



**16° Energy Summit 27 09 2016**

## **“Un mercato retail liberalizzato... e che funzioni!”**

**Intervento di Andrea Péruzy, Presidente ed Amministratore Delegato di AU**

La 16° edizione dell'Energy Summit si tiene in una fase cruciale per il sistema energetico italiano. Siamo infatti quasi alla conclusione del percorso che fissa al 1° luglio 2018 il superamento del servizio di Maggior Tutela, che oggi acquista energia per circa 24 milioni di utenze, pari a non meno dei due terzi della popolazione italiana.

Lo ripeto: due terzi della popolazione italiana. Tenere presente questa cifra imponente ci aiuta a cogliere qual è la vera posta in gioco. La vera sfida della ulteriore liberalizzazione che si profila non è spingere dei clienti, fino ad oggi restii, ad affrontare il mercato. La questione non è esercitarsi in analisi sociologiche per stabilire se questi consumatori sono pigri, sono spaventati dal mercato, sono anestetizzati dall'abitudine o tutte queste cose assieme. La vera questione, su cui vorrei oggi sollevare la vostra attenzione, è “quali azioni possiamo da ora mettere in campo per stimolare un ruolo attivo nella domanda di energia”.

Tutta la liberalizzazione fino ad oggi ha avuto una logica discendente: liberiamo l'offerta, poi la domanda reagirà. Si tratta di un'impostazione cui hanno rinunciato per primi gli inglesi, che l'hanno teorizzata. Chi ha avuto la cortesia di partecipare al convegno organizzato in luglio dall'Acquirente Unico proprio per far conoscere gli esiti operativi di un'indagine sul mercato *retail* dell'energia in UK sa bene di cosa parlo. Per gli altri, riassumo con la battuta fatta qualche tempo fa da un commissario dell'Autorità per l'energia inglese, Ofgem: la nostra idea per cui la piccola spinta sommata di milioni di consumatori avrebbe provocato un'azione procompetitiva di stimolo per le imprese si è rivelata sbagliata.

Voi direte, Acquirente Unico “fa il giapponese nella giungla” cercando di sostenere che se si lasciasse svolgere il servizio alla società, tutto andrebbe meglio. Assolutamente no. Al contrario; io vengo a mettervi in guardia sul fatto che il successo di Acquirente Unico, misurato nella scarsa “voglia” del consumatore di cercarsi un fornitore sul mercato libero, deve suonare come un campanello d’allarme per gli operatori. Nel mercato *retail* dell’energia c’è qualcosa che non sta funzionando. E questo qualcosa è il modo in cui abbiamo immaginato che la domanda possa partecipare al mercato. In una formula semplice, ma spero non semplicistica: abbiamo guardato troppo al modo in cui funziona la telefonia.

È un errore. Lascio ancora una volta ai sociologi la spiegazione più raffinata sul perché. Io mi limito a rilevare empiricamente che è così, avanzando una considerazione da uomo della strada. Mia madre sa usare whatsapp perché per lei equivale alle foto dei nipoti. Mi date un solo buon motivo perché mia madre si interessi all’energia elettrica o al gas? Specie considerato che questo motivo non è il prezzo che, come ormai sanno anche le sedie, è poco stimolante.

Acquirente Unico non può istituzionalmente essere contrario al superamento del servizio di maggior tutela. Vi ricordo che il Servizio nasce proprio per essere superato dalla naturale uscita dei clienti verso il mercato libero, quindi la cosa ci è ben chiara fin dall’inizio. Lasciatemelo dire, senza alcuna polemica: mi fanno sorridere le periodiche rimostranze di alcuni rappresentanti delle imprese del mercato libero che continuano a ripetere che “non è vero che il mercato tutelato è sempre più conveniente del mercato libero”. Mi fanno sorridere per due motivi, il primo è che alcuni numeri che vengono gettati nella discussione sono palesemente sbagliati, come il fatto che alcuni aumenti dell’energia da un trimestre all’altro possano dipendere dalle strategie di AU. Acquirente oggi si approvvigiona per la stragrande maggioranza a PUN (e su questo, forse sarebbe opportuno riflettere), mentre i contratti già in essere sono noti in anticipo e il loro impatto è costante. Non è matematicamente possibile che queste oscillazioni dipendano da AU, cosa che persone esperte non possono non sapere. Ma fin qui, transeat: un po’ di esagerazioni retoriche non si negano a nessuno. Il problema vero è proprio che il mercato libero DEVE essere più conveniente di un servizio svolto con mille vincoli da un operatore pubblico che non fa niente per trattenere i propri clienti. Il mercato libero DEVE essere più stimolante, accattivante, coinvolgente di un servizio indifferenziato e senza possibilità – né pretesa – di fornire alcun tipo di valore aggiunto. Il mercato libero esiste proprio per essere tutto questo. Il problema è che non lo è. Al punto che noti ed esperti esponenti di questo mondo alzano il dito e dicono “in questo trimestre il

mercato libero è stato più conveniente del tutelato”. Ammesso che sia vero, io dico: e allora? È questo che si richiede al mercato.

Oggi i clienti in maggior tutela, attraverso Acquirente Unico, pagano un prezzo dell’energia il cui valore non sta nell’essere alto o basso, ma nel riflettere la concorrenza del mercato all’ingrosso. Mi riferisco, ovviamente, alla sola componente di approvvigionamento (esclusa la commercializzazione). Nel passaggio al mercato libero, la vera domanda non è se i consumatori pagheranno prezzi alti o bassi: quello dipende da mille fattori che si chiamano “dinamiche di mercato”. La vera domanda è se i prezzi che pagheranno continueranno a essere congrui e trasparenti. Dipende dagli strumenti di cui disporranno, affinché il rapporto con l’operatore non sia sbilanciato.

A questo proposito lasciatemi essere piuttosto chiaro: guardiamo ai recenti eventi che hanno caratterizzato il mercato dei servizi di dispacciamento, provocando ripercussioni sul consumatore finale che hanno determinato pronunciamenti della giustizia amministrativa, indagini dell’Autorità, discussioni in Parlamento.

I consumatori, così come le associazioni consumatori, hanno avuto contezza del fenomeno solo grazie al prezzo della Maggior tutela, che è un prezzo trasparente. Sappiamo con certezza qual è stato l’impatto dell’uplift sul consumatore della maggior tutela (purtroppo noi come AU, lo sappiamo ex post e non possiamo fare nulla per evitarlo, sia inteso). Ma sul mercato libero qual è stato l’impatto? Sicuramente c’è stato ma non ne abbiamo evidenza. Qualche rappresentante degli operatori dice che non c’è stato, ma la realtà è che l’unico modo per saperlo sarebbe che gli operatori esibissero i propri costi.

Ecco, la trasparenza è un valore che non dobbiamo perdere con l’abolizione della maggior tutela. E’ uno strumento di consapevolezza di cui non dobbiamo privare il consumatore. Occorre riflettere sull’opportunità di mantenere dei segnali di trasparenza che permettano al cliente di percepire eventuali anomalie di mercato.

Per tutte queste ragioni, noi crediamo che l’esperienza di Acquirente Unico possa essere valorizzata anche in futuro, per il suo ruolo di società terza e pubblica che supporta l’evoluzione del mercato.

Bene, Acquirente Unico, come capite dalle mie parole, è un soggetto che già da tempo pensa se stesso ben oltre la sua denominazione: è una società che fornisce diversi servizi, sempre con la mission di tutelare gli interessi dei consumatori e sostenere la concorrenzialità del mercato.

Una maggiore informazione e consapevolezza dei consumatori sono condizioni indispensabili, anche se non sufficienti, per il buon funzionamento del mercato.

Il mercato del futuro sarà effettivamente funzionante solo se nasceranno servizi che offriranno al consumatore gli strumenti per poter davvero essere attivo. Allora sì che gli operatori verranno stimolati ad essere più competitivi. Non si può semplicemente lasciare che il consumatore impari dai propri errori, oppure introdurre artifici regolatori, le cui conseguenze rischiano di essere dannose per tutti. Bisogna introdurre degli strumenti semplici, funzionali e terzi.

Il Sistema Informativo Integrato è proprio uno di questi strumenti. Nasce per gli operatori, al fine di garantire che i flussi informativi tra i numerosi soggetti della filiera avvengano in modo corretto e senza conflitti di interesse. Grazie a un sistema centralizzatore che gestisce, in piena terzietà, i processi del mercato gli operatori sono in grado di competere alla pari.

Evito di ripetere cose che ci siamo già detti e sorvolerò anche su palesi successi del Sistema Informativo Integrato, come l'esecuzione del cambio di fornitore nel rispetto della normativa europea, passando dai precedenti 2/3 mesi alle 3 settimane previste dalla Direttiva UE. Tralascio di ricordare come il SII permetta il corretto svolgimento di tutti i processi fondamentali che coinvolgono soggetti diversi (quali attivazioni, disattivazioni, volture, ecc.) senza influenze di parte.

Voglio arrivare al punto: il SII non è una semplice infrastruttura tecnologica, ma una "rete attiva". In origine è stato pensato per gli operatori, ma può essere un potente strumento anche per i consumatori.

Il SII ha già iniziato la raccolta delle misure e gestirà la banca dati consumi di tutti i clienti e con l'introduzione dei contatori 2G riceverà i consumi effettivi con dettagli al quarto d'ora di tutti i clienti. Un patrimonio informativo immenso che il consumatore potrà sfruttare per essere consapevole dei suoi consumi e per valutare le offerte commerciali che vi si adattano meglio.

Non solo, anche gli operatori avranno la possibilità di customizzare le loro offerte per i consumatori: potendo infatti conoscerne i profili e le esigenze, si creerà finalmente lo spazio per vere politiche commerciali, al momento di difficile attuazione, vista anche la scarsità delle informazioni.

Finora l'unica cosa che si è vista è un po' di comarketing e qualche raccolta punti. Qui voglio fare un appello agli operatori: aumentiamo ancora di più l'attenzione al cliente! Altrimenti il cliente si convincerà definitivamente che l'unico obiettivo delle imprese è "mettersi in tasca" la fornitura e poi usarla come una rendita da sfruttare.

Mi permetto di esporvi un rischio che intravedo: in un momento di timore sociale diffuso, per cui si plaude alla chiusura delle frontiere e si richiede un maggior controllo, in senso generale, su tutto, credete passerà molto tempo prima che il coro della richiesta di ritorno ai prezzi regolati si faccia assordante, se si consoliderà la sensazione per cui "consumatore energetico uguale rendita garantita"? E credete che contro questo coro basterà invocare "le direttive"?

Il superamento della maggior tutela offre delle grandi opportunità per tutto il mercato: lato offerta e lato domanda. A patto che si abbandonino quelle pratiche commerciali che finiscono per creare solo scetticismo e sfiducia dei consumatori e ci si orienti ancora di più verso i servizi a valore aggiunto per il cliente.

Offerte innovative e customizzate, un vero *demand side management*, una partecipazione veramente attiva della domanda al mercato.

Tutto il contrario quindi delle offerte con servizi aggiunti "civetta" o irrilevanti, che tendono semplicemente a confondere e a volte persino ingannare il consumatore.

Ma di queste opportunità future – lasciatemi concludere con un po' di pubblicità – parleremo il prossimo 16 novembre, in un convegno che si svolgerà presso la sala auditorium del GSE, casa madre che gentilmente ci ospita, e che vedrà la partecipazione dell'Autorità e delle associazioni di operatori. Parleremo di questi temi, del futuro dell'offerta, del futuro di un soggetto centrale pubblico e terzo. Ci vediamo lì.