

## Le linee strategiche per il periodo 2016-2020

L'obiettivo del Gruppo Estra per il quinquennio 2016-2020 è di proseguire l'attuale percorso di crescita volto all'affermazione del ruolo di **multiutility di livello nazionale**, e allo stesso tempo di **primario soggetto aggregatore** nel mercato dell'energia. Obiettivi ambiziosi ma raggiungibili, grazie anche ad una squadra di 600 persone competenti e motivate, perseguendo le strade dello sviluppo e del consolidamento delle proprie attività di distribuzione, vendita e trading di gas naturale, energia elettrica, gpl e di progettazione e gestione di servizi energetici e servizi legati al settore delle telecomunicazioni. I risultati del bilancio 2015 hanno premiato queste scelte registrando **ricavi totali per 839,3 milioni, in crescita del 12,6% rispetto al 2014**.

Estra si propone al mercato e ai propri clienti quale **operatore energetico a 360°**, ossia come vero e proprio **Energy Service Provider**. Il Gruppo considera parti rilevanti del mercato, e non più solo collaterali, i settori non tradizionali nei quali opera, perseguendo una strategia che si basa sui seguenti punti: crescita attraverso aggregazioni nonché operazioni industriali e politiche di sviluppo commerciale su tutto il territorio nazionale; efficienza sia operativa che di processo anche in termini di sinergie tra le società del gruppo; integrazione nella filiera, ovvero diversificazione e integrazione in ciascuna area di business; sviluppo del network con realizzazione di infrastrutture in fibra ottica e ampliamento dello stesso nei settori regolati; innovazione con ingresso in nuovi settori, adozione di nuovi modelli di business, sviluppo in ottica di valorizzazione del parco clienti.

Queste dunque le linee strategiche del Gruppo:

- Crescita
- Efficienza di processo
- Sviluppo network
- Integrazione nella filiera
- Innovazione

Nel quinquennio si svilupperanno una serie di azioni mirate per ciascuna area strategica del gruppo: in particolare per quanto riguarda la distribuzione di gas naturale, il Gruppo intende partecipare alle gare d'ATEM (Ambito Territoriale Minimo) nei territori storici di riferimento, mentre per quanto riguarda la vendita di gas ed energia elettrica, alle strategie di crescita per linee esterne si affiancherà la crescita organica dei clienti.

Nel perseguimento degli obiettivi di crescita, attraverso **operazioni di M&A**, oltre agli importanti risultati raggiunti negli scorsi anni, nel 2016 il Gruppo ha concluso due operazioni significative rispettivamente con **Coopgas** e **Prometeo**. A febbraio Estra ha infatti firmato con CPL Concordia Soc. Coop., il contratto per l'acquisizione del 100% della società modenese Coopgas Srl che conta quasi 50.000 clienti. Nel mese di aprile ha poi portato a compimento l'accordo che ha previsto la cessione da parte di Edma, società frutto della joint venture tra Multiservizi Ancona e il Gruppo Estra, della quota di partecipazione in Prometeo a favore di Estra Energie. Quest'ultima gestisce circa 380.000 clienti nella vendita del gas ai quali si aggiungono i circa 166.000 clienti provenienti da Prometeo, per un totale di 546.000 e al contempo nella vendita di energia elettrica i clienti ammontano a 96.000 che, grazie ai 35.000 di Prometeo, arrivano a quota 131.000.

Con queste due acquisizioni dunque il **parco clienti** di Estra ha raggiunto quota **727.000 unità**.

Tale processo di crescita è confermato dai risultati positivi della trimestrale 2016: infatti, l'Ebitda consolidato pari a 30,5 milioni di Euro ha registrato un aumento considerevole rispetto ai 23 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente (+32,6%) e i ricavi pari a 323 milioni di Euro, sono incrementati del 9,8% rispetto al primo trimestre 2015 (294 milioni di Euro). In particolare, quest'ultimo dato è principalmente riconducibile all'aumento dei volumi sul comparto della vendita Gas ed Energia Elettrica grazie alle politiche di sviluppo per acquisizione nuovi clienti e alle operazioni di M&A concluse. Al contempo, l'effetto negativo della riduzione dei prezzi delle materie prime, avvenuto nei primi mesi del 2016, è stato più che compensato dall'incremento dei clienti acquisiti.