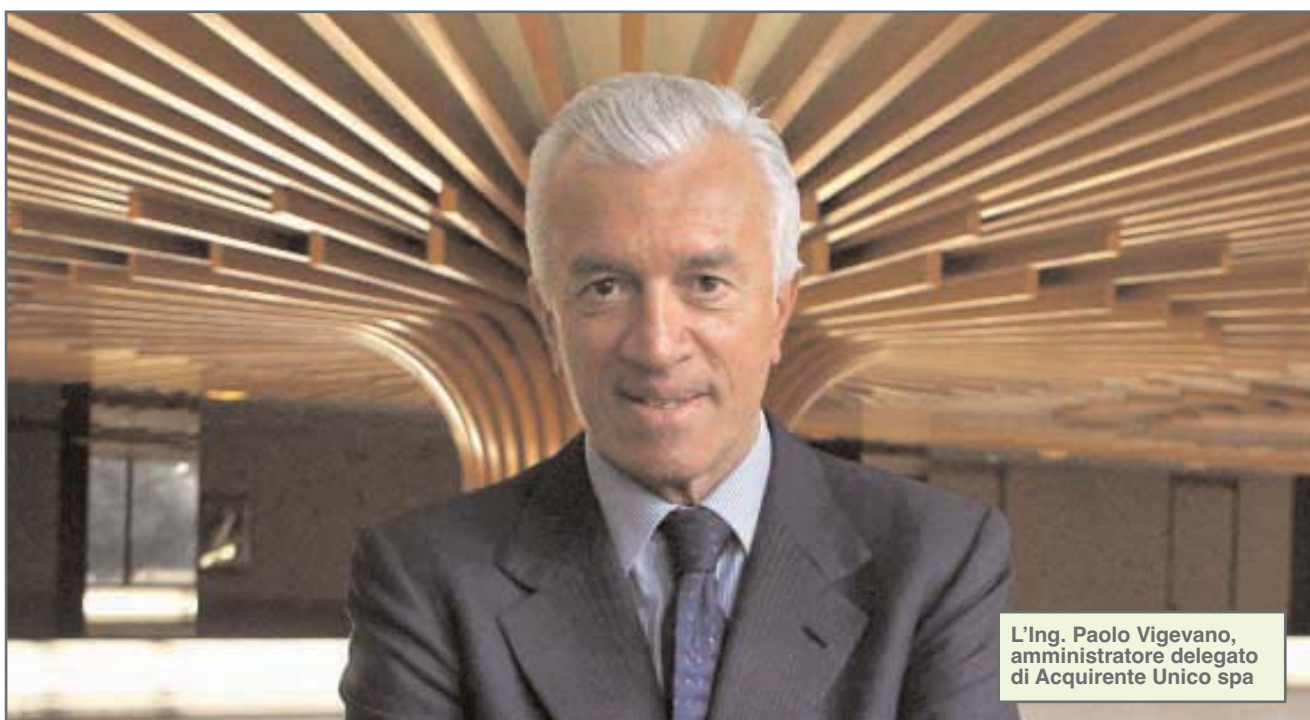


L'INFORMAZIONE PUÒ AIUTARE I MERCATI DELL'ENERGIA POST-LIBERALIZZAZIONE



L'Ing. Paolo Vigeveno, amministratore delegato di Acquirente Unico spa

L'importanza della disponibilità di informazioni e dati in un sistema complesso come quello energetico è un tema spesso soggetto ad analisi e studi. Infatti, la conoscenza degli scenari e delle loro possibili evoluzioni influenza le scelte e le dinamiche che muovono i mercati liberalizzati in settori strategici per il Paese, determinando così conseguenze di lunga portata ed efficacia, nel tempo e nello spazio. L'informazione riveste un ruolo centrale nei mercati liberalizzati, ad ogni livello: sia per la decisione di realizzare un nuovo impianto di generazione, sia per la scelta del piccolo consumatore di cambiare il proprio fornitore di energia elettrica e gas.

Al fine di supportare il corretto funzionamento dei mercati energetici liberalizzati, il legislatore ha voluto, con la Legge 129/10 dell'agosto 2010, la nascita del Sistema Informativo Integrato (SII), affidandone la realizzazione e la gestione ad Acqui-

L'informazione trasparente, corretta e completa riveste un ruolo centrale nei mercati liberalizzati, ad ogni livello: sia per la decisione di realizzare un nuovo impianto di generazione, sia per la scelta del piccolo consumatore di cambiare il proprio fornitore di energia elettrica e gas

rente Unico SpA. Con il SII verrà avviata una gestione dei flussi informativi nei mercati liberalizzati tra gli operatori, con la previsione di un maggiore sviluppo delle dinamiche concorrenziali anche nel segmento dei piccoli consumatori.

Infatti, a causa delle criticità che emergono nello scambio di dati tra distributori e venditori di energia per eseguire il cambio di fornitore, i consumatori possono attendersi dalla competizione nel mercato finale dei benefici ritenuti inferiori a quanto immaginato. La concorrenza potrà determinare benefici duraturi solo quando, attraverso una scelta consapevole, il consumatore potrà premiare l'efficienza del venditore. La vera possibilità di risparmio, sia per il grande sia per il piccolo consumatore, risiede infatti nella produzione e non nella commercializzazione al dettaglio, ove il margine a disposizione delle società di vendita è inferiore al 5% della spesa

complessiva di un cliente medio.

Per aumentare la competizione su questo versante, grazie alla facoltà di cambiare il proprio fornitore, anche il consumatore ha un ruolo attivo nei confronti delle società di vendita, operanti in competizione tra loro. La trasparente, corretta e completa informazione a disposizione degli attori appare quindi fondamentale per il raggiungimento di tale obiettivo.

Nel passaggio da un regime tariffario ad un regime di prezzi che si formano liberamente nel mercato, la principale difficoltà del piccolo consumatore, oltre al limitato potere negoziale, riguarda l'accesso a un'informazione completa. Per tale motivo, un intervento necessario per sviluppare ulteriormente i mercati dell'energia elettrica e del gas consiste nel ridurre le «asimmetrie informative» tra le parti.

Attualmente gran parte dell'informazione è veicolata a milioni di consumatori tramite messaggi pubblicitari (giornali e televisioni), che non bastano però a rendere le scelte consapevoli e ponderate. Proprio al fine di aumentare la consapevolezza dei consumatori e ridurre le «asimmetrie informative», l'Autorità per l'energia elettrica e il gas (AEEG) e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Antitrust), ciascuna per la propria parte e sinergicamente, hanno svolto e continuano a svolgere un ruolo fondamentale nell'ambito del processo di liberalizzazione dei mercati energetici.

Tra gli strumenti di informazione istituzionale che l'AEEG in questi anni ha introdotto vi è in particolare lo Sportello del Consumatore, gestito da Acquirente Unico; senza dimenticare il «Trova offerte» sulla pagina web dell'Autorità e l'«Atlante dei diritti del consumatore». Ciò nonostante, la scarsa conoscenza dei mercati energetici da parte dei consumatori influisce negativamente sul corretto utilizzo di tali strumenti e sugli effetti nel mercato *retail*.

Dal primo luglio 2007, con l'estensione alle famiglie della facoltà di scegliere liberamente il proprio fornitore, 5 milioni tra utenze domestiche e piccole e medie imprese hanno già esercitato il passaggio alle offerte del mercato libero. Si tratta di un numero rilevante ed in costante crescita, inserito in un contesto che, nel solo settore elettrico, annovera più di 36 milioni di utenze. Un tale crescente volume di transazioni incontra, però, limiti negli attuali sistemi informativi di distributori e venditori, concepiti per altri ambiti operativi e con scarse capacità di comunicazione.

Proprio le difficoltà di interazione

La realizzazione del Sistema Informativo Integrato che, affidata ad Acquirente Unico, sarà attuata per fasi successive prima nel settore elettrico e successivamente in quello del gas, consentirà maggiore concorrenza tra distributori e venditori, e di essa beneficeranno anche i piccoli consumatori

tra i sistemi informativi dei distributori e dei venditori incidono negativamente sulla tempestività e precisione con cui vanno espletati i procedimenti amministrativi, sui quali si basa concretamente il passaggio dei consumatori da un fornitore all'altro (lo *switching*). Di conseguenza, parte delle disfunzioni commerciali registrate in questi tre anni sul mercato sono riconducibili a ritardi, inesattezze e resistenze nella disponibilità dei dati per i distributori.

Per stimolare una reale concorrenza, occorre abbattere ulteriormente le altre barriere all'ingresso sul mercato

per i nuovi venditori entranti. La definizione di un sistema integrato non solo potrà aumentare i flussi di informazioni, ma limiterà inoltre i fenomeni critici, come la morosità dei clienti finali, così stimolando maggiore concorrenza nel settore. Per tutti gli operatori è opportuno avere maggiori informazioni per «segmentare» la base clienti, ad esempio rispetto alla loro costanza di buoni pagatori, così da svolgere nel modo migliore la loro funzione commerciale.

Taluni ritengono che il SII sia un progetto molto ambizioso. Si tratta certamente di uno strumento complesso. Anche per questo è opportuno avviare da subito le riflessioni con le parti interessate per minimizzare i costi di integrazione dei sistemi informativi esistenti. Le risorse risparmiate grazie alla nuova e maggiore efficienza del sistema, unite a un'efficace azione competitiva, potranno trasformarsi in sconti sulle bollette, in offerte commerciali mirate e in migliori servizi per i clienti.

Ferme restando le garanzie sulla privacy e sull'accesso ai dati, uno dei benefici legati all'introduzione del SII sarà la riduzione dell'uso opportunistico dello *switching*, cioè il cambio di fornitore da parte di consumatori che non hanno pagato una o più bollette precedenti (il cosiddetto «turismo energetico»). La realizzazione e l'attivazione del Sistema avverranno per fasi successive, a partire dal settore elettrico, per essere estese in seguito a quello del gas. In conclusione, parafrasando lo slogan di una pubblicazione ben nota agli operatori del settore, che recita «L'energia muove la nostra informazione», oggi si può dire che «l'informazione oggi muove l'energia».



Acquirente Unico, lo Sportello del Consumatore