

Liberalizzazione, concorrenza all'interno del mercato e sviluppo dell'informazione per il consumatore: sono i temi che Paolo Vigeveno, a capo dell'Acquirente Unico, descrive uno ad uno

Un mercato, quello energetico, in costante evoluzione all'interno del quale Acquirente Unico è cresciuto e continua ad ampliare le proprie funzioni; e un ruolo che vede la società lavorare per il consumatore finale insieme alle istituzioni e al fianco degli operatori. A che punto sono la liberalizzazione, la concorrenza all'interno del mercato e lo sviluppo dell'informazione per il consumatore? Abbiamo fatto il punto della situazione con Paolo Vigeveno, da poco riconfermato alla guida della Società pubblica.

Domanda. A che punto è il processo di liberalizzazione del settore elettrico?

Risposta. Quanto fatto fino ad oggi ha portato senza dubbio risultati soddisfacenti e le opportunità per i consumatori, oltre all'entrata sulla scena competitiva di nuovi operatori, ne sono un esempio tangibile. In Italia, però, i mercati energetici hanno ancora molta strada da fare, in particolare modo per ridurre il divario di prezzo dell'energia elettrica con gli altri principali Paesi europei, che continua ad essere elevato nonostante il forte sviluppo concorrenziale. Serve agire per migliorare la diversificazione del mix energetico e per ridurre la dipendenza del nostro Paese dalle importazioni di fonti costose, dipendenti dall'andamento volatile del prezzo del petrolio.

D. Come agiscono i poteri pubblici per far sì che la liberalizzazione sia un processo sostanziale, e quindi non solo formale, di apertura del mercato alla concorrenza?

R. Le azioni che le Istituzioni attuano in questo senso possono essere così focalizzate: in primo luogo stabilendo le



Acquirente Unico tra liberalizzazione e concorrenza

Intervista a Paolo Vigeveno, presidente e amministratore delegato di Acquirente Unico

regole alle quali devono adeguarsi gli operatori nel mercato; successivamente intervenendo per il rispetto delle regole e definendo, per questo scopo, azioni sanzionatorie e repressive; infine, provvedendo alla risoluzione delle controversie tra esercenti e consumatori.

D. Liberalizzazione e quindi concorrenza. Che ruolo gioca quest'ultima nel perseguimento del benessere del consumatore?

R. La concorrenza è, senza dubbio, il primo fattore di tutela del consumatore che si esplica attraverso l'esercizio consapevole del diritto di scelta. Proprio per questo, nel processo di liberalizzazione, non ci si è limitati a conferire al consumatore solo la facoltà di cambiare fornitore, ma si è ritenuto necessario promuovere la sua capacità di valutare correttamente le opportunità offerte dal mercato, sia in termini di prezzi che degli standard di qualità dei servizi offerti. C'è da porre l'accento su quanto detto dal Presidente dell'Autorità, Guido Bortoni, nella relazione annuale al Parlamento, il quale ha messo in evidenza che è importante continuare a prevedere specifiche forme di tu-

tela per i clienti con minore potere negoziale, fino a quando non si è raggiunto un adeguato livello di concorrenza. A tal fine l'Autorità ha avviato un'indagine conoscitiva nei mercati, per acquisire ulteriori informazioni sul grado di consapevolezza dei clienti nella scelta di un'offerta di fornitura, oltre a verificare se i prezzi offerti sul mercato libero siano effettivamente più elevati rispetto a quelli dei servizi di tutela. Infatti sembra che ancora ci sia una sostanziale difficoltà del consumatore a fare propri i potenziali benefici derivanti dalla concorrenza.

D. L'avvio dell'indagine evidenzia, quindi, che manca ancora un'adeguata informazione necessaria a rendere il consumatore realmente consapevole delle opportunità derivanti dalla liberalizzazione. Quali sono gli strumenti e le azioni utili a colmare questa lacuna?

R. Nell'immediato futuro, grazie ai dati che deriveranno da questa analisi, si valuteranno quali potranno essere le azioni più corrette per introdurre una regolazione finalizzata alla maggiore informazione del consumatore e affrontare le criticità che inci-

dono sul comportamento dei clienti finali, rendendo difficoltoso un orientamento consapevole nel mercato libero. In questo contesto, l'Autorità già da tempo ha definito numerose attività e disposizioni proprio a favore dei consumatori e mi limito a ricordare quelle che vedono direttamente coinvolto l'Acquirente Unico: il Sistema Informativo Integrato e il "nuovo" Sportello per il consumatore di energia. Con il primo si vogliono superare le difficoltà fino ad oggi riscontrate nello scambio di dati tra gli operatori, favorendo così sia il cambio del fornitore che lo sviluppo della concorrenzialità, con benefici immediati sia per i consumatori che per gli operatori. Il secondo, invece, può essere considerato uno dei più importanti centri di tutela all'interno delle P.A.

D. Perché si è deciso di rinnovare il progetto operativo dello Sportello?

R. In una realtà nella quale i rapporti tra Istituzioni, Associazioni e consumatori si stanno evolvendo verso una maggiore interazione, si è sentita la necessità di dare maggiore linfa, innovando e potenziando questo strumento, per dare ai clienti finali una maggiore informazione e quindi consapevolezza di scelta. Il rilancio dello Sportello del Consumatore consolida i risultati positivi ottenuti in questi anni e, grazie al rafforzamento dei ruoli affidatigli, concorre ad affermare la centralità del consumatore e a sostenere la liberalizzazione del mercato energetico. L'Autorità ha messo a disposizione dei consumatori e degli operatori uno strumento efficace che evita trafile per risolvere i problemi degli utenti. Sono ormai poche decine l'anno i casi che non trovano soluzione e che sono sottoposti all'Autorità. Con il nuovo Sportello aumenterà l'efficacia della nostra azione, ad esempio riducendo ancora di più i tempi di lavorazione dei reclami e migliorando la comunicazione al consumatore. È un modello organizzativo che potrebbe essere adottato anche da altri settori di servizi al cittadino.



La sede dell'Acquirente Unico a Roma

D. Oltre a supportare le azioni delle Istituzioni, qual è il ruolo di Acquirente Unico all'interno del mercato e per i consumatori?

R. Grazie all'attività di Acquirente Unico, quale aggregatore della domanda, i piccoli consumatori beneficiano di prezzi che si formano direttamente nel mercato all'ingrosso. Infatti, nel mercato di maggior tutela, le condizioni economiche e contrattuali sono stabilite dall'Autorità, sulla base dei costi di approvvigionamento di AU. Si tratta di un sistema di tutela che rispetta le logiche di mercato. Inoltre, il prezzo dell'energia del regime di maggior tutela è un utile riferimento per i venditori del mercato libero, a tutto vantaggio della competitività. L'esperienza di questi anni indica che il sistema di tutela non è in contraddizione con la promozione della concorrenza e anzi contribuisce ad un ruolo attivo del consumatore e al formarsi di dinamiche competitive sul mercato. Tutela verso i consumatori non solo di "prezzo" ma anche, come si diceva prima con lo Sportello e il SII, con precise attività di supporto al cliente finale, come la recente istituzione del Servizio di

Conciliazione, grazie al quale si vuole rendere ancora più proficua la collaborazione con le Associazioni che attraverso la loro rete di sportelli sul territorio potranno aiutare il consumatore nella scelta dello strumento più efficace ed efficiente di risoluzione extragiudiziale delle controversie.

D. In conclusione, guardando il prossimo futuro, quali sono i prossimi passi da fare?

R. È necessario sviluppare un'efficace strategia energetica nazionale nel cui ambito i futuri investimenti devono consentire di ridurre il divario di prezzo dell'energia elettrica. Per questo, nel mercato del gas bisogna puntare ad una migliore integrazione delle infrastrutture fisiche e commerciali con il resto d'Europa, con l'auspicio che una maggiore integrazione porti benefici anche al settore elettrico. Per quanto riguarda l'evoluzione dei sistemi di tutela, assieme ad un'informazione più capillare, ritengo che la sinergia con le Istituzioni e le Associazioni dei consumatori, oltre al mantenimento di forme di protezione, rafforzi la fiducia del consumatore nel mercato libero e faciliti la competitività tra gli operatori. ■