



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

**RIFORMA DELLE TUTELE DI PREZZO NEL
MERCATO RETAIL DELL'ENERGIA ELETTRICA E
DEL GAS NATURALE**

Aprile 2016

Premessa

Confcommercio condivide l'obiettivo generale della riforma del mercato retail volto alla promozione dell'uscita **volontaria** dei clienti finali dalle attuali tutele di prezzo tenuto conto di quanto prevede il DDL sulla concorrenza, che di fatto rende tale passaggio non solo obbligatorio ma anche istantaneo al 1° gennaio 2018, e considerata la necessità impellente di completare il percorso di apertura del mercato retail dell'energia.

A tal riguardo, Confcommercio sostiene il percorso di avvicinamento ad un mercato che per le PMI possa essere completamente liberalizzato e accompagnato da opportuni strumenti per la confrontabilità delle offerte e, soprattutto, da un sistema rafforzato di tutela della fornitura valido per tutti i mercati (es: rateizzazione importi anomali obbligatoria anche per le PMI servite nel mercato libero).

Pertanto la proposta di accompagnare con gradualità l'utente al mercato libero ipotizzata dall'Autorità per l'energia presenta elementi senz'altro positivi e la sua implementazione risulta essere funzionale al disegno di un mercato retail efficiente e concorrenziale. Confcommercio crede che le utenze non domestiche debbano avere un trattamento difforme da quelle domestiche (come ipotizzato al DCO 421/2015) per evitare che su di esse si imputino inefficienze originate dalla rigidità della domanda domestica e dall'arretratezza dei sistemi di misura del comparto domestico. Pertanto il risultato della riforma non è affatto scontato e la presenza di diverse criticità, che saranno illustrate in risposta ai quesiti posti in consultazione, rende l'operazione molto rischiosa in termini di onerosità per il cliente finale che di fatto non maturerà la giusta consapevolezza per entrare gradualmente o meno nel libero mercato.

Risposte ai quesiti

Confcommercio ritiene utile proporre un cambiamento della terminologia "**tutela-simile**" che a nostro giudizio non è funzionale all'obiettivo di educare l'utente al passaggio al mercato libero. Tra maggior tutela e tutela simile c'è il rischio che non sia percepito il cambiamento rilevante che si cela dietro un'offerta praticata su condizioni effettive di libero mercato non più intermedie dall'Acquirente Unico. Deve essere chiaro che con l'ingresso in regime di Tutela Simile viene meno la tutela di prezzo e, pertanto si deve mettere in risalto di più la somiglianza con la metodologia di approvvigionamento del libero piuttosto che con la garanzia di un contratto

sorvegliato tipico della tutela. Non si formulano proposte specifiche ma per rendere bene l'idea andrebbe ipotizzato una terminologia del tipo "mercato libero sorvegliato".

Q1 Si condivide l'orientamento in tema di modifica della disciplina del deposito cauzionale? Q2 Si condivide l'orientamento in tema di modifica della disciplina della rateizzazione?

In riferimento alle domande poste in consultazione si condivide la modifica della disciplina del deposito cauzionale e l'orientamento sulla rateizzazione ma andrebbe chiarito che l'utente finale possa attivare una nuova fornitura (no switching) per il tramite del portale della Tutela Simile (di seguito TS) fornendo tutte le garanzie necessarie (ad es: documentazione inerente l'ubicazione della fornitura).

Q3 Si condividono le valutazioni dell'Autorità circa le implicazioni che il passaggio a una metodologia di determinazione ex post comporterebbe e, pertanto, l'orientamento al mantenimento di modalità di definizione ex ante con esclusivo riferimento al prezzo del mercato del giorno prima?

Confcommercio ritiene più idonea, per le categorie rappresentate, la proposta contenuta nel DCO 421/2015 di optare per una metodologia di determinazione del prezzo ex-post. Tra l'altro il prezzo del mercato del giorno prima è noto l'ultimo giorno del mese e quindi 10-15 giorni prima delle scadenze per la fatturazione. Termini questi che possono essere congrui e paragonabili all'inserimento di un nuovo listino. Tale considerazione è ulteriormente valida se si ipotizzano limiti alla numerosità dei clienti potenzialmente aderenti all'offerta di ciascun operatore e se l'Autorità preveda la possibilità per i fornitori di inserire scontistiche differenziate per tipologie di utenze (es: PMI sopra 55 KW consente potenzialmente sconti maggiori).

Gli aspetti rilevanti della metodologia ex-post sono:

- Maggior Economicità (non vi sono costi generati dall'errore di previsione);
- Maggior aderenza al segnale di prezzo generato sul mercato all'ingrosso;

Con la metodologia ex-post si eviterebbe il costo dell'errore previsionale degli ultimi tre mesi di fornitura in TS che rimarrebbe in capo agli utenti del servizio di maggior tutela riformato.

Quindi la proposta di Confcommercio è di differenziare, rispetto a quanto proposto nel DCO le modalità di determinazione del prezzo tra utenze domestiche e utenze non domestiche e prevedendo per quest'ultime una modalità ex-post.

Tale modello potrebbe prevedere in aggiunta, al fine di limitare il rischio volatilità insito nella metodologia ex-post, di prevedere per tutti gli utenti del servizio di maggior tutela riformato (di seguito SMTR) una metodologia ex-ante.

Si avrebbero quindi differenti metodologie:

- TS non domestica (ex-post) [non generano aggravii su PPE]
- TS domestica (ex-ante)
- SMTR (ex-ante)

Q4 Si concorda con l'eventualità che la stima del costo di acquisto di Acquirente unico sul mercato del giorno prima sia effettuata da un soggetto terzo in possesso di requisiti di professionalità e indipendenza? Chi si ritiene possa essere tale soggetto terzo?

Confcommercio ritiene opportuno che la stima del costo di acquisto di Acquirente Unico su MGP per la metodologia ex-ante sia effettuata dall'Autorità stessa che potrà avvalersi del GME .

Q7 Quali eventuali criticità si rilevano in merito alle modalità di definizione dell'elemento PD per il servizio di Maggior tutela riformato sopra prospettate?

In merito al dispacciamento si invita l'Autorità, in occasione della riforma delle tutele, a risolvere l'incertezza collegata ai due corrispettivi del dispacciamento (unità essenziali e modulazione eolico) che, come noto, vengono aggiornati in ritardo rispetto alla fatturazione. I dati relativi al mese X sono pubblicati da Terna a fine mese X+1 ed è quindi prassi per gli operatori fatturare per il mese di competenza X il dato del mese X-1. Fissando ex-ante su base annuale tali corrispettivi si otterrebbe una fattura più trasparente e si eviterebbero continui ricalcoli.

L'aspetto che più preoccupa in riferimento al calcolo dell'elemento PD è il livello dei costi di sbilanciamento. Confcommercio ritiene che esso debba essere differenziato tra TS e SMTR ipotizzando il livello di TS inferiore a SMTR. Mentre per il SMTR si può considerare di prendere a riferimento il valore storico dei costi di sbilanciamento di Acquirente Unico e di tenere conto dell'incertezza connessa all'ingresso nel mercato

libero degli utenti finali, nel servizio TS dovrà essere preso a riferimento un costo medio di riferimento di mercato eventualmente maggiorato di un delta per rendere più attraente l'adesione degli operatori al servizio. Il costo medio di riferimento dello sbilanciamento può essere fornito da TERNA che è in grado di conoscere tale dato.

Si avrebbero quindi differenti metodologie:

- TS non domestica: metodologia ex-post + Costo Dispacciamento di mercato
- TS domestica: metodologia ex-ante + Costo dispacciamento basato su costi AU
- SMTR: metodologia ex-ante + Costo dispacciamento basato su costi AU

Q8-Q9 Quali eventuali criticità si rilevano in merito alle modalità di definizione del recupero per il servizio di Maggior tutela riformato sopra prospettate?

Sugli utenti che rimarranno nella SMTR si ribalterà il costo del recupero relativo all'errata previsione dell'ultimo trimestre di fornitura del cliente aderente al servizio TS. Per tali ragioni Confcommercio ribadisce il proprio posizionamento su una modalità di fissazione del prezzo ex-post (dispacciamento compreso) non ritenendo opportuna tale penalizzazione per le utenze che non sceglieranno e che pagheranno l'errata previsione di quelle che opteranno per la TS.

Q13 Si condivide l'individuazione di un numero minimo di clienti serviti nel 2015 pari a 50.000 per permettere l'accesso del fornitore all'erogazione della Tutela SIMILE? In caso contrario, si ritiene preferibile una soglia di clienti serviti pari a 100.000?

Confcommercio ritiene che la soglia prevista debba essere ridotta a **30.000** clienti serviti nel 2015 al fine di consentire l'accesso alla tutela simile ad un numero elevato di operatori. Riteniamo che non vi siano particolari differenze in termini di sistemi di fatturazione e di processi per la gestione di **30.000** clienti rispetto a 50.000. Ai fini del rispetto della normativa europea crediamo che la numerosità dei clienti possa essere calcolata prendendo a riferimento più mercati europei con la volontà di estendere al massimo la pluralità dell'offerta.

Q17 Q18 Si condividono le modalità e le tempistiche per l'accesso alla Tutela SIMILE? Si ritiene correttamente configurata l'interazione con il Sito da parte dei fornitori abilitati e dei clienti finali?

Relativamente ai quesiti 17 e 18 risulterebbe quanto mai opportuno specificare che l'adesione ad un'offerta di TUTELA SIMILE potrà avvenire esclusivamente attraverso il sito. Ai fornitori deve essere espressamente vietato sottoporre direttamente offerte di tutela simile agli utenti della tutela riformata. Si ritiene che anche la documentazione contrattuale debba essere messa sul portale e non inviata ma direttamente compilabile o scaricabile on-line quindi la conclusione del contratto deve avvenire senza intermediazione se non quella degli aggregatori o per il tramite di un call-center apposito messo a disposizione dagli operatori selezionati a servire la Tutela Simile. Con la sottoscrizione on-line certificata è inoltre più gestibile il controllo del rispetto del limite massimo di utenti attivabili da ciascun operatore della TS.

Confcommercio apprezza la decisione presa dall'Autorità volta a prevedere che l'accesso alla TUTELA SIMILE sia consentito ai soli clienti ricompresi nel SMTR come da noi richiesto nell'ambito del DCO 421/2015.

Q25. Si rilevano criticità in relazione agli orientamenti in tema di qualità commerciale? Se sì, quali e per che motivi?

In considerazione della durata temporale pari ad un anno della Tutela Simile, si suggerisce di prevedere un canale privilegiato per il trattamento dei reclami di 1° istanza e di quelli di 2° istanza presso lo Sportello del consumatore.

Q27 Si rilevano criticità in relazione agli orientamenti in tema di durata? Se sì, quali e per che motivi?

Confcommercio concorda sulla durata e considera indispensabile l'invio di una comunicazione ma ritiene però necessario individuare dei meccanismi sanzionatori finalizzati ad evitare che durante l'anno di fornitura il fornitore possa inviare comunicazioni commerciali finalizzate al passaggio da TS al mercato libero. L'utente dovrà compiere una propria scelta e in questo non dovrà essere influenzato. La TS non deve essere uno strumento per catturare il cliente finale ma deve essere uno strumento per educarlo a scegliere e a capire i meccanismi di mercato.

Q28 Si condividono i criteri per la determinazione del prezzo di Tutela SIMILE?

Confcommercio non concorda con la previsione di un aumento della componente PCV che il DCO, a soli 4 mesi da inizio 2016, lascia già prefigurare possa avvenire in vista del 2016. In aggiunta, considerato che la PCV è candidata a diventare la base d'asta rispetto alla quale gli operatori andranno a competere per la fornitura della "Tutela SIMILE" proponendo delle offerte a sconto su di essa, si ribadisce **di non accettare il principio che il costo presunto di TS/SMTR sia artificialmente innalzato al fine di rafforzare la possibilità di effettuare della "scontistica rilevante" da parte gli operatori**. Occorre ricordare che la componente PCV non distingue tra morosità derivante da comportamenti scorretti degli operatori e tra quella scaturita da altre fattispecie di diretta imputazione al cliente finale. Quindi l'Autorità avvalorerebbe un meccanismo in base al quale più sale la reclusività del mercato per eventuali inadempimenti degli operatori, più salgono i loro crediti non riscossi e più gli utenti del SMTR pagheranno.

Q29-Q30 Si ritiene correttamente individuato il ruolo degli aggregatori? Quali obblighi dovrebbero essere previsti per assicurarne la neutralità? Si ritiene corretto limitare la possibilità di operare come aggregatori a soggetti istituzionali pre-identificati al fine di aumentare la fiducia dei clienti finali e incentivarne la partecipazione?

Anche per gli aggregatori si deve valorizzare l'utilizzo esclusivo del sito. Per l'individuazione dei potenziali aggregatori riteniamo che si debba consentire alle Confederazioni maggiormente rappresentative e loro strutture aderenti territorialmente (l'aderenza andrebbe provata) la possibilità di inserire nel portale un elenco di POD di utenze in merito al quale lo sconto offerto dall'operatore venga maggiorato e non ridotto.

La maggiorazione è in funzione di un'attività di assistenza in termini esplicativi sull'offerta dell'operatore aderente alla tutela in considerazione del fatto che, in virtù del rapporto fiduciario con l'Associazione, l'utenza per tutta la durata di fornitura chiederà spiegazioni all'Associazione e utilizzerà come punto informativo territoriale l'Associazione di rappresentanza. Proprio la presenza sul territorio costituisce un punto

di forza del nostro sistema di rappresentanza che potrà giocare un ruolo rilevante nell'azione di sensibilizzazione delle imprese e dei professionisti che sino ad oggi non hanno ancora optato per un fornitore sul mercato libero.

In questo modello non si prevede che vi sia un accordo commerciale tra Operatore e Associazione in quanto lo sconto è a totale beneficio del cliente. Il cliente andrebbe però ad informarsi presso l'Associazione chiedendo di far parte di un gruppo di acquisto (lista di POD).

L'Associazione dovrebbe poter indicare nell'ambito di una specifica offerta un elenco di dati riferibili ad un gruppo di utenze (concordi a definire un quantitativo minimo per classi di utenza).

Il portale dovrebbe comunque rilasciare un certificato con indicato il numero di POD potenzialmente attivabili ed eventualmente la tipologia (domestico – non domestico) e successivamente verificare l'effettiva attivazione ed emettere un ulteriore certificato. Essendovi uno sconto maggiore per coloro che si aggregano l'Autorità dovrebbe garantire di evitare comportamenti opportunistici da parte degli Operatori che potrebbero appositamente non attivare alcune utenze.