

**ENERGIA E TLC, IL RAPPORTO TRA CONSUMATORI E IMPRESE PUO' MIGLIORARE
GRAZIE ALL'INNOVAZIONE:
LA SCOSSA DIGITALE NELLO STUDIO I-COM 'CONSUMATORI IN RETE'**

*Customer care, fatturazione, morosità, reclamo/conciliazione e sistemi sanzionatori:
questi gli ambiti di analisi, declinati da I-Com sui settori di mercato dell'audiovisivo 'pay',
dell'energia elettrica, del gas, dei servizi idrici e delle telecomunicazioni.*

Roma, 4 dicembre 2013 – Il rapporto tra un consumatore sempre più maturo e consapevole e le imprese operanti nei settori regolati dei servizi a rete rappresenta uno snodo di competitività reale, la cui gestione deve tenere conto della crisi economica, da una parte, e della crescente digitalizzazione del Paese, dall'altra. La pressione di questi due fenomeni impone la necessità di rivedere la regolamentazione vigente, spesso ridondante, poco incisiva, dispersiva.

Lo studio 'Consumatori in rete 2013' – presentato oggi da **I-Com, Istituto per la Competitività**, in un convegno che ha messo a confronto imprese, istituzioni, associazioni consumeristiche e Authorities – prende in esame gli aspetti cruciali di questo rapporto, circoscrivendo l'analisi al mercato dell'**audiovisivo 'pay'**, dell'**energia elettrica**, del **gas**, dei **servizi idrici** e delle **telecomunicazioni**.

*"Dalla nostra analisi emerge nella sua interezza l'equilibrio inefficiente nel quale si trovano imprese e consumatori, le prime iper-regolamentate e costrette ad offrire servizi tradizionali costosi in un periodo di vacche magre, i secondi non in grado di trarre vantaggio sia in termini monetari che di qualità dei rapporti dalle opportunità che offre la digitalizzazione proprio nel momento di maggior crisi del Dopoguerra" – sottolinea **Stefano da Empoli, Presidente di I-Com** – "Crediamo che l'Italia sia pronta per una regolazione dei rapporti di consumo che continui a tutelare il consumatore (specie quello più indietro nella capacità di comprensione delle offerte e delle condizioni contrattuali e nell'utilizzo dei canali digitali), ma che allo stesso tempo possa favorire innovazione e contendibilità del mercato, uniche chiavi per assicurare la competitività nel medio-lungo periodo. Solo se vince questa sfida il Paese può muoversi verso il futuro in settori così importanti".*

1. Customer Care

I-Com rileva in Italia, nei settori TLC ed energia in particolare, un fenomeno di sovra-regolamentazione teso ad imporre obblighi quantitativi più che al perseguimento della customer satisfaction.

A titolo esemplificativo, tra gli obblighi previsti per il customer care, si segnalano:

- Aziende TLC: tempo medio di risposta dell'operatore di 70" nel 2012 (sale a 62" nel 2015);
- Aziende TLC: obbligo di risposta entro 20" al 45% delle chiamate, nel 2012 (sale al 52% nel 2015);
- Aziende Energia: sul totale delle telefonate ricevute, almeno nell'80% dei casi il consumatore deve accedere all'operatore;
- Aziende Energia: tempo medio di attesa inferiore a 240 secondi.

Dal raffronto con gli altri paesi europei emerge l'opportunità di rivedere questo approccio, lasciando le aziende libere di competere e autoregolamentarsi, introducendo strumenti di valutazione qualitativa e favorendo l'impiego di piattaforme *web based 2.0* per la gestione del rapporto con il cliente. Infatti, il 50,8% degli italiani con più di 18 anni è già a proprio agio nell'uso delle nuove tecnologie, mentre la percentuale sale a 88% tra i nativi digitali (15-17 anni), i consumatori di domani.

2. Documenti di fatturazione

La complessità nella decodifica di bollette e altri documenti di fatturazione emerge in maniera chiara nel settore energetico. Lo 'Sportello per il Consumatore', gestito da Acquirente Unico ha registrato nel 2012 quanto segue:

- 5.849 richieste informazioni/reclami riguardo l'energia elettrica (29% del totale);
- 4.654 comunicazioni relative al settore gas (34% del totale)

La composizione ancora poco leggibile delle bollette ha indotto l'AEEG ad aprire una consultazione sul tema.

3. Morosità

L'analisi I-Com evidenzia come alcuni settori siano più esposti a questo fenomeno: il comparto idrico, ad esempio, rileva nel 2012 un monte di crediti scaduti pari a 3,8 miliardi di euro, il cui 45% afferisce ad utenze domestiche (dati FederUtility). La morosità a 24 mesi per i consumi idrici si è attestata al 3,2% sulle fatture totali (in UK è pari al 3,02%), mentre nel settore energetico il dato scende allo 0,7% anche a causa della diversa percezione della obbligatorietà del pagamento.

All'inasprirsi del fenomeno contribuisce, oltre ad una situazione di difficoltà economica delle famiglie, il diffondersi di atteggiamenti di 'opportunismo' legati alla presenza sul mercato di offerte commerciali particolarmente aggressive e orientate all'acquisizione di nuovi clienti (settori energia e TLC).

4. Reclami e conciliazioni

Secondo I-Com, nei settori analizzati, una ingiustificata sovrapposizione di regole e modelli procedurali rende la composizione delle controversie di difficile accesso per i consumatori e di difficile gestione per le imprese. Sono esemplificativi, a questo proposito, i seguenti dati 2012:

- settore energia: 36.000 comunicazioni allo Sportello per il Consumatore (95% reclami);
- settore TLC: circa 64.000 istanze di conciliazione presso Co.Re.Com (Comitato Regionale Comunicazioni).

Procedure e tempi differiscono da settore a settore: se nelle TLC la conciliazione è obbligatoria, non è così in ambito energetico. Secondo I-Com, la costituzione di un unico Regolamento di Conciliazione potrebbe essere la soluzione per razionalizzare queste procedure.

5. Sistemi sanzionatori

I-Com ha analizzato l'attività sanzionatoria di AGCM, Garante della Privacy, AGCOM e AEEG. Ne è emerso che, nel 2012:

- l'AGCM è il primo soggetto sanzionante per un totale di € 2.440.000;
- le TLC sono il settore più sanzionato, con 61 provvedimenti a carico, da 3 diversi enti (AGCM, Garante e AGCOM), per un totale di € 5.131.797. Segue il settore energetico (€ 3.331.314) e quello dei trasporti (€ 390.400);
- l'80% delle sanzioni è stato comminato a seguito di segnalazioni del consumatore (primo soggetto segnalante).

Hanno discusso di questi temi, in occasione del convegno di oggi, figure istituzionali come **Luigi Carbone** (Commissario AEEG), **Gianfranco Vecchio** (Direttore generale MISE), **Federico Flaviano** (AGCOM), **Roberto Malaman** (AEEG), **Giuseppe Staglianò** (Garante Privacy) e **Giovanni Pitruzzella** (Presidente AGCM).

Nella realizzazione dello studio, I-Com ha potuto contare sulla collaborazione dei partner del progetto – Acea, Anigas, Edison, Enel, Eni, E.On Italia, FederUtility, Sky Italia, Sorgenia, Telecom Italia, Vodafone Italia – e sul confronto con le associazioni dei consumatori – Adiconsum, Altroconsumo, Cittadinanzattiva, Codici, Federconsumatori, Movimento dei Consumatori e Unione Nazionale dei Consumatori.

L'Istituto per la Competitività

I-Com, Istituto per la Competitività, promuove temi e analisi sui principali fattori di competitività dell'economia italiana in chiave innovativa, all'interno del quadro politico-economico europeo ed internazionale. Obiettivo di I-Com è la **sensibilizzazione dei decisori e dell'opinione pubblica per orientare il dibattito verso l'innovazione e la competitività**, grazie a una varietà di strumenti di analisi e divulgazione. Presidente e fondatore di I-Com è Stefano da Empoli. Per maggiori informazioni www.i-com.it

Riferimenti per la stampa

Tommasina Cazzato (345 7357751) – tommasina.cazzato@allea.net

Daniele Rurale (366 4505791) – daniele.rurale@allea.net