

## Luce libera

### Il punto debole della liberalizzazione è sul fronte delle famiglie

Milano. Qual è il bilancio della liberalizzazione elettrica, a dieci anni dal decreto Bersani e due anni dopo la completa apertura del mercato, avvenuta il 1° luglio 2007? In generale, il giudizio di esperti e operatori è positivo, anche se restano delle criticità. Anzitutto, riguardo all'attivismo della domanda che, specie per i piccoli clienti (domestici e industriali), non ha dato grandi segnali di vivacità. A oggi, secondo dati che il Foglio ha potuto consultare, poco più del 6 per cento delle famiglie avrebbe firmato un nuovo contratto, mentre sarebbe molto più significativa la quota di piccole imprese che lo hanno fatto, quasi il 20 per cento.

A fronte di ciò, una ridotta fetta di consumatori – rispettivamente, lo 0,2 per cento delle famiglie e il 2,5 per cento delle piccole imprese – avrebbe abbandonato il mercato libero, tornando nella cosiddetta “maggior tutela”, cioè a essere approvvigionati secondo tariffe stabilite dall'Autorità per l'energia ed essendo coperti dai contratti stipulati dall'Acquirente unico (Au), la società pubblica costituita all'indomani della liberalizzazione proprio a questo scopo. In pratica, l'Au servirebbe circa 27 milioni di clienti domestici e 5 milioni di piccole imprese, a fronte di 1,8 milioni di famiglie e 1,2 milioni di piccole imprese che hanno voluto far da sé, approfittando delle diverse offerte provenienti dalle compagnie elettriche. Dice Paolo Vigeveno, amministratore delegato di Au: “La propensione al cambiamento è relativamente elevata per il consumo industriale e commerciale. Viceversa, sia pure con prevedibili differenze al suo interno, è mediamente bassa fra i consumatori domestici che incidono per il 66 per cento nel nostro portafoglio. Ciò nonostante, il trend registrato in Italia è in linea con le altre esperienze dell'Europa continentale”. Il parallelismo con l'apertura di altri mercati è un fattore importante anche per il presidente dell'Autorità per l'energia, Alessandro Ortis, che lo ha ribadito un paio di settimane fa, in audizione al Senato.

Sono dunque le famiglie l'apparente punto debole della liberalizzazione. In parte, questo dipende dal fatto che si tratta di un segmento di mercato scarsamente remunerativo, che risulta quindi poco attraente per i colossi dell'energia e che, per contro, difficilmente può ottenere dal passaggio da un fornitore all'altro condizioni enormemente

più vantaggiose: all'atto pratico, il guadagno può essere nell'ordine di qualche decina di euro – la liberalizzazione vale una pizza, si è malignato. A fronte di questo, i consumatori si aspettano molto di più: un'indagine condotta da Gmpr per la società di ricerca Rie ha rivelato che quasi un terzo dei consumatori sarebbe disposto a cambiare fornitore solo in cambio di un risparmio superiore al 30 per cento, e quasi la metà non si accontenterebbe di meno del 15 per cento. Per certi versi, si assiste a una crescita di consapevolezza, perché l'anno scorso i tre quarti del campione aveva espresso posizioni simili, e addirittura la metà avrebbe considerato l'ipotesi dello “switch” solo in cambio di una bolletta dimezzata (mentre le offerte commerciali si concentrano sulla sola componente energia della bolletta, che incide per circa il 60 per cento del totale, mentre il resto è tariffato dall'Authority). Per Daniela Vazio, l'economista che ha coordinato l'indagine Rie, “il dato sui passaggi al mercato libero è importante, ma ancor più lo è quanti tra questi hanno effettivamente cambiato fornitore, piuttosto che firmare un nuovo contratto con quello vecchio. Se le proporzioni riscontrate nel nostro sondaggio si sono mantenute, possiamo stimare che poco più del 3 per cento delle famiglie lo abbia fatto: è una quota significativa ma limitata. Credo che la percentuale degli “switch” crescerà, più per le pressioni dell'offerta che per il comportamento, ancora scarsamente attivo, della domanda”.

#### Il discusso “tavolo della domanda”

Oltre alla mobilitazione dei piccoli clienti, che però sono una componente essenziale di un mercato dinamico, c'è la questione, ancora aperta, della riforma della Borsa elettrica, fortemente voluta da una parte di Confindustria – il “tavolo della domanda” che raccoglie i grandi consumatori – ma avversata, soprattutto nelle sue prime versioni, da Assoelettrica, l'associazione di categoria delle compagnie elettriche che pure aderisce a Viale dell'Astronomia. Il lungo braccio di ferro si è concluso col raggiungimento di un compromesso, che ha portato, il 29 aprile, a un decreto del ministero dello Sviluppo economico. I principali punti riguardano la creazione di un mercato infragiornaliero, le regole del dispacciamento, e il potenziamento dei mercati a termine, oltre all'introduzione di una maggiore trasparenza. Per rendere efficaci le nuove norme e spremere risultati migliori da quelle vecchie, però, è essenziale un rafforzamento della rete, con l'obiettivo di eliminare le congestioni che oggi impacciano il meccanismo e determinano extra-costi. Gli investimenti, ragiona una fonte confindustriale, sono stati fatti: ora bisogna farli funzionare.

Carlo Stagnaro

