

L'ACQUISIZIONE DA 5 MILIARDI DI DOLLARI POTREBBE ESSERE ANNUNCIATA A GIORNI

Eni vicina al colpo Neptune

Il gruppo si rafforzerebbe sull'asse nord-sud del gas grazie alla presenza del gruppo britannico in Olanda, Norvegia e Germania oltre che in Egitto e Algeria

DI **GUGLIELMO VALIA**
MF NEWSWIRES

Eni è vicina alla conclusione di un accordo per l'acquisizione di Neptune Energy Group per 5 miliardi di dollari che, secondo indiscrezioni stampa, potrebbe essere annunciato entro la settimana. Nessun commento da parte di Eni, interpellata da MF Newswires. Neptune Energy è attiva nell'esplorazione e produzione di petrolio e gas con focus sul Mare del Nord, Nord Africa e Asia Pacifico e ha chiuso il 2022 con ricavi pari a 4,6 miliardi (da 2,5 del 2021), Ebit di 3,2 miliardi (1,5 nel 2021); utile netto di 924,4 milioni (387,2 nel 2021) e indebitamento finanziario netto a 1,69 miliardi (2,1 nel 2021). Il gruppo britannico - posseduto però al 49% da China Investment Corporation, di proprietà dello Stato, al 30,6% dal Gruppo Carley e al 20,4% da Cvc Capital Partners il 20,4% - ope-

ra in otto Paesi, quattro dei quali chiave per Eni nell'oil & gas: Norvegia, Regno Unito, Olanda e Germania in Europa; Algeria ed Egitto in Nord Africa; Indonesia e Australia nell'Asia pacifica. Neptune Energy produce infatti petrolio e gas in località onshore e offshore in tut-



to il Mare del Nord, nel Nord Africa e Asia Pacifico. Nell'ottica dello sviluppo della direttrice Nord-Sud del gas che, nei piani italiani ed europei, andrà a sostituire la direttrice Est-Ovest e quindi le forniture russe, tre dei Paesi in cui Neptune Energy opera so-

no di primaria importanza in quanto produttori. Si tratta di Olanda, Norvegia e Germania. Il gruppo britannico è il più grande produttore di gas nel Mare del Nord olandese; ha partecipazioni in sette giacimenti norvegesi e ha avviato Njord nel 2022 e prevede di avviare Fenja nel 2023. In Germania è invece presente da oltre 130 anni e gestisce e sviluppa giacimenti di gas e petrolio con i partner nel nord-ovest, nell'est e nel sud del Paese. Guardando poi al Pacifico, in Indonesia Neptune ha una collaborazione con Eni e altri partner indonesiani per produrre gnl per l'esportazione nella regione con contratti a lungo termine e gas per il mercato interno per contribuire a soddisfare il crescente fabbisogno energetico del Paese; in Australia sta invece valutando lo sviluppo di Petrel, un grande giacimento di gas situato nel Mar di Timor, che è una delle principali regioni produttrici di gas del continente. (riproduzione riservata)

Acea e Aqp insieme per la tutela idrica

di **Raffaele Colombo**

Acea e Acquedotto Pugliese hanno firmato, in occasione del Water Innovation Summit, un memorandum per lo sviluppo congiunto di progetti di collaborazione sul tema della tutela della risorsa idrica e dell'innovazione tecnologica. L'obiettivo è condividere le rispettive competenze nell'ambito del settore idrico per dotare le infrastrutture nazionali di soluzioni gestionali e operative efficaci e tecnologicamente avanzate.

Con il memorandum, che ha una durata di due anni, si dà avvio a uno scambio di informazioni e di dati, oltre che a un'attività di approfondimento su possibili collaborazioni in diversi ambiti. «Siamo orgogliosi di firmare questa intesa tra Acea e Acquedotto pugliese, ovvero tra il primo operatore del settore idrico (9,5 milioni di abitanti serviti, ndr) e il secondo operatore (4,1 milioni), perché darà una forte spinta strategica in un settore cruciale al servizio del Paese», ha commentato Fabrizio Palermo, amministratore delegato di Acea.

«L'esperienza di Acquedotto Pugliese è all'avanguardia non solo perché gestiamo il più grande acquedotto pubblico d'Europa ma anche per il ruolo che il nostro gruppo», ha sostenuto il presidente Domenico Laforgia, «sta svolgendo sull'utilizzo intelligente della risorsa con un percorso industriale, gestionale e infrastrutturale di cui sono evidenti gli esiti. Per superare le difficoltà è importante fare squadra agendo su una scala che non può essere più solo regionale». (riproduzione riservata)



MF FOCUS

Bilanciare privacy e obiettivi di business, con Google Analytics 4 si può

Una ricerca condotta da Gartner ha rilevato che su 400 marketing manager il 60% ritiene che tracciare i dati bilanciando il rispetto delle norme in materia di privacy e i vantaggi per il marketing sarà una sfida prioritaria nel 2023. Ciò in ragione della crescente sensibilità delle persone ai temi della tutela dei propri dati personali e dei limiti al tracciamento dei dati dovuti, in particolare, ai provvedimenti dei garanti europei in tema di Gdpr e al progressivo abbandono dei cookie di terze parti come sistema di tracciamento. In aggiunta, dal 1° luglio i professionisti del web dovranno dire addio a Google Universal Analytics (GA3) per passare a configurare Google Analytics 4 (GA4) e continuare così a raccogliere dati utili per il proprio business. Di GA4, del tracciamento Server-Side, di privacy e Gdpr per le aziende si parlerà ampiamente, insieme a esperti e specialisti di Digital Analytics ed E-commerce di fama nazionale e internazionale, durante gli interventi formativi del **GA4 Summit**, l'evento di due giorni organizzato da Tag Manager Italia e Ecommerce School in programma a Bologna dal 30 giugno al 1° luglio prossimo.

I dati accurati diventano (e diventeranno) ogni giorno più difficili da reperire e le aziende devono adattarsi sfruttando fonti di dati diverse per personalizzare le proprie attività di marketing



Controllare i tracciamenti del proprio sito web o e-commerce in base ai consensi dati o negati dagli utenti è una delle attività chiave che le aziende devono saper gestire

e per costruire profonde relazioni con i propri clienti. Di conseguenza, il binomio tra privacy, raccolta e analisi di dati accurati diviene più urgente che mai. La vera sfida per il successo delle campagne di marketing aziendali è quella di trovare il giusto equilibrio tra la tutela della privacy degli utenti e il tracciamento di dati utili per prendere decisioni di business efficaci. Come riportato da W3Techs - Web Technology Surveys - l'86% dei siti web ha installato e utilizza Google Analytics. Il motivo per cui la maggioranza delle aziende online utilizza GA4 non è solo per analizzare il traffico e le conversioni del proprio sito web o e-commerce, ma per la sua inimitabile sinergia con i principali strumenti di marketing digitale (ad esempio

Google Ads, YouTube Ads, Facebook Ads, ecc.), che permette di rendere più performanti le proprie campagne pay-per-click.

Al GA4 Summit saranno presenti esperti e influenti specialisti di fama mondiale sulla digital analytics che mostreranno come ottenere un impatto positivo e di crescita sui margini aziendali grazie all'uso strategico di GA4 e della gestione corretta della privacy dei dati degli utenti senza sacrificare la quantità e la qualità dei dati raccolti. Tra i temi che saranno approfonditi durante gli interventi formativi, il monitoraggio delle campagne e le tattiche per avere risultati di livello superiore con **Steen Rasmussen**, esperto a livello mondiale nel campo della data strategy, come anonimizzare i dati degli utenti con **Denis Golubovskiy**, uno dei massimi esperti al mondo di Google Tag Manager Server-Side, il presente e il futuro del tracking server-side con **Matteo Zambon**, Co-fondatore di Tag Manager Italia, Beta Tester di Google Tag Manager e Alpha Tester di GA4. Ma questi sono solo alcuni dei temi e degli speech in programma.

Tra gli altri temi e appuntamenti molto attesi al GA4 Summit vi sono i casi studio reali e i momenti di networking con alcune delle più prestigiose realtà italiane e multinazionali. Si parlerà inoltre di piattaforme e-commerce, report e dashboard, Facebook Ads e Google Ads nonché di applicazioni di intelligenza artificiale.