

## Liberalizzazioni: se il cliente è "smart"

**A sorpresa non è il prezzo il driver per il passaggio dal tutelato al libero. Prezzi vs tariffe, Tabarelli: "Non sono comparabili". E la concorrenza diventa "non-price competition". Studio NE**

di Claudia De Amicis

L'energia costa troppo e la bolletta "pesa" sia sui redditi dei consumatori domestici che sui bilanci delle aziende. Vero? In parte sì, ma non del tutto. Tanto che di fronte alla possibilità di scegliere un operatore sul mercato libero, il fattore prezzo non rappresenta per il cliente domestico un elemento fondamentale nel processo decisionale. Lo dice uno studio di Nomisma Energia dedicato ai vantaggi della liberalizzazione del mercato dell'elettricità e del gas, presentato ieri a Roma da Davide Tabarelli nel corso di un convegno che ha visto la partecipazione di Istituzioni e industrie del settore.

A 10 anni dall'apertura del mercato gas, 6 per quello elettrico, oggi sono quasi 9 milioni le famiglie italiane passate dal tutelato al libero. I tassi di "switch" sono in linea con quello dei Paesi europei più dinamici, soprattutto per l'elettrico con un 6% che sale a 10% se si considera la "fetta" in cui opera l'Acquirente Unico (caso unico nel continente).

Una delle ragioni per cui il prezzo ha un'importanza relativa nelle scelte dei consumatori, spiega lo studio, riguarda il fatto che l'incidenza delle bollette sulla spesa media delle famiglie è relativamente bassa, nel 2011 il dato complessivo (gas+elettricità) era pari al 4,7% del totale inferiore anche alla spesa per i carburanti.

"In Italia - ha spiegato Alessandro Noce, Antitrust - sono i grandi consumatori domestici e le Pmi a pagare i prezzi più alti. Il kWh per una famiglia italiana è meno caro rispetto a quello di una tedesca".

Il problema, come spiega Cecilia Gatti dell'Autorità per l'Energia, è che rispetto al reale consumo di energia, sia la bolletta gas che quella elettrica sono gravate da componenti fiscali e parafiscali che rappresentano oltre il 50% dell'importo fatturato. "Tasse occulte" che secondo il presidente Assoelettrica, Chicco Testa, irrigidiscono il sistema introducendo elementi che nulla hanno a che fare con il mercato: "Il margine che resta agli operatori - ha detto - è troppo esiguo perché si possano trasferire reali benefici al consumatore in termini di prezzo". Un problema sentito anche dall'Acquirente Unico: "Ultimamente siamo stati accusati di avere delle condizioni di privilegio rispetto al mercato - ha detto il presidente Paolo Vigeveno - ma questo non è vero. Il problema è nel mercato stesso che ormai

offre margini di profitto troppo bassi per le aziende".

La concorrenza si trasforma, così, in "non-price competition" con l'introduzione dei "servizi aggiuntivi" che rappresentano un elemento sempre più caratterizzante nelle offerte degli operatori. Grazie a questi servizi extra, secondo lo studio di NE, il cliente "attento" può arrivare a risparmiare quasi 1.000 € in un anno sulla sua spesa tipo, rispetto a una bolletta totale di circa 1.750 €/anno.

"Stiamo assistendo alla nascita del consumatore 'smart' - ha proseguito Noce - in grado di definire il suo profilo di consumo e di scegliere offerte che presentino benefici aggregati che vanno oltre al semplice servizio di fornitura". Al momento, però si tratta di un soggetto poco rappresentativo del consumatore medio, come spiega Gatti: "I primi risultati dell'indagine che abbiamo condotto sulla "capacitazione", ossia la sua possibilità di essere soggetto consapevole e attivo del mercato, mostrano che i clienti che passano al mercato libero spesso non sono in grado di comprenderne le offerte. In particolare, la maggiore criticità è quella relativa all'incapacità di riconciliare i documenti di fatturazione con l'offerta sottoscritta. Soprattutto per la difficoltà di lettura delle bollette".

Qualche perplessità sui servizi aggiuntivi è stata espressa da Pippo Ranci (Assoelettrica e Università Cattolica di Milano) per il rischio che questi possano configurarsi come "bundled" ma anche sulla reale convenienza della liberalizzazione nel mercato domestico: "Non ci sono dubbi che per quanto riguarda il mercato all'ingrosso questo passo fosse dovuto e che abbia creato dei benefici in termini di efficienza e di concorrenza. Ma non vedo lo stesso impatto positivo sul domestico, soprattutto a causa dei 'costi di informazione' associati a questo tipo di offerte".

Al convegno erano presenti anche Gianfilippo Mancini (Enel), Angelo Zaccari (Eni Gas&Power) e Miguel Antonanzas (E.On Italia) che hanno accolto con favore lo studio di NE che ha presentato uno "sguardo non convenzionale sugli effetti della liberalizzazione" mettendo in luce il molto che è stato fatto e il tanto che resta ancora da fare in termini di semplificazione e di armonizzazione tra regolazione e mercato.

