

## **Audizione X Commissione risoluzione Crippa-Squeri**

### **Saluti**

desidero innanzitutto ringraziare la Commissione per aver voluto ascoltare Acquirente Unico nell'ambito del presente ciclo di audizioni.

### **Presentazione e posizione**

#### **Analisi della risoluzione Crippa**

Gli impegni proposti al Governo in una delle risoluzioni oggi in esame ben delineano le questioni di fondo ancora irrisolte nella vendita al dettaglio dell'energia elettrica: concentrazione nell'offerta, ruolo centrale dei distributori (spesso monopolisti locali), una concorrenza che ancora non garantisce il trasferimento di vantaggi effettivi al consumatore finale.

A valle di questa ricostruzione, la Risoluzione Crippa propone due tipologie di intervento: 1) un meccanismo di fissazione mensile dei prezzi per i clienti che non abbiano scelto un fornitore alla data di uscita dalla *maggior tutela* e 2) campagne informative che mettano il consumatore finale in condizione di valutare correttamente le offerte ricevute.

In questo documento esamineremo solo i temi connessi alla formazione del prezzo, mentre, per quanto riguarda la comunicazione, ci limiteremo a una sola considerazione: una delle ragioni principali delle difficoltà in cui si dibatte il mercato *retail* dell'energia è costituita dalla scarsa

conoscenza del prodotto in sé e dell'organizzazione del mercato su cui lo si acquista. Nessuno di noi confonderebbe il produttore di un bene con il grossista del bene medesimo o con il trasportatore che ce lo consegna. Questo, con l'energia, avviene comunemente. La complessità della bolletta e l'incapacità di incidere sui costi contribuiscono a rendere il consumatore di elettricità meno sensibile rispetto al comportamento che assume su altri mercati. Per tale ragione diremo quindi che un massiccio, costante e duraturo ricorso a diversificate, innovative e capillari campagne informative costituisce una necessità quasi altrettanto significativa della stessa accorta organizzazione del settore.

Esaurito questo aspetto, passiamo alla proposta che venga fissato, per la clientela domestica, un prezzo ancorato al PUN. In dettaglio:

1. il prezzo finale dell'energia elettrica è composto da una serie di voci: alcune stabilite da ARERA, altre fissate dal venditore. Tra queste ultime sono comprese la componente energia, la componente vendita e una serie di altre voci che il venditore può determinare autonomamente. Introdurre una norma che imponga ai venditori di ancorare la propria componente energia al PUN non risolve il problema dell'aumento dei prezzi per i clienti, poiché maggiori margini possono essere applicati proprio sulle altre componenti dell'offerta di vendita, determinando prezzi finali più alti. Si verificherebbe la medesima dinamica che interessa le offerte PLACET, in particolare quelle variabili legate al PUN. Sono le meno proposte dai venditori e il loro prezzo, in media, risulta essere più alto del prezzo delle offerte del mercato libero.
2. l'attività di acquisto a PUN, potrebbe essere coerente con le libere scelte di portafoglio di un operatore, mentre risulterebbe incoerente con il mercato libero se discendesse da un obbligo imposto a una platea più o meno vasta di operatori privati costretti ad approvvigionarsi tutti allo stesso modo in ragione di una norma. Se, ad esempio, AU

diventasse un grossista come tutti gli altri, l'approvvigionamento al PUN sarebbe coerente, con l'eventuale mandato del suo azionista pubblico. Una scelta che però non potrebbe essere imposta ad altri;

3. il ribaltamento mensile del PUN avrebbe comunque anche delle controindicazioni. L'esperienza di questi anni dimostra che è significativo il numero dei consumatori che preferiscono affidarsi a prezzi fissi (anche sulla scorta dell'esperienza di altri mercati). Essere esposti a fluttuazioni di prezzo non più trimestrali, ma mensili potrebbe accentuare questa tendenza così come il fatto che, in ragione del modello individuato dalla risoluzione in esame, il prezzo sarebbe noto solo a posteriori (il ribaltamento del PUN non può avvenire che sulla base del prezzo del mese appena concluso). Questa somma di incertezze avrebbe probabilmente l'effetto di spingere molti consumatori verso offerte a prezzo fisso, presenti sul mercato libero, senza che sia migliorata la sua capacità di valutarne la convenienza.

### **Analisi del mercato libero: il prezzo**

Al di là di queste considerazioni, quali elementi possiamo portare, come Acquirente Unico, per valutare se il mercato dell'energia elettrica sta effettivamente dispiegando i suoi effetti benèfici? Partiamo da quello più importante: il prezzo. Della dinamica di prezzo ha già parlato in modo approfondito il presidente Besseghini, indicando un forte differenziale medio tra libero e tutela a vantaggio di quest'ultima.

Ciò non significa che il prezzo della tutela sia imbattibile. Infatti, circa il 6% delle offerte del mercato libero rivolte ai domestici risultano effettivamente più convenienti della maggior tutela. Tuttavia va notato prima di tutto che le offerte più convenienti sono spesso "a sconto" sulla tutela. Scomparendo questo riferimento, è difficile prevedere quale sarebbe il nuovo benchmark: è

possibile però che questo ruolo venga assunto dalla media delle offerte presenti, che è significativamente più alto della tutela stessa.

Altro fenomeno significativo che oggi si riscontra è che le offerte a prezzo più basso sono spesso riservate ai nuovi clienti. Si determina perciò l'effetto paradossale che vede il cliente "fedele" penalizzato, alla scadenza dell'offerta, da incrementi di prezzo sganciati dall'andamento dei mercati all'ingrosso e comunicati con modalità non sempre trasparenti. Dallo sportello del consumatore si rilevano frequenti segnalazioni da parte dei cittadini che non riescono a decifrare il costo dell'energia loro praticato. Vale la pena riflettere su alcune esperienze europee: Nel 2018, il Regno Unito, che è stato il primo paese a liberalizzare il mercato dell'energia elettrica e del gas anche per i piccoli utenti, ha imposto un *cap* di prezzo alla vendita. Un'indagine dell'*Antitrust* britannica del 2016 aveva infatti segnalato proprio l'extra rendita di cui le compagnie fruivano "abusando" dei consumatori meno mobili.

Aggiungo due considerazioni su punti molto dibattuti nel settore.

Primo: le offerte del mercato libero sono prevalentemente a prezzo fisso, mentre la tutela segue l'andamento dei prezzi spot. Ciò è senz'altro vero, ma la convenienza della tutela si verifica anche in periodi di rialzo del PUN.

Secondo: le offerte del mercato libero – si osserva - sono arricchite da servizi aggiuntivi, e ciò può giustificare il prezzo più alto. Anche questo è vero, ma va anche osservato che questa tipologia di offerte costituisce un numero esiguo (10 % del totale). Si tratta di servizi che vanno dai concorsi a premi all'assicurazione sulla casa.

Se il serbatoio della tutela non si è ancora svuotato, forse ciò è attribuibile anche a una offerta che non viene ancora percepita come una alternativa del tutto convincente. Non solo in termini di prezzo, ma di stabilità e sicurezza dell'offerta praticata.

### **Aste Tutele graduali**

Si sono appena concluse le procedure concorsuali per l'assegnazione del servizio delle tutele gradualmente svolte da Acquirente Unico. La pubblicazione della graduatoria denota partecipazione e competizione nelle aree territoriali più "interessanti" in termini di numerosità e qualità dei clienti.

Al contrario, aree considerate meno appetibili non hanno beneficiato di offerte altrettanto competitive. Tra gli aggiudicatari delle gare, sebbene estratti a sorte, figurano solo operatori verticalmente integrati. Va detto, comunque, che la partecipazione alle aste di soggetti che non erano ancora presenti sul mercato al momento della liberalizzazione non è stata particolarmente nutrita.

### **Strumenti a disposizione del cliente**

Le associazioni dei consumatori con sempre maggiore frequenza denunciano pratiche commerciali scorrette, per non dire truffaldine. Immagino che ciascuno di noi, quanto a questo, potrebbe raccontare degli episodi personali. Quali strumenti possiamo mettere in campo per bloccarne l'imperversare?

Gli strumenti a disposizione del consumatore appaiono ancora inadeguati. È ben vero che il consumatore può cambiare fornitore in modo facile e gratuito, grazie al SII, e che le procedure di conciliazione e reclamo contro il fornitore sono gratuite, tuttavia, ci sono molti altri elementi cui sarebbe necessario prestare attenzione.

La legge obbliga gli operatori a caricare tutte le proprie offerte nel Portale Offerte. Ad oggi, però, circa la metà dei venditori censiti non hanno nemmeno un'offerta registrata. È vero che la regolazione consente di non comunicare al Portale offerte dedicate a segmenti specifici di clientela, cioè non rivolti alla generalità dei consumatori, ma è credibile che metà degli operatori offra solo questo tipo di servizio? È credibile che centinaia di offerte siano tutte tagliate su misura del singolo consumatore e quindi possano essere escluse dal Portale?

La questione potrebbe essere forse approcciata tramite l'elenco venditori. Per esempio consentendo l'ammissione ai soli venditori in regola con la pubblicazione delle proprie offerte.

Il portale consumi, attivato da AU, mostra al cliente che vi accede se sia in corso un processo di voltura o di *switching* su una delle sue forniture. Questo *alert*, però, è efficace solo a condizione che il consumatore acceda regolarmente al portale. In realtà - con l'autorizzazione del consumatore - sarebbe possibile fornire informazioni su variazioni contrattuali in tempo reale, attraverso una semplice *app* dedicata. AU sarebbe in grado di svilupparla in tempi rapidi, ove se ne disponesse l'attivazione. Questa semplice pratica potrebbe contribuire molto a contrastare i contratti non richiesti.

Infine, guardando fuori dal settore energetico, va detto che nel nostro paese, a fronte di problemi analoghi, sono state adottate misure giudicate particolarmente efficaci: il divieto di tacito rinnovo delle assicurazioni auto, introdotto circa nove anni fa, costituisce un precedente interessante, che ha ben retto alla prova del tempo.

### **Contrasto a comportamenti opachi o fraudolenti**

Le cronache hanno varie volte, negli anni, segnalato comportamenti scorretti di operatori le cui conseguenze impattano sull'equilibrato funzionamento del sistema.

Per mitigare tali fenomeni è possibile valorizzare l'uso del Sistema Informativo Integrato, che è nato per consentire il buon funzionamento del mercato. Il SII potrebbe segnalare, sulla scorta di principi e regole da definire, comportamenti anomali meritevoli dei necessari approfondimenti a tutela degli operatori corretti e dei consumatori.

## **Conclusione**

Consentitemi, a conclusione, solo poche battute. Quelli che ho voluto tratteggiare, in questa sede, sono una serie di fatti per come l'Acquirente Unico li vede, quotidianamente, nella sua attività e nelle attività di monitoraggio e ricerca che svolgiamo sulla base dei compiti che ci sono stati assegnati. Fatti che speriamo possano essere utili per i vostri lavori.

Quel che mi preme mettere in evidenza è la multidimensionalità della questione in discussione. Spesso si fa l'errore di soffermarsi sul prezzo, sulle pratiche commerciali, sull'informazione e via di seguito. A me pare evidente che tutte queste questioni debbono essere prese in considerazione insieme. Non mi pare sufficiente limitarsi a dire che i clienti debbano essere sottoposti ad un esodo forzato entro una data prestabilita, attraverso un sistema di aste che rischia di trasformarsi in una versione della tutela paradossalmente ancor più amministrata dell'attuale. Senza considerare gli ulteriori rischi: la possibile impreparazione del mercato nella gestione dell'entrata repentina di milioni di consumatori in breve tempo (come richiesto dall'Antitrust); criticità per gli operatori della distribuzione, con i connessi problemi occupazionali; amplificazione delle opportunità per operatori improvvisati e conseguenti operazioni truffaldine (già oggi l'esistenza stessa di una data viene strumentalizzata nelle pratiche commerciali più aggressive).

Il processo di uscita naturale dalla tutela è in corso e vede ben più di un milione di passaggi l'anno, pur in presenza di un mercato segnato dalle criticità di cui abbiamo detto. Accelerare l'uscita potrebbe avvenire più facilmente attraverso l'adozione di misure che rafforzino il senso di sicurezza

del consumatore, piuttosto che imponendo scadenze che molti cittadini vivono come una minaccia. Se il processo è lento, quel che potrebbe accelerarlo è lo stimolo, anche normativo, all'adozione di modelli che garantiscano un mutuo beneficio per operatori e consumatori. Valutando attentamente, in parallelo, le necessità di quei clienti vulnerabili che non raggiungeranno mai (o perderanno col tempo) il livello di comprensione necessario per orientarsi in un mercato di cui – è bene ribadirlo - non possono fare a meno.

Sulla scorta di tali valutazioni, la missione di AU potrebbe essere ridefinita in termini di accompagnamento nel superamento della maggior tutela; accompagnamento associato ad eventuali missioni che, guardando ai vulnerabili e ai soggetti in povertà energetica, assolvano a obiettivi di politica pubblica, nel rispetto delle regole di mercato, valorizzando la natura di soggetto pubblico, terzo e sganciato da interessi commerciali che caratterizza da sempre Acquirente Unico.