



Relazioni Esterne e Analisi Mercato

Testata:

helpconsumatori
L'agenzia delle assicurazioni

Data:

Lunedì 21 maggio 2012

Energia, la liberalizzazione non basta. Servono consumatori informati

Non bastano la liberalizzazione del mercato dell'energia, e la pluralità di offerte a disposizione, per cambiare il comportamento dei consumatori e convincerli a passare a un nuovo fornitore. Per creare concorrenza e aprire posizioni di monopolio servono consumatori attenti, consapevoli e informati. Ma non sempre questo accade, anche per un eccesso di informazione di fronte al quale gli stessi consumatori finiscono per rimanere semplicemente fermi. È indubbio, allo stesso tempo, che "la tutela del consumatore è una pratica attuale e necessaria nei mercati energetici dominati da forte regime di incertezza e dinamicità".

Allo stesso tempo, "il ruolo dei consumatori, attivo o passivo che sia, sarà la chiave dello sviluppo dei moderni sistemi energetici". Ma quale forma di tutela del consumatore va attuata in mercati liberalizzati? Come si passa dalla tutela del consumatore alla prospettiva più ampia dell'*empowerment*? Di tutto questo si è discusso nel convegno "Il consumatore nel mercato europeo dell'energia", organizzato dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas, da **Acquirente Unico** e dallo IERN (International Energy Regulation Network), nel corso del quale sono stati presentati i risultati di un seminario internazionale che si è svolto lo scorso febbraio presso la Florence School of Regulation.

La partecipazione dei consumatori sta diventando sempre più importante per lo sviluppo del mercato dell'energia, ma per beneficiare dei vantaggi delle liberalizzazioni i consumatori hanno bisogno di informazioni chiare, trasparenti, e forse di essere visti in un'ottica più articolata e plurale: ci sono tanti diversi consumatori, che hanno a disposizione competenze e risorse diverse, e spesso le loro scelte non sono affatto in grado di arrivare a ottenere il massimo guadagno possibile nel mercato concorrenziale.

Detto in altre parole: come emerge dai risultati del workshop di Firenze, le scelte dei consumatori reali sono caratterizzate da propensioni personali, avversione al rischio, da **una consapevolezza non puntuale dei propri consumi** – per cui chi consuma meno della media ritiene di consumare di più, chi consuma più della media ritiene invece di consumare di meno. "La liberalizzazione – è la sintesi di Jean Michel Glachant, direttore della Florence School of Regulation – **augmenta la complessità delle scelte dei consumatori, che non sempre sono in grado di esercitarle**". Basti pensare a recenti ricerche empiriche svolte nei mercati liberalizzati, e riportate anche nella pubblicazione di sintesi distribuita al convegno, da cui emerge che i consumatori a vario titolo "attivi" nello switching sono al massimo il 20%. Nel mercato inglese, ad esempio, il tasso di switching dei consumatori è ancora piuttosto basso e circa il 75% dei consumatori è ancora fornito dall'operatore ex monopolista.

"I consumatori – si legge nella pubblicazione distribuita al convegno e riferita a ricerche empiriche europee – non sembrano in grado di sfruttare al massimo le potenzialità del

mercato concorrenziale; in molti casi arrestano le proprie ricerche appena trovano un'offerta leggermente più vantaggiosa, senza ottenere il massimo guadagno possibile dal passaggio a un nuovo operatore. **Ciò che è più allarmante è che circa un quinto dei consumatori finisce col pagare di più dopo lo switching**".

Fra i problemi che ci sono sul tavolo, c'è quello di incentivare la diffusione delle tecnologie "smart" nei mercati dell'energia, in modo da rendere il consumatore attivo e consapevole, e di definire univocamente il concetto di "consumatore vulnerabile" e destinatario di maggior tutela da parte delle autorità di regolazione.

Sul tappeto c'è il passaggio dalla tutela all'empowerment del consumatore, c'è lo spazio da lasciare alla regolazione e ai regolatori, insieme al bilanciamento fra tutela del consumatore e sviluppo del mercato, come ha evidenziato **il componente dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas Luigi Carbone**: "Bisogna trovare un livello soddisfacente e ottimale di tutela del consumatore, lasciando lo spazio perché il mercato possa funzionare".

Le nuove questioni sul campo, ha detto Carbone, riguardano fra l'altro anche l'eccesso di informazione, l'evoluzione degli operatori di mercato – che cominciano a vedere il consumatore "come un soggetto da curare" – e l'evoluzione dei consumatori. Carbone la spiega così: **"Pluralizziamo la signora Maria. Ci sono tanti tipi di consumatore e dobbiamo adeguare la tutela tenendo conto di questa pluralità"**. Il consumatore cresce, deve crescere e sta crescendo, diventa soggetto attivo del mercato e può anche produrre energia". Da qui la questione: quanto regolare, dove regolare, per garantire tutele ed evitare protezionismo.

"Il sistema italiano di tutela del consumatore nel mercato elettrico, ormai completamente liberalizzato da quasi cinque anni, rappresenta un modello di riferimento che potrebbe essere adottato anche da altri Paesi impegnati in processi di apertura alla concorrenza del settore elettrico – **ha evidenziato Paolo Vigeveno, amministratore delegato della società pubblica Acquirente Unico (AU)** – Con soddisfazione abbiamo registrato l'archiviazione della procedura di infrazione da parte della Commissione Europea, che ha riconosciuto la **conformità ai criteri comunitari del nostro sistema di determinazione dei prezzi dell'energia elettrica** per i consumatori tutelati. Infatti, questi non sono fissati per via amministrativa, ma corrispondono ai costi di acquisto dell'energia elettrica sostenuti da AU, operando nel mercato all'ingrosso italiano ed estero". Secondo i dati di Acquirente Unico, **al 31 dicembre 2011 nel regime di maggior tutela erano serviti 28,5 milioni di utenti** (23,7 milioni clienti domestici e 4,8 milioni piccole imprese), per una domanda complessiva di 84,3 TWh (25,4% di quella totale), approvvigionata da AU.

di Sabrina Bergamini