

COMUNICATO STAMPA

Alla presenza del Sindaco di Milano Letizia Moratti, del Presidente AEM Giuliano Zuccoli e degli Assessori Bruno Simini, Edoardo Croci e Mariolina Moiola sono state presentate oggi a Palazzo Marino una serie di iniziative che AEM ha approntato per il rilancio dei suoi servizi sul territorio.

L'iniziativa presentata oggi si compone di due momenti.

Due momenti ben distinti, ma intrecciati in una azione sul territorio, con la quale AEM nella sua qualità di principale azienda milanese erogatrice di servizi intende concorrere allo sviluppo dell'azione di governo del Comune di Milano.

Lo scopo di questi due momenti è quello di rafforzare l'identificazione tra AEM e Amministrazione Comunale, attraverso l'esplicitazione di obiettivi comuni per rendere più sicura e vivibile Milano, soprattutto attraverso l'erogazione di servizi innovativi, affidabili e di qualità.

Il primo momento prevede una azione di comunicazione istituzionale, affidata prevalentemente a mezzi di affissione e a spot radiofonici, che lancia la promozione di quattro servizi erogati da AEM attraverso l'unica chiave di lettura della sicurezza: la sicurezza come diritto dei cittadini e dei clienti.

Tutta la comunicazione mette in chiaro la responsabilità e l'affidabilità di AEM per soddisfare questo diritto sottolineando la:

1) Sicurezza nel corretto utilizzo del gas;

2) Sicurezza con i nuovi progetti di illuminazione del Comune per rendere più sicure le strade della città;

3) Sicurezza di continuità nel servizio anche nella completa apertura del mercato elettrico italiano, che scatta dal primo luglio, con scelte per una maggiore e sicura convenienza per tutti i clienti;

4) Sicurezza di trovare fonti innovative e sostenibili : l'acqua di falda come innovativa fonte energetica naturale per rendere più pulita e sicura l'aria che respiriamo.

Il secondo momento prevede una serie di iniziative sul territorio che si dispiegheranno nei luoghi di aggregazione più popolari (mercati rionali, centri anziani, biblioteche, ecc.).

E' la prima volta che una grande azienda del Comune, come AEM, fa una azione di prossimità verso i cittadini così articolata e tutta tesa a consolidare fiducia e affidabilità nei servizi forniti, ma soprattutto a raccogliere le esigenze dei cittadini in merito a quello che è il loro primo diritto: la sicurezza.

1. Per quanto riguarda la **Sicurezza in casa** la AEM e il Comune lanciano due nuove campagne informative, di prevenzione antituffa e per il corretto utilizzo del gas.

Antituffa. A partire dal mese di aprile verranno inviate a tutti i cittadini, tramite bolletta, le regole anti-truffa per difendersi dai presunti tecnici e gasisti che sotto falso nome entrano per derubare nelle case soprattutto delle persone anziane. L'invio dei *consigli in bolletta* sarà accompagnato da una presenza diretta nei mercati rionali e in altri luoghi di aggregazione, soprattutto delle zone in periferia, con un camper-puntoinformobile, che svolgerà una costante azione di prossimità e di informazione ai cittadini nei mesi di aprile, maggio, giugno.

Uso corretto del gas. La campagna prevede il coinvolgimento di insegnanti e studenti delle scuole cittadine elementari e medie, in un progetto pilota sulla sicurezza domestica: attraverso un gioco interattivo che stimola tutti i ragazzi alla *cultura della prevenzione* e a verificare, sulla base delle nozioni acquisite con il gioco, se anche nelle proprie case sono rispettate le regole base della sicurezza.

Queste azioni saranno accompagnate da una campagna di comunicazione sulla sicurezza gas

2.Sicurezza nelle strade. Ci sarà una azione diretta nelle varie zone della città che saranno coinvolte dal nuovo piano di illuminazione, sia con una azione di informazione puntuale, strada per strada, sia con iniziative di valorizzazione (es. visite guidate ai monumenti e ai palazzi illuminati).

3.Sicurezza nell'ambiente. Essere *liberi e sicuri di respirare* è diventato oggi il primo obiettivo di tutte le grandi città del mondo, che cercano in tutti i modi di limitare l'inquinamento da traffico e da riscaldamento. Su quest'ultimo punto *Milano ha un primato unico e innovativo*: un sistema che utilizza l'acqua di falda per alimentare delle centrali di teleriscaldamento, una innovativa fonte di energia che lascia l'aria pulita perché non brucia idrocarburi, conveniente per la città ma anche per le famiglie che possono realizzare un notevole risparmio. Una comunicazione articolata e continua, soprattutto nelle ampie zone della città interessate, racconterà ai cittadini, con la collaborazione dei Consigli di Zona, questa innovativa opportunità..

4.Sicurezza nella scelta. In vista dell'apertura completa del mercato elettrico, AEM porterà sul territorio una informazione capillare sui nuovi sistemi tariffari, con una operazione *Prontascolto* al servizio dei cittadini, sia per orientare nelle scelte, sia per consigliare un comportamento virtuoso di risparmio energetico: la Casa dell'Energia potenzierà per questo tutti i suoi programmi. C'è una fonte di energia rinnovabile e virtuosa, che forse è la più importante di tutte, ma non sta nel sottosuolo, bensì nella testa di ognuno di noi e nelle nostre abitudini: è il risparmio energetico. Ebbene a partire dal mese di Aprile AEM rilancia la campagna per lampade a basso consumo e per un uso razionale dell'acqua con l'obiettivo di raggiungere ogni famiglia milanese(verrà distribuito in tutti i contatti, un kit con due lampade e un riduttore di flusso per quasi mezzo milione complessivo di pezzi); sono stati definiti nuovi seminari tecnici per la Certificazione Energetica delle abitazioni; sarà lanciata, infine, la promozione di una *operazione prezzi chiari* a tutela del cittadino, con l'obiettivo, *sempre stando all'interno delle possibilità permesse dalle Leggi vigenti*, di raggiungere un protocollo d'intesa tra Comune, AEM e le principali associazioni di categoria (installatori e artigiani impegnati nei lavori di adeguamento e manutenzione degli impianti ed apparecchi domestici): lo scopo è quello di fissare standard di servizio e percorsi di qualificazione che garantiscano ai cittadini la sicurezza di avere servizi di qualità, equi e convenienti.

Questa molteplicità di iniziative è stata sintetizzata, nella comunicazione istituzionale da una scelta semplice ed immediata:un payoff "Aem.L'energia di casa tua" che accompagnerà il conosciutissimo marchio della società; e poi il nome stesso della città,Milano, come concepì portante di tutta la comunicazione, con l'ultima vocale, la O, sostituita da altrettanti oggetti - icona, presi dalla vita di tutti i giorni: un fornello, un lampione stradale, un palloncino a forma di cuore e un girasole.

