

A C Q U I R E N T E U N I C O S P A

PAOLO VIGEVANO: ORA I CONSUMATORI AL CENTRO DEL MERCATO ENERGETICO



di Paolo Vigevano, amministratore delegato di Acquirente Unico spa

« Con il progredire della liberalizzazione del mercato il consumatore ha assunto il ruolo di comprimario, ma deve divenire anche consapevole delle opportunità che ha »

completa apertura dei mercati il consumatore era «passivo» alle dinamiche di settore, essendo l'ultimo anello di una catena verticalmente integrata di un monopolista fornitore di un servizio pubblico.

Con il progredire della liberalizzazione, il consumatore ha invece gradualmente assunto un ruolo di comprimario, proprio perché è aumentato il suo potere negoziale di cui non conosce però tutte le reali potenzialità. Il successo di un mercato liberalizzato viene sancito da quanto è alta la dinamica competitiva, la quale però non può produrre i propri effetti positivi se il consumatore non viene pienamente coinvolto e reso consapevole delle opportunità derivanti dalla liberalizzazione. Perché ci siano effetti concreti e di lunga durata servono, quindi più informazione e un sistema di tutele a supporto del consumatore, in considerazione della peculiarità e della complessità del settore. L'apertura del mercato ha portato del resto ad una costante crescita del numero di operatori che, per ampliare il por-

© R. CASATI

Qual è il rapporto tra liberalizzazione e i consumatori? Come si stanno evolvendo il mercato energetico e le forme di tutela? L'informazione che ruolo gioca? Questi ed altri interrogativi sono stati dibattuti nel convegno «Consumer Protection in Europe», organizzato dalla Florence School of Regulation - Istituto Universitario Europeo (Eui) in collabo-

razione con Acquirente Unico, durante il quale le istituzioni, le imprese e le associazioni dei consumatori hanno messo a confronto le diverse esperienze. La liberalizzazione del settore energetico e la conseguente evoluzione del mercato hanno posto il consumatore al centro di questo processo che, tra i suoi obiettivi principali, ha quello di fornire ai cittadini ed alle imprese servizi migliori a prezzi più bassi. Prima della

tafoglio di clienti, hanno messo in atto strategie per acquisire maggiori quote di mercato. Quindi, è facile intuire che il consumatore si è trovato al centro «del contendere», oggetto di politiche commerciali a volte aggressive o poco chiare, con notevoli difficoltà nel valutare l'offerta più adatta alle proprie esigenze.

Fatte queste premesse, si riscontra che le esperienze nei diversi Paesi europei presentano alcune caratteristiche comuni. Un esempio concreto è quanto sta facendo l'Ofgem, organo di regolazione britannico che, al fine di garantire un'informazione più trasparente e capillare possibile e forme di tutela maggiori, ha ultimamente avviato una riflessione sul mercato domestico, ipotizzando l'introduzione di un numero minimo di offerte tariffarie standard a cui gli operatori si devono attenere. Quest'operazione, secondo il regolatore inglese, serve a semplificare il più possibile la moltitudine di offerte, ad oggi sono oltre 450, con il fine di renderle più trasparenti e soprattutto comparabili. Confrontabilità, concorrenza e tutela sono i temi su cui il dibattito è aperto sulle linee guida da seguire per consentire al consumatore di avere tutti gli strumenti utili per usufruire delle opportunità derivanti dal processo di liberalizzazione. Comunque, il panorama delle liberalizzazioni in Europa, indica che non c'è una ricetta unica per tutti i Paesi e, quindi, i sistemi di tutela vanno considerati all'interno dell'assetto di mercato che ciascun Paese ha voluto darsi.

Per quanto riguarda il nostro Paese, le scelte del legislatore italiano hanno portato ad un assetto di mercato che vede le imprese di distribuzione spesso presenti anche nel settore della produzione di energia. Per questo, la funzione di minimizzazione del costo e del rischio di prezzo per i piccoli consumatori è stata opportunamente affidata ad un soggetto come Acquirente Unico, che, grazie agli acquisti su larga scala a favore di famiglie e piccole e medie imprese, si inserisce tra i produttori da una parte e i distributori e i venditori dall'altra.

I tassi di cambio di fornitore registrati in oltre quattro anni e mezzo dal completamento dell'apertura del mercato, confermano peraltro la validità di tale scelta, in quanto si collocano nella media delle migliori esperienze europee. Acquirente Unico è ben consapevole che i sistemi di protezione del consumatore devono, in termini di trasparenza,



Un momento del convegno «Consumer protection in Europe»

« Acquirente Unico è ben consapevole del fatto che i sistemi di protezione che i consumatori hanno a propria disposizione devono adeguarsi nel tempo ai cambiamenti del mercato in termini di trasparenza, concorrenzialità e soddisfazione del cliente finale, che deve essere sempre informato e tutelato »

concorrenzialità e soddisfazione del cliente finale, adeguarsi nel tempo ai cambiamenti del mercato.

Nel corso del dibattito è emersa inoltre la necessità di forti interrelazioni tra gli organi istituzionali e le associazioni dei consumatori a livello sia nazionale che europeo, anche con la condivisione delle migliori pratiche attuate nei diversi Paesi per la tutela del consumatore. In questo contesto in costante evoluzione, dove il nodo fondamentale è quello di fornire migliori strumenti al consumatore, un ruolo importante potranno rivestirle le nuove tecnologie che trasformeranno le attuali reti di distribuzione in «smart grids». Proprio i contatori digitali elettronici, per esempio, permetteranno ai consumatori da una parte

di avere un canale diretto e costante con il proprio fornitore di energia e, dall'altra, di utilizzare tutto quanto a loro disposizione per gestire nel modo migliore e monitorare i propri consumi. Un altro campo di applicazione sarà la gestione efficiente delle produzioni domestiche di energia elettrica da fonti rinnovabili, in costante diffusione nel territorio: sono circa 350 mila gli impianti. Sia le Autorità di regolazione che le Associazioni dei consumatori hanno posto l'accento sul fatto che i costi e i benefici delle smart technologies devono essere analizzati attentamente, per evitare che le bollette dei consumatori siano gravate da maggiori oneri.

Per promuovere uno sviluppo corretto del mercato, che tenga conto della promozione dello stesso, sia della tutela dei consumatori, c'è bisogno certamente di tecnologie funzionali e di infrastrutture che garantiscano la sicurezza. A tal fine, anche le Autorità di regolazione devono essere «smart», cioè capaci di guidare il cambiamento attraverso flessibilità ed efficienza.

In conclusione, è facilmente deducibile che il successo di un modello di mercato si può definire tale nella misura in cui ogni attore di esso possa svolgere appieno il proprio ruolo, dove le regole siano ben delineate, dove la comunicazione sia capillare e di qualità, dove i sistemi di risoluzione delle controversie vengano affidati a soggetti terzi e indipendenti e, infine, dove il sistema di tutele sia a favore del consumatore, creando fiducia verso le istituzioni, a tutto vantaggio della concorrenzialità. ■