



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

Energia, il mercato libero non conviene ?

Riflessioni a margine dell'indagine dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas sui prezzi per i clienti di piccole dimensioni nel 2011

A ridosso di ferragosto l'Autorità per l'energia ha diffuso un documento (<http://www.autorita.energia.it/it/docs/13/366-13.htm>), già più volte anche a noi preannunciato dal presidente Bortoni, con gli esiti della propria indagine sul mercato "libero" dell'energia per i clienti di piccole dimensioni. I giornali ne hanno poi subito ripreso quasi solo un aspetto, scrivendo che i piccoli clienti che hanno scelto le offerte di fornitura sul mercato, anziché rimanere fermi a quelle tutelate e stabilite dall'Autorità, ci hanno in media perso.

Riguardo alla solidità quantitativa e documentale di questa conclusione, rimandiamo all'ampia analisi di Stefano Da Empoli su Formiche (<http://www.formiche.net/2013/08/13/l-autorita-dell-energia-scivola-sulla-liberalizzazione/>), che nota tra le altre cose che il confronto tra i due mercati è molto difficile perché ci sono differenze notevoli di dimensione e di costi (al che noi aggiungeremmo che l'offerta tutelata inevitabilmente si avvantaggia della socializzazione di alcuni dei suoi costi di sistema, che sono pagati da tutto il mercato).

Ancor più di quello quantitativo, tuttavia, a noi in questa fase interessa soprattutto l'aspetto strategico dell'impostazione dell'Autorità, che ci sembra stia mandando un segnale strabico. Infatti l'Autorità se da un lato cita l'impostazione del legislatore e del regolatore europeo, che vedono nel cliente attivo e consapevole un elemento-chiave della riuscita del mercato e invece nelle offerte tutelate uno strumento transitorio, dall'altro propone (anche) misure che vanno verso un ulteriore irrigidimento della tutela del cliente stesso. In altri termini, non ci sembra chiaro se l'Autorità la "capacitazione" (ma perché è stata scelta questa parola?) del piccolo cliente la voglia ottenere o la voglia invece dare per persa.

Se la vuole ottenere (come anche noi ci auguriamo), perché allora nel documento auspica – sebbene in modo implicito, attraverso la citazione dell'esperienza britannica - forme di aggregazione della domanda (regolate? imposte?) che peraltro nessuno vieta in un mercato libero? E perché propone nuove forme di ingerenza su dati economici di imprese di mercato (indagini sui prezzi di approvvigionamento) che a nostro avviso – e anche a quello di qualche magistrato se non sbagliamo - esulano dall'ambito di poteri dell'Autorità? Preoccupante è anche la proposta di imporre ai venditori di dire ai clienti se ci sono offerte più convenienti di quella che il cliente ha scelto: è sbagliato per il tautologico (ma fondamentale) motivo che è il cliente, non il venditore, che conosce i propri interessi e le proprie aspettative rispetto a



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

variabili per definizione imprevedibili *ex ante*. Al venditore se mai spetta di dare al cliente la massima scelta e trasparenza possibili, questo sì sotto l'occhio vigile, laddove necessario, dell'Autorità.

Qual è dunque l'obiettivo? "Capacitarli", i clienti, oppure sottrarli al mercato e nel contempo cercare di fare i conti in tasca agli operatori di mercato? (Cose, queste ultime, che se funzionassero su larga scala avrebbero reso grandi e ricche le economie di socialismo reale).

I conti in tasca, per inciso, è invece urgente semmai farli con attenzione agli operatori monopolisti regolati, per evitare, tanto per fare un esempio, che noi tutti paghiamo una rendita garantita e più alta di un tasso *risk free* per costruire un interconnettore elettrico mastodontico con il Montenegro, di cui non è chiara la natura *merchant* o pubblicitaria e i cui accordi tra Stati sono sostanzialmente secretati in Italia e di cui molti operatori di mercato – noi per primi - non riescono a capire il senso economico.

Il modo per evitare extraprofiti e offerte commerciali non convenienti sul mercato è semmai far maturare il mercato stesso e remunerare il giusto le attività regolate, non chiedere che i clienti vengano messi sotto una tutela ancor più rigida. E – per questo parliamo di strabismo e non di errore – si tratta di un obiettivo che nel documento dell'Autorità c'è eccome, ed è anzi forse prevalente, laddove l'Autorità rivendica il lavoro fatto, per esempio con i motori di confronto delle offerte, con il monitoraggio dei reclami, con lo sportello del consumatore e altro.

Il mare della concorrenza secondo noi è promettente. E c'è molta differenza tra dare una mano a un nuotatore principiante, pronti a lanciargli un salvagente in caso di emergenza, e indurlo invece a ciondolare a tempo indeterminato in una piscina per bambini. Dal documento che chiude l'indagine dell'Autorità, non ci sembra chiaro quale sia la strada prescelta.