



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

**Spett.le Autorità per l'energia elettrica, il gas e il sistema idrico
Direzione Mercati Retail e Tutele dei Consumatori di Energia**

*Piazza Cavour 5
20121 Milano*

Milano, 11 dicembre 2017

Osservazioni al DCO 763/2017/R/com “Portale per la pubblicazione delle offerte rivolte ai clienti finali domestici e alle piccole imprese nei mercati al dettaglio dell’energia elettrica e del gas naturale”

Osservazioni di carattere generale

Auspichiamo che si preveda un adeguato periodo di implementazione del Portale, che includa una gestione chiara della transizione dal TrovaOfferte al nuovo Portale.

Osservazioni di carattere puntuale

Q1. Si ritengono correttamente identificati i ruoli dei soggetti coinvolti, con particolare riferimento al Gestore e ai venditori? Motivare.

Sì.

Q2. Si condivide l'individuazione di livelli prestazionali minimi che il Gestore dovrà rispettare? Se sì, indicare quali aspetti si ritiene debbano essere considerati ai fini della loro individuazione.

Condividiamo.

Q3. Si ritiene correttamente delineato il perimetro delle offerte che dovranno essere inserite nel Portale? Se no, per quali motivi?

Condividiamo che siano escluse dalle offerte da inserire nel portale:

- le offerte dedicate ai gruppi di acquisto;
- le offerte riservate a particolari sottoinsiemi chiusi e predefiniti di clienti;
- le offerte le cui condizioni economiche sono concordate con il singolo cliente.



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

Non riterremo però in tal senso molto chiara la differenza tra le “offerte riservate a particolari sottoinsiemi chiusi e predefiniti di clienti” e invece le “offerte dedicate ai clienti in possesso di particolari caratteristiche”. In ogni caso, non concorderemmo nell’inserire queste ultime nel gruppo delle offerte del Portale in quanto:

- gli accordi commerciali tra aziende e partner non sono da divulgare;
- le aziende non sono necessariamente autorizzate a usare il nome di partner commerciali;
- si rischia di generare confusione nei clienti inserendo offerte che essi non possono sottoscrivere (se non in possesso di particolari caratteristiche);
- potrebbe generare confusione nei venditori al momento della pubblicazione di una nuova offerta, in quanto non appare chiaro quali offerte vadano inserite nel gruppo di quelle “riservate a particolari sottoinsiemi chiusi e predefiniti di clienti” e quali invece in quelle “dedicate ai clienti in possesso di particolari caratteristiche”.

Se si decidesse comunque di inserire anche queste offerte, riteniamo che esse non dovrebbero comparire nell’elenco dei risultati, ma al massimo nel dettaglio dell’offerta principale.

Q4. Come si ritiene debbano essere identificate le offerte rivolte a sottoinsiemi chiusi e predefiniti di clienti da escludere dalla pubblicazione nel Portale?

A nostro parere rientrano in questa definizione:

- le offerte dirette a dipendenti e familiari/amici, dipendenti di partner e clienti di partner;
- le offerte di rinnovo proposte a clienti già presenti nel portafoglio del venditore e le offerte cosiddette di win back (riteniamo infatti che la pubblicazione sul Portale di tali offerte accanto alle offerte rivolte ai nuovi clienti genererebbe confusione).

Q5. Si ritiene corretto prevedere l’esclusione delle offerte le cui condizioni economiche sono puntualmente e dettagliatamente concordate con il singolo cliente?

Sì.

Q6. Si ritiene che debbano essere inserite nel Portale offerte dedicate a clienti in possesso di particolari caratteristiche, come sopra indicato? Se sì, come devono essere individuate tali offerte? E come devono essere rappresentate all’interno del Portale?

No, rimandiamo in tal senso al previo commento alla Q3.



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

Q8. Si ritiene sufficiente un servizio di supporto alla consultazione come quello ipotizzato al paragrafo 4.5? Quali alternative potrebbero essere valutate?

Lo riteniamo sufficiente.

Q9. Si ritengono correttamente individuate le informazioni che il cliente dovrà indicare per procedere alla consultazione del Portale?

Sì.

Q10. Si condivide l'individuazione di una categoria di offerte a sé stanti per quanto concerne i condomini del gas naturale?

Sì, ma evitando doppi caricamenti. Pertanto, per offerte estendibili a più segmenti si dovrà prevedere che il venditore le carichi solo una volta indicando a quali segmenti è destinata e sarà quindi il Gestore a dividerle nelle diverse categorie.

Q11. Si ritiene che per i clienti non domestici e/o per i condomini siano necessarie informazioni aggiuntive per la consultazione del Portale? Per quali motivi?

No.

Q12. Si ritiene preferibile che i clienti non domestici del gas naturale indichino la destinazione d'uso del gas o che il calcolo avvenga sulla base unicamente dell'uso industriale?

Riteniamo che i clienti non domestici siano in grado di indicare la destinazione d'uso del gas, anche per rendere più preciso il calcolo.

Q13. Si condivide la possibilità per il cliente finale di preselezionare tra tipo di prezzo (fisso o variabile) o si ritiene preferibile prevedere la possibilità che il cliente possa operare questa scelta unicamente in un momento successivo della consultazione?

Condividiamo, ma dovrebbe essere aggiunta una terzo categoria, denominata "altro", che contenga tutte le offerte che non sono puramente a prezzo fisso o variabile, come le offerte miste.

Q14. Si ritengono correttamente individuate le offerte a prezzo fisso e le offerte a prezzo variabile?



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

Non riteniamo completa la definizione di offerte a prezzo variabile. Segnaliamo infatti che il PUN o il PSV non sono letteralmente “indici”, pertanto la definizione dovrebbe comprendere le offerte legate ai prezzi dell’energia o del gas sui mercati all’ingrosso.

Q15. Si condivide la classificazione delle offerte tra fisso e variabile? Se no, quali altre categorie dovrebbero essere definite?

Come già anticipato anche nella nostra previa risposta alla Q13, riteniamo che dovrebbe essere aggiunta una terzo categoria, denominata “altro”, che contenga tutte le offerte che non sono puramente a prezzo fisso o variabile, come le offerte miste.

Q16. Si ritiene corretto mostrare all’utente la stima della spesa annua connessa a ciascuna offerta?

Sì. Riteniamo poi che sarebbe opportuno, anche al fine di facilitare la sottoscrizione del cliente, inserire il link che rimanda all’offerta su cui è stata stimata tale spesa.

Q18. Si ritiene utile lo sviluppo di funzionalità che permettano il confronto delle offerte del Portale con il contratto sottoscritto dal cliente? Se sì, quali strumenti prevedere per superare i limiti sopra illustrati?

Non riteniamo utile un tale confronto, che potrebbe anzi essere spesso non praticabile o fuorviante, in quanto riferito a offerte spesso frutto di scenari di prezzo elaborati in momenti diversi: l’offerta sottoscritta dal cliente potrebbe avere diversi prezzi a seconda del periodo e del canale tramite cui è stata sottoscritta, potrebbe essere frutto di una rinegoziazione tra cliente e venditore (come peraltro sottolineato dalla stessa AEEGSI), o potrebbe infine riguardare offerte di tipologia diversa, con il conseguente rischio di trasmettere informazioni distorte al consumatore.

Q19. Si ritiene corretto limitare tali funzionalità ai soli clienti domestici?

Per i clienti non domestici risulterebbe ancora meno fattibile. In ogni caso non condividiamo l’implementazione di tale funzionalità neanche per i clienti domestici.

Q21. Si ritiene correttamente individuato il trattamento delle offerte PLACET all’interno dell’elenco? Quali modalità di rappresentazione si ritengono preferibili?

Non condividiamo il confronto “one-to-one” (tramite link) di tutte le offerte con le



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

corrispondenti offerte PLACET: tali offerte dovrebbero invece essere selezionate tramite un filtro nella pagine dei risultati.

Q22. Si condividono le modalità di visualizzazione degli sconti?

Evidenziamo che l'inclusione degli sconti singoli nel calcolo della spesa potrebbe non consentire un corretto confronto della spesa sostenuta "a regime" dal consumatore.

Q23. Si condividono le modalità di visualizzazione dei prodotti e dei servizi aggiuntivi?

In generale riteniamo che il valore economico dei servizi e prodotti aggiuntivi debba essere scorporato dal valore della spesa e che, con riferimento ai servizi o prodotti opzionali, nella pagina iniziale non debba comparire niente di più che l'indicazione della loro presenza. Sempre relativamente ai servizi o prodotti non automaticamente ricompresi nell'offerta tuttavia, con riferimento alla loro descrizione nella pagina di dettaglio, non dovrebbe essere messa l'indicazione degli eventuali corrispettivi richiesti in quanto:

- essi variano a seconda dell'offerta e del periodo: dettagliare tutte le diverse possibilità sarebbe estremamente oneroso e dispendioso in termini di tempo;
- il valore di alcuni servizi è difficile da definire;
- il portale serve per confrontare le offerte, non i servizi/prodotti aggiuntivi.

Riteniamo pertanto che nella pagina di dettaglio dovrebbe comparire solo l'indicazione che l'offerta è abbinabile a diversi prodotti e il link alla pagina specifica del venditore.

Q24. Si ritiene che nell'elenco dei risultati, per ciascuna offerta, debbano essere indicate anche altre caratteristiche della medesima (ad esempio durata, depositi cauzionali, ecc)? Se sì, quali?

No.

Q25. Quali modalità di ordinamento delle offerte e quali filtri dovrebbero essere implementati?

In relazione alle offerte variabili non condividiamo la previsione di filtri relativi all'applicazione del valore del PUN e del valore del gas al PSV/TTF o filtri similari, in quanto riteniamo che la maggior parte dei consumatori fruitori del Portale non conosca tali "indici". Riteniamo che debba essere previsto un filtro relativo alla possibilità che l'offerta possa essere sottoscritta anche in caso di nuovi allacci: per complessità di gestione, il venditore potrebbe infatti anche prevedere che una particolare offerta non possa essere sottoscritta in caso di nuovo allaccio.



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

Q26. Si ritengono esaustivi i contenuti della pagina di dettaglio di ciascuna offerta?

Sì. Con riferimento a servizi/prodotti aggiuntivi si rimanda alla Q3.

Q27. Si ritiene utile l'inserimento dell'informazione relativa alla composizione del mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica fornita da ciascun venditore?

No.

Q28. Le modalità di inserimento delle offerte sono correttamente individuate?

In generale sì. Segnaliamo però che la componente relativa al dispacciamento dovrebbe essere inserita dal Gestore e che il venditore dovrebbe solo scegliere se applicare quella aggiornata da Terna o quella relativa al mercato di tutela. Questo non genererebbe le disparità che alcune volte si sono purtroppo di fatto verificate sul TrovaOfferte.

Q29. Quali ulteriori informazioni si ritiene debbano essere fornite al cliente in caso di offerte variabili?

Con riferimento alle offerte variabili segnaliamo anche che i venditori non hanno la licenza per la diffusione dei valori degli indici (ad esempio PUN, PSV, TTF): le licenze in possesso delle società di vendita permettono infatti l'uso di tali valori ai soli fini della fatturazione. Riteniamo pertanto che la pubblicazione della descrizione e dei valori storici degli indici dovrebbe essere a cura del Gestore del Portale, in considerazione del fatto che quest'ultimo potrebbe al contempo essere incaricato di aggiornare i valori storici degli indici e utilizzare i relativi prodotti forward per la stima della spesa.

Q30. Si condivide la modalità di calcolo illustrata per le offerte all inclusive?

Condividiamo.

Q31. Si condivide l'orientamento per cui i clienti non domestici siano tenuti all'inserimento del proprio dato di consumo annuo per fasce?

Condividiamo.

Q32. Si ritiene che tale previsione vada estesa anche ai clienti domestici?



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

Sì. Tale informazione è facilmente reperibile in bolletta e permetterebbe di affinare i risultati.

Q33. Si condivide l'utilizzo dei prezzi forward relativi al mercato all'ingrosso quale strumento per migliorare la stima della spesa annua e la comparabilità delle offerte di diverse tipologie? Se no per quali motivi e quali strumenti alternativi potrebbero considerarsi?

Condividiamo.

Q34. Si ritengono esaustivi gli orientamenti in merito ai forward da utilizzare per il calcolo della spesa con riferimento alle caratteristiche delle offerte presenti sul mercato? Motivare.

Suggeriamo di allargare la gamma dei prodotti forward utilizzati dal Gestore del Portale per la stima della spesa oltre i riferimenti utilizzati per le offerte PLACET e per il servizio di tutela/maggior tutela, ad esempio includendo anche le quotazioni TTF forward month-ahead.

Q35. Si condividono gli orientamenti in merito al profilo di consumo mensile da utilizzare per il calcolo?

Condividiamo.

Restando comunque come sempre a piena disposizione per ogni eventuale ulteriore chiarimento ed approfondimento in tema, rinnoviamo tutti i nostri migliori saluti.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "P. Ghislandi", written in a cursive style.

Paolo Ghislandi