

La regolazione economica. Il caso della concorrenza in materia di elettricità



□ Il superamento della tutela di prezzo

La legge 4 agosto 2017, n. 124, “Legge annuale per il mercato e la concorrenza” aveva stabilito la fine della tutela di prezzo da parte di Arera (l’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente) al 1° luglio 2019 per i settori dell’energia elettrica (per i clienti domestici e le piccole imprese connesse in bassa tensione) e del gas naturale (per i clienti domestici). Tale scadenza era stata, in un primo momento, rinviata al 1° luglio 2020 (legge 108 del 21 settembre 2018).

Infine, il decreto legge n. 162/2019 (cosiddetto Milleproroghe) approvato il 31.12.2019, ha previsto un rinvio della fine della tutela di prezzo al 1° gennaio 2022. Pertanto, salvo ulteriore proroga, questa sarà la data a partire dalla quale i servizi di tutela di prezzo non saranno più disponibili.



Il mercato tutelato, dove le tariffe le decide ogni tre mesi l’Autorità, resisterà quindi ancora, anche se questo ci allontanerà dalla normativa Ue, che prevede la totale liberalizzazione per inizio 2021.

Per comprendere se l’eliminazione della maggior tutela inneschi comunque una concorrenza virtuosa a vantaggio dei consumatori, cerchiamo di focalizzare l’attenzione su alcuni aspetti della questione.

Come abbiamo sopra accennato, i servizi di tutela sono i servizi di fornitura di energia elettrica (e gas naturale) con condizioni contrattuali ed economiche definite dall’Arera per i clienti finali di piccole dimensioni (quali famiglie e piccole imprese) che non hanno ancora scelto un venditore nel mercato libero.

Come è chiaramente specificato sul sito di Arera, dopo che i servizi di tutela di prezzo non saranno più disponibili, la continuità della fornitura sarà comunque garantita ai clienti di piccola dimensione che non avranno ancora un contratto nel mercato libero, in modo che non subiscano alcuna interruzione durante il periodo necessario a trovare una nuova offerta. Questi clienti, dopo aver scelto tra le diverse offerte disponibili quella più adatta alle proprie esigenze, stipuleranno un nuovo contratto di fornitura in sostituzione di quello precedente.

Sarà il nuovo venditore a inoltrare la richiesta di risoluzione del vecchio contratto (recesso) al venditore precedente. Il recesso può essere esercitato in qualsiasi momento, non prevede oneri aggiuntivi e avviene senza interruzione della fornitura in corso.

Già oggi, le famiglie e le piccole imprese hanno comunque la facoltà di passare al mercato libero, ossia il cliente può decidere quale venditore e quale tipo di contratto scegliere, selezionando l’offerta ritenuta più opportuna.

I clienti finali ricevono già dal gennaio 2018, secondo modalità definite dall’Autorità, un’informativa da parte del proprio venditore in relazione al superamento delle tutele di prezzo (per esempio, comunicazioni in bolletta nella sezione dedicata all’Autorità). L’Autorità garantisce la pubblicizzazione e la diffusione delle informazioni in merito alla piena apertura del mercato e alle modalità di svolgimento dei servizi.

Secondo l’ultimo monitoraggio effettuato dall’Autorità dell’energia, nel 2018, il 46% delle oltre 30 milioni di utenze domestiche nell’elettricità si serviva sul mercato libero, la quota saliva al 50% per i 20 milioni di famiglie nel gas.

Il mercato si sta quindi pian piano aprendo e, nel frattempo, l’agenda delle operazioni ancora da svolgere da parte dell’Autorità è ben delineata: istituzione dell’elenco dei venditori, liberalizzazione anticipata per clienti commerciali e non domestici, nuovo servizio di salvaguardia e più strumenti per aiutare i consumatori a scegliere.

Come afferma il presidente dell’Autorità Stefano Besseghini: “Quello che succederà dal 1° gennaio 2022, o quando sarà, non è l’attivazione di qualcosa ma il completamento di un percorso”.



Il decreto 162/2019 precisa infatti che si dovrà istituire un elenco di venditori autorizzati che rispondano a requisiti tecnici, finanziari e di onorabilità già individuati dalla stessa Arera. I venditori attualmente sul mercato (544 il totale di entrambi i settori, con 279 presenti su luce e gas, 92 solo sul metano e 173 solo per la corrente), sono troppi per consentire una vera concorrenza, come dimostra il fatto, per rimanere nel campo dell'energia elettrica, che solo l'ex monopolista Enel ha più del 5% della quota di mercato nazionale e la distanza con gli inseguitori non si è ridotta. Inoltre, solo il 4-5% l'anno delle famiglie lascia la maggior tutela e i motivi sono chiari e più volte rilevati: troppi venditori aggressivi, utilizzo di *call center* che non consentono alcun riferimento personale; contratti poco chiari e poco confrontabili tra loro, tempi lunghi e incerti per il cambio di gestore. A questi problemi si è cercato di porre rimedio, ma si sono ottenuti risultati parziali. Arera aggiornerà nel corso del 2020 il codice di condotta commerciale per rendere sia la fase informativa (precontrattuale) sia i rapporti con il gestore più facili e immediati per i consumatori. Non mancano tra i singoli operatori numerose iniziative per definire protocolli d'intesa con le associazioni dei consumatori.

□ Le opportunità (vere o presunte) del mercato libero

Che cosa accadrà quando il mercato libero sarà pienamente realizzato, con l'eliminazione dei prezzi di tutela fissata per dicembre 2021?

Allo stato attuale, emerge chiaramente la differenza, per quanto riguarda la percezione dell'opportunità del mercato libero, fra clienti domestici e non domestici. Per questi ultimi, sembrerebbe esserci la consapevolezza dei vantaggi di tale passaggio, che sicuramente sta avvenendo in modo più significativo rispetto agli utenti domestici. I risparmi rispetto ai prezzi in maggior tutela sono doppi (7-9% secondo l'Autorità, contro il 3,5-5% spuntabili sul mercato delle utenze domestiche). Il tasso di *switching* (cambio di regime e fornitore) è triplo e in media, ogni 11,5 clienti commerciali che hanno lasciato la maggior tutela, solo uno vi è rientrato.

Inoltre il mercato libero della corrente elettrica sembra essere gradito in modo differente a seconda delle fasce d'età e delle aree territoriali. Sembra infatti piacere ai giovani piemontesi, umbri o emiliani socialmente attivi, i quali per scegliere il fornitore usano il web. Queste asserzioni si basano, secondo Arera, su dati reali e sono frutto di studi approfonditi. I numeri del mercato libero della corrente dicono che cresce la quota dei clienti che scelgono il mercato libero dell'energia elettrica: a fine 2018 le piccole e medie imprese sul mercato libero sono pari al 58% (4,3 milioni di utenze) e le famiglie al 46% (13,5 milioni) con picchi superiori al 50% in Umbria, Emilia Romagna e Piemonte e un'altissima incidenza nelle fasce d'età dai 20 ai 40 anni.

Gli italiani si informano sulle tematiche legate al mondo dell'energia e il 59% conosce la differenza tra mercato libero e mercato regolamentato. I canali digitali sono la fonte preferita nel reperimento di informazioni utili ma il consumatore non è ancora completamente soddisfatto della *customer experience* proposta. Il prezzo rimane uno degli elementi fondamentali per la scelta dell'u-

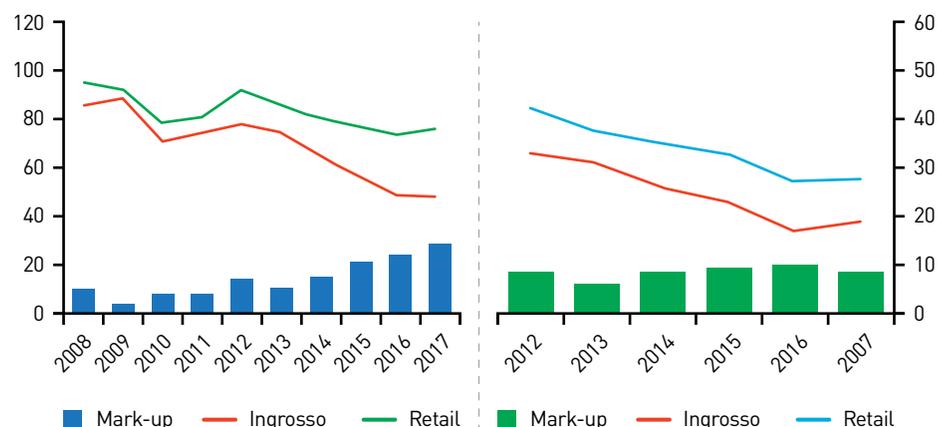
tente finale, ma non è l'unico, avendo rilevanza anche l'interesse per i prodotti e i servizi connessi al mondo dell'energia (caldaie, condizionatori, ...) e per i prodotti innovativi (*smart home, smart mobility, ...*) che cresce rispettivamente del 10% e 20% all'anno in termini di ricerche online.

Vi sono però studi e analisi che mettono in evidenza fondati dubbi sui reali vantaggi per i consumatori derivanti dalla eliminazione della maggior tutela, che dipenderebbero dalla struttura concorrenziale del mercato e dalla redistribuzione tra i venditori dei clienti che non hanno optato per il mercato libero.

In un articolo pubblicato sulla rivista Energia 3.19, a firma del direttore Alberto Clò, si legge "L'argomento centrale è l'analisi dello stato di salute della concorrenza nel mercato elettrico italiano, partendo dal rapporto *ACER Market Monitoring Report 2017 – Electricity and Gas Retail Markets Volume*, pubblicato lo scorso autunno dall'Agenzia europea per la cooperazione fra i regolatori nazionali dell'energia, di cui anche ARERA fa parte. Dal rapporto emerge chiaramente che:

- nelle vendite *retail* di elettricità il *mark-up* incassato dalle imprese (*proxy* dei loro profitti) è mediamente *doppio* di quello nel gas, segno che la concorrenza nel mercato elettrico ha attecchito molto meno e molto poco;
- dal 2008 al 2017 il *mark-up* nell'elettricità è mediamente *raddoppiato* (a 20 euro/MWh) per poi leggermente flettere. Nel gas, per contro, è solo lievemente aumentato rimanendo comunque al di sotto dei 10 euro/MWh;
- un po' ovunque l'anello debole è dato dai clienti domestici. Quelli italiani (29,5 milioni) nel periodo in esame hanno dovuto sopportare nell'elettricità un aumento dei profitti delle imprese da valori di molto inferiori ai 20 euro/MWh (2008-2014) a valori di molto superiori (2015-2017).

2008-2017 - Prezzi all'ingrosso e al dettaglio dell'elettricità (*sinistra*) e del gas (*destra*) alle famiglie italiane e relativo mark-up (euro/mwh)



Fonte: ACER-CEE 2018

Colpisce, in particolare, il fatto che mentre i prezzi *wholesale* diminuivano quelli *retail* aumentavano (grafico). Una divaricazione che si è rafforzata più si ampliava la platea dei consumatori che decidevano di approvvigionarsi al mercato

libero, volontariamente o meno, viste le insopportabili pratiche poste in essere da molte imprese pur di accaparrarsi un qualche cliente. Segno che dei benefici dei prezzi della (presunta) maggior concorrenza nel mercato libero non se ne è avuta traccia”.

Secondo Alberto Clò, il grado di concorrenza nel mercato elettrico è regredito con un accresciuto potere di mercato degli incumbenti che ha consentito loro maggiori profitti nella componente energia della bolletta, al di là del fatto che esistono più di 600 imprese nel mercato libero.

Come ha insegnato Paolo Sylos Labini nel volume *Oligopolio e Progresso Tecnico* (1964, Einaudi), “non è la numerosità delle imprese che di per sé rende i mercati concorrenziali, specie quando a dominare è un oligopolio concentrato cui conviene far vivere operatori minori e meno efficienti con prezzi fissati immediatamente al di sopra del loro ‘prezzo di esclusione’ in grado cioè di assicurare un minimo saggio di profitto. Il punto dirimente è, comunque, che nel mercato elettrico, specie *retail*, non può dirsi operi un’effettiva *workable competition*”.

Fonti

- L. Iezzi, *Mercato libero dell’energia, la concorrenza può attendere*, la Repubblica, 5 gennaio 2020
- I. Giliberto, *Agli italiani piace la concorrenza elettrica (e per scegliere usano il web)*, Il Sole 24 ore, 20 settembre 2019
- *Quale concorrenza nel mercato elettrico per ARERA?*, rivistaenergia.it, 20 settembre 2019
- *Monitoraggio retail. Rapporto per l’anno 2018*, arera.it