

Energię kupię od tańszego!

Dariusz Ciepela - 2010-02-13



Mało który rynek rośnie w ciągu roku o ponad 1800 proc. O tyle w roku 2009 wzrosła liczba odbiorców biznesowych, która zmieniła sprzedawcę energii. A to dopiero początek rozwoju rynku.

Z informacji Urzędu Regulacji Energetyki (URE) wynika, że do końca grudnia 2009 r. sprzedawcę zmieniło 1599 odbiorców komercyjnych z grup taryfowych ABC oraz 1035 odbiorców w gospodarstwach domowych.

W roku 2009 nastąpił gwałtowny wzrost liczby odbiorców biznesowych, którzy zmienili sprzedawcę energii. Na koniec roku 2008 było zaledwie 85 odbiorców z grup ABC, którzy zmienili sprzedawcę, w ciągu roku (do końca 2009 r.) ich liczba wzrosła do 1599.

- To bardzo duży wzrost, w porównaniu z wcześniejszymi latami, a nawet miesiącami. Rynek rozwija się dynamicznie. Dane URE dotyczą wyłącznie zmian dokonanych w 2009 r., a wielu odbiorców w ostatnich miesiącach ub. roku przygotowywało zakupy energii na 2010 r., dlatego uważam, że tendencja wzrostowa na pewno utrzyma się także w tym roku -

komentuje **Marek Kulesa**, dyrektor biura Towarzystwa Obrotu Energią, zrzeszającego spółki obrotu energią.

Duża część odbiorców kupuje energię w cyklu rocznym, w związku z tym można się spodziewać, że w 2010 r. będzie więcej takich, którzy zmieniają sprzedawcę. Zdaniem Marka Kulesy, oznacza to, że rynek energii funkcjonuje coraz lepiej.

Mali się rozpychają

Duży wzrost liczby odbiorców, którzy zmienili sprzedawcę energii, to zasługa stosunkowo niewielkich firm zajmujących się handlem energią.

Do największych z małych należy m.in. katowicka spółka Centrozap, która aktywną działalność w zakresie obrotu energią elektryczną na rynku hurtowym rozpoczęła od drugiego półrocza 2008 r. Od ub. roku zajmuje się także sprzedażą energii elektrycznej odbiorcom końcowym. Już w drugim półroczu 2009 r. Centrozap pozyskał siedmiu takich klientów o wolumenie zużycia 25 tys. MWh, a na 2010 r. spółka posiada zawarte już kontrakty na 500 tys. MWh energii elektrycznej. Centrozap sprzedaje energię ponad trzydziestu odbiorcom, wśród których są m.in. Jeronimo Martins Dystrybucja (sieć sklepów Biedronka), Mokate, Lenko, Kombinat Kokschemiczny Zabrze, Fazos, Walcownia Metali Nieżelaznych, Euro Energia, Barlinek Inwestycje, Emalia Olkusz, grupa Shell, EKS Śląska oraz Zakład Produkcji Opakowań Rosiński i S-ka.

- Przewiduje się, że kontrakty zawierane w trakcie roku 2010 zwiększą wolumen energii sprzedawanej odbiorcom końcowym do 900 tys. MWh - przekonuje **Jarosław Latacz** z Centrozapu.

Centrozap oferuje nie tylko sprzedaż energii elektrycznej, ale pełną obsługę w zakresie zmiany sprzedawcy, pełną informację o zasadach funkcjonowania rynku energii elektrycznej (w zależności od potrzeb klienta), nieodpłatny audyt dokumentacyjny i techniczny w zakresie efektywności wykorzystania energii elektrycznej przed podpisaniem umowy (analiza zużycia, dobór taryf, wykonanie profilu zużycia) i okresowe audyty po rozpoczęciu współpracy.

Do aktywnych graczy należy także Kopex SA, zajmujący się hurtowym handlem energią na polskich platformach obrotu oraz na niemieckiej giełdzie energii EEX.

- Energię sprzedajemy także swoim spółkom. Poprawiliśmy olicznikowanie energii i zbilansowaliśmy potrzeby energetyczne spółek z grupy Kopex, dzięki czemu zmniejszyliśmy koszty zakupu i sprzedaży energii na Rynku Bilansującym - mówi **Marian Kostempski**, prezes Kopexu SA.

Dodaje, że ze wszystkich zawartych umów sprzedaży energii elektrycznej jedynie połowa dotyczy firm powiązanych kapitałowo z Kopexem SA. Pozostałe dotyczą klientów zewnętrznych. -W trakcie negocjacji są kontrakty z kolejnymi klientami, z którymi planujemy rozpocząć współpracę w drugim kwartale br. - zapowiada prezes Kostempski.

Wśród klientów Kopexu są firmy zajmujące się produkcją i przetwórstwem rolno-spożywczym, wydobywaniem kopalni, produkcją maszyn i urządzeń oraz handlem i usługami. Spółka sprzedaje energię także do centrum handlowego, dużego ogólnopolskiego banku, hotelu i dealera samochodowego.

- Nie ograniczamy się tylko do sprzedaży. Prowadzimy również projekty w zakresie optymalizacji zużycia energii elektrycznej w procesach produkcyjnych i działania wspomagające gospodarowanie energią elektryczną. Stosowny projekt wdrożony dla spółek z grupy Kopex przyniósł w 2009 r. ok. 20 proc. oszczędności. Podobne rozwiązania oferujemy również innym klientom - podkreśla Kostempski. Wśród najaktywniejszych, niezależnych spółek obrotu jest także katowicki Fiten.

- Sprzedaż energii elektrycznej klientom końcowym rozpoczęliśmy 1 stycznia 2009 r. W pierwszych miesiącach posiadaliśmy kilku odbiorców, pod koniec roku już kilkudziesięciu. Rok 2010 rozpoczęliśmy od współpracy z ponad 60 spółkami z grup A, B i C - mówi **Michał Srebrzyński**, dyrektor ds. sprzedaży Fiten.

Fiten sprzedaje energię odbiorcom końcowym, pochodzącym z różnych sektorów, zużywającym od 2 do 11 tys. MWh miesięcznie, są to m.in. salony samochodowe, sieci sklepów spożywczych, firmy z przemysłu ciężkiego. Wśród odbiorców spółki są także jednostki samorządu terytorialnego kupujące energię m.in. na oświetlenie uliczne.

Fiten ma zawarte Generalne Umowy Dystrybucyjne (GUD) ze wszystkimi Operatorami Systemów Dystrybucyjnych (OSD) na terenie Polski. Oferuje także usługi doradcze.

- Oprócz pomocy przy zmianie sprzedawcy, oferujemy naszym klientom również szkolenia z zakresu mechanizmów funkcjonowania rynku energii elektrycznej w Polsce - dodaje Michał Srebrzyński.

Duży się nie poddają

Duże grupy energetyczne nie przyglądają się biernie działaniom mniejszych podmiotów i starają się zareagować na zmiany na rynku energii.

Enion Energia, spółka obrotu energią z grupy Tauron, podpisała w połowie 2009 r. umowę na sprzedaż energii elektrycznej hucie CMC Zawiercie. Kontrakt, obowiązujący do końca 2011 r., jest kontynuacją wieloletniej współpracy obu firm.

Największym klientem Enion Energia jest ArcelorMittal Poland. Jesienią ub.r. spółka zawarła umowę na sprzedaż energii elektrycznej temu największemu w Polsce producentowi stali. Umowa jest na dwa lata z opcją przedłużenia na kolejne okresy, a wcześniejsze kontrakty były podpisywane tylko na rok.

- Celem Grupy Tauron jest optymalizacja procesów związanych ze sprzedażą energii i obsługą klienta. Odcodzimy od zasady podziału klientów na grupy A, B, C i G, zamiast tego segmentujemy klientów na podstawie wolumenu kupowanej przez nich energii, sposobu płatności i produktów, jakich dany odbiorca potrzebuje. Zamierzamy wprowadzić standard obsługi klienta podobny do tego, jaki obowiązuje w innych branżach, zwłaszcza w telekomunikacji i bankowości. Proces wdrażania takich standardów w Polsce już się rozpoczął i to nie tylko w Tauronie, ale także w innych grupach energetycznych w Polsce - mówi **Krzysztof Zamasz**, wiceprezes zarządu, dyrektor ds. handlowych Tauron Polska Energia.

Do aktywnej walki o klientów końcowych włączyła się także Energa, która na przełomie listopada i grudnia 2009 r. w sześciu miastach poza terenem swojej działalności zorganizowała spotkania z biznesowymi klientami. Energa oferuje odbiorcom indywidualnie ustalane ceny, gwarancje ich niezmienności czy wydłużone terminy płatności. Skorzystały z niej już m.in. Tesco, Nordea, Wienerberger, Vectra i kopalnia węgla brunatnego Adamów.

Dla odbiorców biznesowych Energa, jako pierwsza w Polsce, wprowadziła ofertę "60 dni na opłacenie faktury za energię elektryczną". Wydłużony o 46 dni termin płatności zyskuje popularność, bo pozwala przedsiębiorcom wykorzystać pieniądze przeznaczone na opłacenie rachunku za energię elektryczną na inne pilne potrzeby czy bieżące inwestycje. Przedstawiciele Energi zapewniają, że w obecnej sytuacji gospodarczej jej propozycja może przyczynić się do zasilenia zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw w niezbędny kapitał.

Ponadto firma oferuje promocyjną gwarancję stałej ceny nawet do 2012 roku, niezależnie od podwyżek cen energii. Audyt energetyczny, świadectwa energetyczne czy kompensacja mocy biernej to z kolei usługi, dzięki którym firmy mogą racjonalizować zużycie energii, a tym samym zmniejszyć wydatki na prąd.

- Wzrost cen energii wymusza na wielu przedsiębiorstwach poszukiwanie oszczędności, także w obszarze związanym z zakupem energii elektrycznej. Przygotowaliśmy nową, elastyczną ofertę, która pomoże im obniżyć koszty działalności - zachęca **Treneusz Kulka**, wiceprezes Energi-Obrót, spółki obrotu energią z grupy Energa.

W ciągu ostatniego roku spółka pozyskała 120 nowych klientów biznesowych. Zakłada, że co najmniej drugie tyle zdobędzie dzięki nowej, elastycznej ofercie.

Konkurencja się zwiększy

W najbliższych latach można się spodziewać dalszego zaostrzenia konkurencji na rynku energii.

- Najbardziej dynamicznym rynkiem jest segment odbiorców C, którzy nie muszą przystosowywać układów pomiarowo-rozliczeniowych. Koszt modernizacji układów pomiarowych w dużych przedsiębiorstwach z grup A i B może wynieść nawet kilkaset tysięcy złotych. Wielu odbiorców po prostu nie stać na wydatek tego rzędu -zaznacza Michał Srebrzyński z Fiten.

Jego zdaniem, w przypadku odbiorców z grupy C dużą rolę w przekonaniu do zmiany sprzedawcy energii elektrycznej odgrywa marketing szeptany. Wyjaśnienia klienta, który już zmienił sprzedawcę i ma roczne oszczędności rzędu 15-20 proc, są dla niezdecydowanych najbardziej wiarygodne. Przekonują się, że w czasie tej operacji nie będą mieli przerw w dostawie energii, a zmieni się tylko podmiot wystawiający fakturę.

Aleksander Gromek, prezes Fiten, prognozuje, że rynek energii tak długo będzie się rozwijał, jak długo odbiorcy będą widzieli, że na zmianie sprzedawcy można zaoszczędzić. Nikt nie będzie chciał zmieniać sprzedawcy, jeżeli nie osiągnie żadnych korzyści. Część odbiorców wciąż obawia się reperkusji ze strony dotychczasowego sprzedawcy energii.

- To nie jest bezpodstawa obawa, widać działania utrudniające zmianę sprzedawcy. Co prawda, nastąpiło rozdzielenie funkcji sprzedaży i dystrybucji energii, ale spółki te nadal odwołują się do historycznej, tej samej nazwy - mówi Gromek.

Materiał wydrukowany z portalu www.wnp.pl. © Polskie Towarzystwo Wspierania Przedsiębiorczości 1997-2009