambientale.

Allo stesso tempo, mobilità sostenibile significa sperimentare per il futuro carburanti sempre più rispettosi dell'ambiente come i biocarburanti di seconda generazione, una delle soluzioni più realistiche per ridurre nei prossimi anni l'utilizzo dei combustibili fossili per il trasporto.

Siamo anche impegnati su altri fronti, per esempio nella sensibilizzazione dei giovani sui temi dell'efficienza energetica e della mobilità sostenibile e a questo proposito vorrei ricordare il progetto *Eco-marathon*, interamente sponsorizzato da Shell, grazie al quale da ventotto anni gli studenti delle università e scuole superiori di tutto il mondo si sfidano in una gara di efficienza, costruendo veicoli in grado di percorrere la maggior distanza possibile con i minori consumi. Quest'anno la città di Rotterdam ha ospitato la finale europea con la partecipazione anche di 12 team italiani, con risultati degni di nota.

Valorizzare le persone per soddisfare i clienti

Operiamo in un ambiente in rapida evoluzione e dobbiamo confrontarci con mercati sempre più sfidanti. Diventa quindi fondamentale, per noi come per qualsiasi altra azienda, cogliere le trasformazioni della domanda e definire strategie adeguate, differenziando prodotti e servizi per mantenere elevata la soddisfazione dei clienti e la competitività. Dunque siamo impegnati nella continua valorizzazione delle persone e dei talenti, anche attraverso un'attenta e costante revisione dei processi e degli strumenti volti a stimolare la crescita e il miglioramento dei singoli individui e dei team. L'obiettivo è trarre il massimo valore aggiunto dalle diversità delle nostre persone e generare dei comportamenti virtuosi, per focalizzarci in modo sempre più puntuale sui nostri clienti e la loro soddisfazione, garantendo qualità ed efficienza.

Quest'anno festeggiamo i cento anni di presenza in Italia e siamo tra i principali gruppi energetici che operano nel Paese, con attività che si sviluppano in modo integrato tanto nell'esplorazione e produzione di idrocarburi, quanto nella distribuzione di prodotti petroliferi e gas. Crediamo in questo mercato e vorremmo continuare a investire dando il nostro contributo al rilancio della produzione indigena di idrocarburi e alla definizione di una strategia energetica nazionale che possa fare crescere il Paese, superando le difficoltà della crisi attuale.