

Liberalizzazione tra passato e futuro

di Paolo Vigevano

Amministratore delegato di Acquirente unico Spa

Grazie al ruolo di aggregatore della domanda svolto da Acquirente unico, famiglie e medie imprese possono godere dei benefici della competizione sul mercato elettrico come i grandi consumatori di elettricità. In prospettiva occorre proseguire nell'impegno di fornire al consumatore una più adeguata informazione, anche grazie a documenti di fatturazione sempre più semplici e chiari

Con il completamento dell'apertura del mercato elettrico alla concorrenza dal lato della domanda, dal 1° luglio 2007 famiglie e Pmi possono decidere se cambiare o meno il loro fornitore di energia elettrica.

Si tratta del punto di arrivo di un percorso complesso, iniziato ben dodici anni fa, con l'avvio del processo di liberalizzazione del settore dell'energia elettrica, finalizzato a promuovere economicità e sicurezza delle forniture attraverso la realizzazione di un mercato unico efficiente e competitivo.

Un processo che ha comportato una radicale trasformazione del settore da un sistema monopolistico a una realtà caratterizzata dalla presenza di una pluralità di operatori e da una progressiva riduzione del controllo pubblico sulle imprese.

La caratteristica di essere sostanzialmente insostituibile per molti usi finali conferisce al servizio elettrico una valenza "sociale" che è riconosciuta dalla stessa legislazione comunitaria per la quale il cittadino ha il "diritto alla fornitura di energia elettrica di una qualità specifica a prezzi ragionevoli, facilmente e chiaramente comparabili e trasparenti" (servizio universale).

In tal senso, la fornitura di energia elettrica dei consumatori con minore potere negoziale opera in una zona di confine tra logiche di

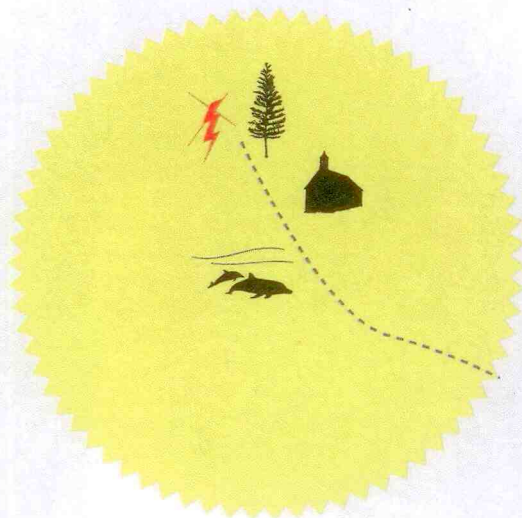
mercato e sistemi di tutela, concorrenza e politiche sociali.

In Italia il modello di tutela adottato è peculiare, e meglio che in altri Paesi riesce a coniugare protezione e promozione della concorrenza, perché opera attraverso meccanismi di mercato.

Il modello organizzativo è incentrato sul ruolo di un soggetto come Acquirente unico (Au), società pubblica che dal 2004 fino al 30 giugno 2007 ha svolto la funzione di aggregazione e approvvigionamento della domanda dei consumatori non ancora liberi di scegliere il proprio fornitore.

In particolare, il sistema di tutela si articola su due distinti livelli: da un lato, il diritto al cosiddetto "servizio di maggior tutela", riservato ai clienti domestici e piccole imprese che non intendono stipulare un contratto nel mercato libero, dall'altro il "servizio di salvaguardia", per le altre categorie di clienti a rischio di disconnessione della fornitura per mancanza, anche temporanea, di un fornitore nel mercato libero. Per i consumatori che restano nel regime di maggior tutela, il prezzo dell'energia elettrica è aggiornato trimestralmente dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas (Aeeg) sulla base dei costi formati nel mercato all'ingrosso, dove Acquirente unico effettua gli acquisti, minimizzando i costi e i rischi connessi alle diverse modalità di copertura del fabbisogno. Grazie al ruolo di aggregatore della domanda svolto da Acquirente unico, famiglie e piccole e medie imprese possono, quindi, godere dei benefici della competizione sul mercato elettrico come i grandi consumatori di elettricità. In materia di politica sociale, dal 2009 (con effetto retroattivo al 1° gennaio 2008) è istituito un meccanismo di tutela specificatamente rivolto ai clienti domestici in situazioni di disagio economico o in gravi condizioni di salute.

« Occorre contenere la patologia di pratiche scorrette di singoli operatori che rischiano di minare la fiducia dei consumatori nel mercato libero »



Il recente decreto legislativo con il quale sono state recepite nell'ordinamento nazionale le direttive del cosiddetto "3° pacchetto energia" ha confermato il suddetto regime di tutela, ma allo stesso tempo ne ha ipotizzato un'evoluzione nel tempo, in particolare per i clienti industriali, in funzione delle condizioni effettive di concorrenzialità presenti nel mercato.

Al riguardo, si deve ricordare che la definizione stessa di clienti vulnerabili è lungi dall'essere un riferimento normativo certo e uniforme a livello comunitario. In questo quadro, si rilevano forti interessi commerciali delle società di vendita, che vedrebbero con favore un equilibrio diverso da quello attuale tra ragioni del mercato ed esigenze di protezione.

La confermata possibilità per il cliente che passi al mercato libero di ritornare al mercato tutelato rappresenta un fattore di sviluppo del gioco concorrenziale. Le imprese del mercato libero, infatti, sono stimolate a proporre ai clienti offerte competitive con quelle del regime di tutela.

Viceversa l'irreversibilità della scelta, come confermato dall'esperienza di altri Paesi, sa-

rebbe stato un disincentivo a passare al mercato libero e quindi un freno allo sviluppo della concorrenza nel mercato retail.

Quali sono i risultati a quattro anni dall'apertura del mercato? In questo periodo circa il 16,5% dei clienti domestici è passato al libero mercato, insieme al 22,4% di piccole e medie imprese. Trend che ci pone tra le *best practice* europee. Proprio per dare una miglior tutela ai consumatori di energia elettrica e venire incontro alla necessità di maggiori informazioni sulle opportunità offerte dall'apertura del mercato, l'Aeeg ha istituito lo "Sportello del consumatore di energia", con un call center e un'Unità reclami gestiti da Acquirente unico. Con quasi un milione di telefonate ricevute e più di 45mila reclami lavorati dal suo avvio, lo "Sportello per il consumatore" è, per volumi, il primo centro di assistenza e tutela dei consumatori del settore pubblico.

Il legislatore ha anche affidato ad Acquirente unico il compito di progettare e realizzare il Sistema informativo integrato (Sii), una banca dati nazionale dell'energia che consentirà un efficiente e rapido cambio del fornitore e una riduzione dei costi di gestione della clientela, con benefici che potranno essere traslati ai consumatori.

In prospettiva occorre proseguire nell'impegno di fornire al consumatore una più adeguata informazione, anche grazie a documenti di fatturazione sempre più semplici e chiari.

In conclusione, i sistemi di tutela del consumatore e quelli di promozione della concorrenza dovranno procedere di pari passo, per l'ulteriore avanzamento del processo di liberalizzazione del mercato.

Nel frattempo occorre anche contenere la patologia di pratiche scorrette di singoli operatori che rischiano di minare la fiducia dei consumatori nel mercato libero.