

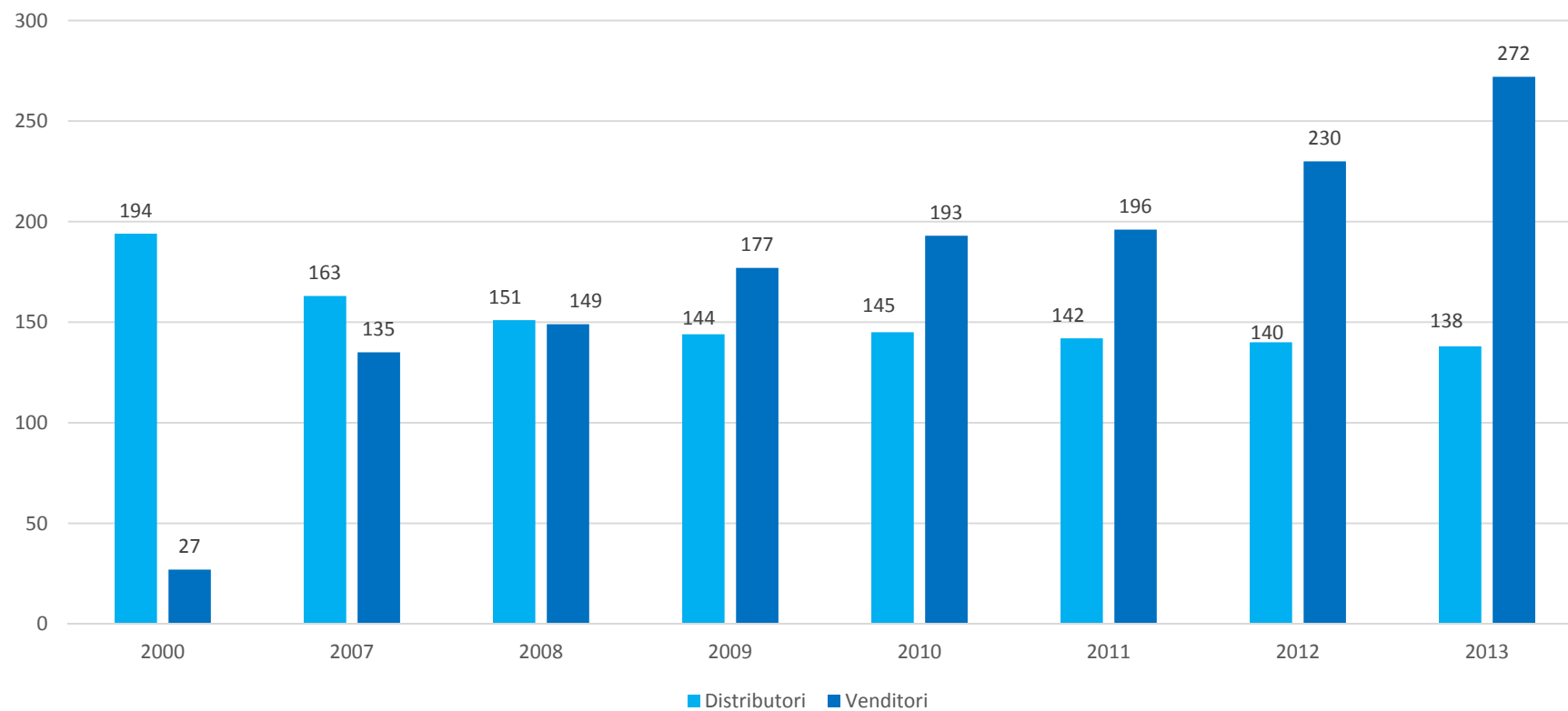
Convegno AIGET e I-Com, Roma - 11 febbraio 2015



**Distribuzione e vendita, due ruoli decisivi
per il lieto fine del mercato elettrico italiano**

Stefano da Empoli, Gloria Marcotullio

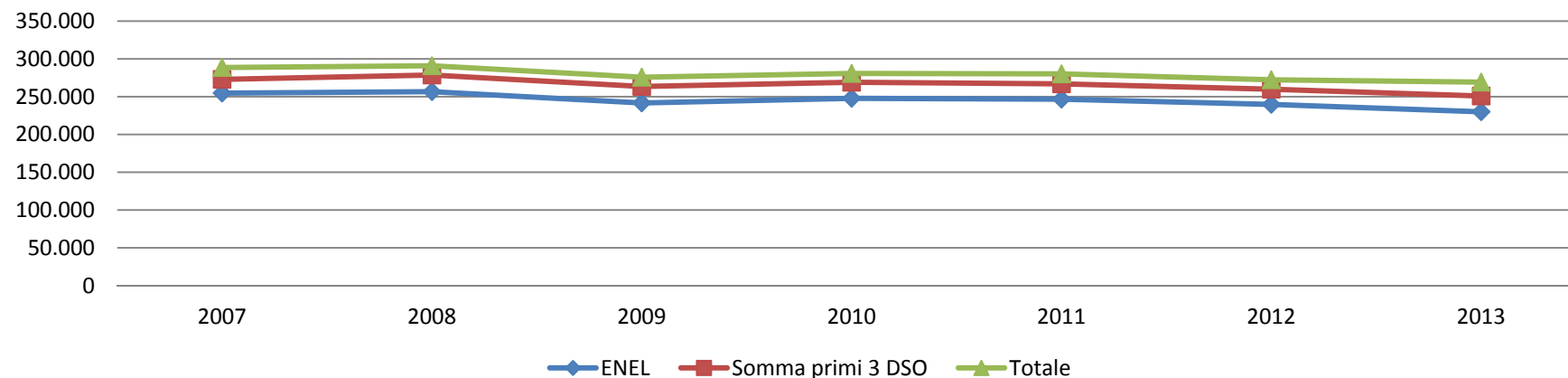
Evoluzione numero distributori e venditori elettricit  - Italia



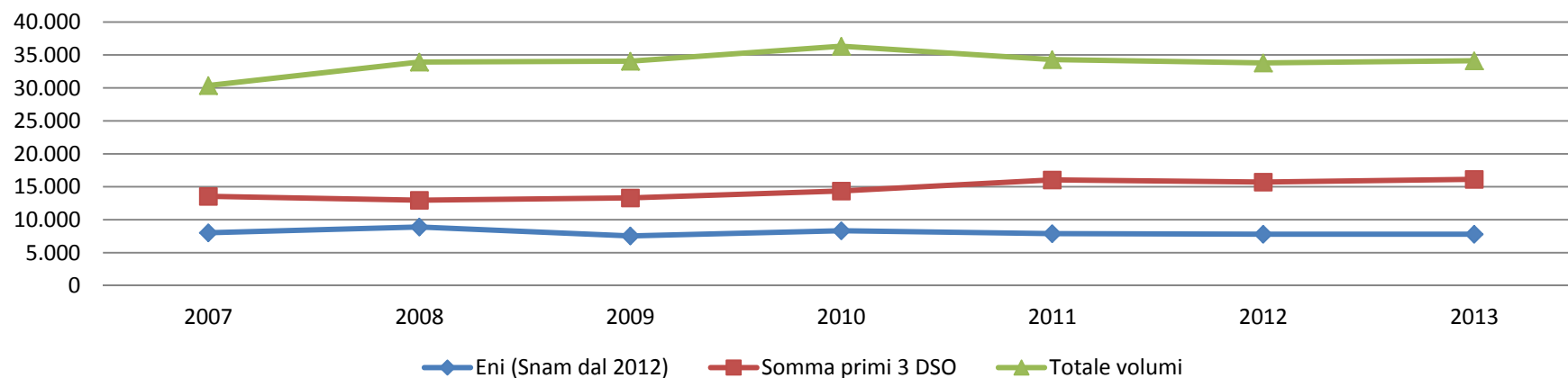
Fonte: Elaborazione I-Com dati Aeegsi

Quota di mercato principali DSO - Italia

Settore elettrico (GWh)



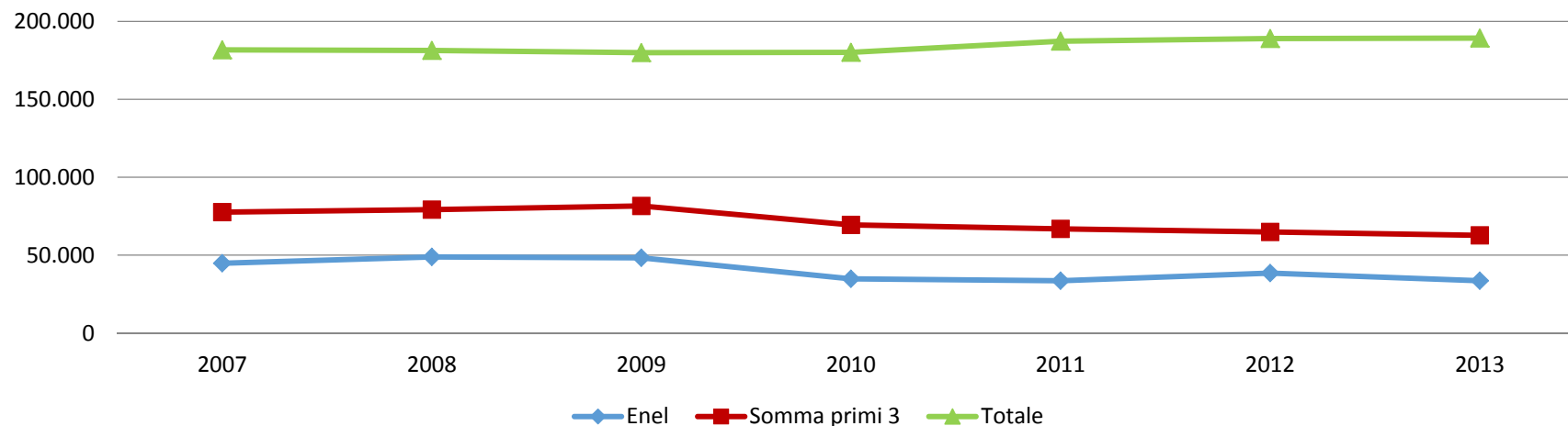
Settore gas (Mmc)



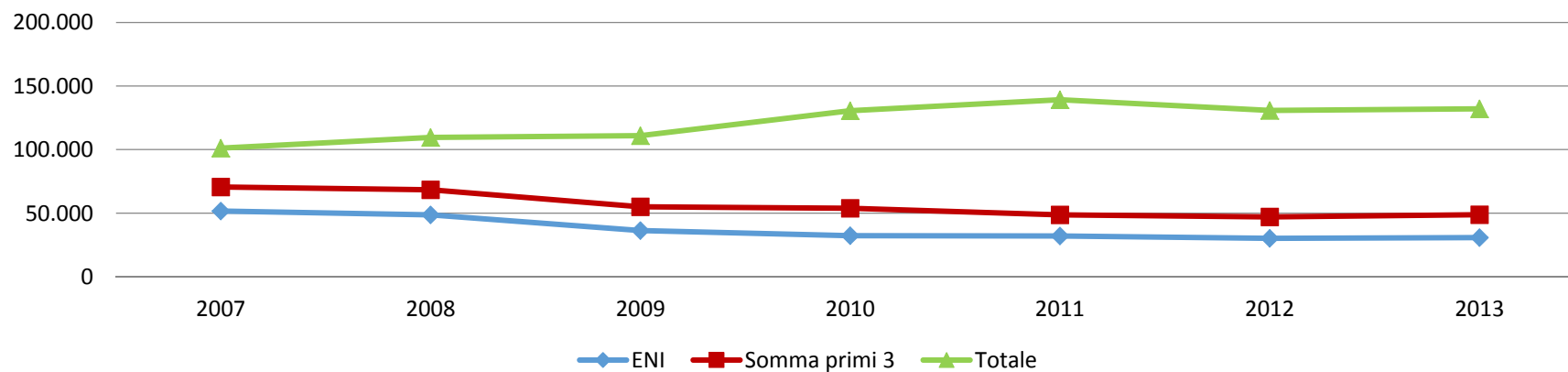
Fonte: Elaborazione I-Com dati Aeegsi

Quota di mercato principali venditori - Italia

Settore elettrico (GWh)



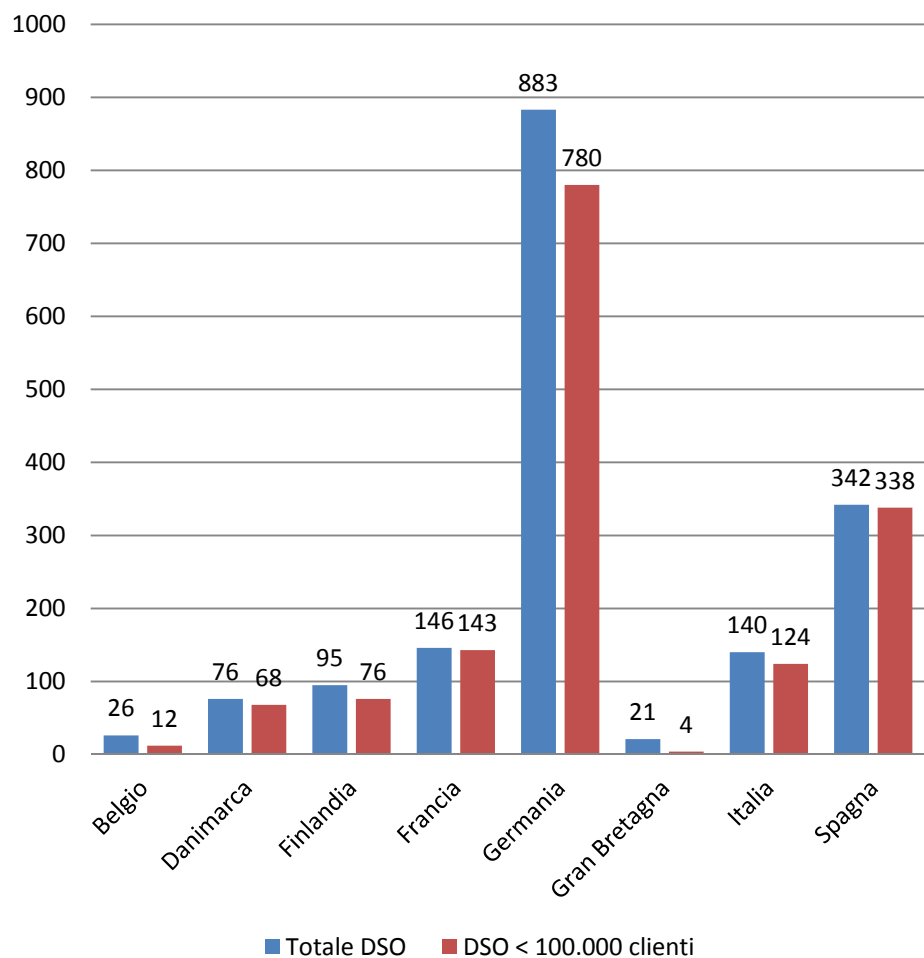
Settore gas (Mmc)



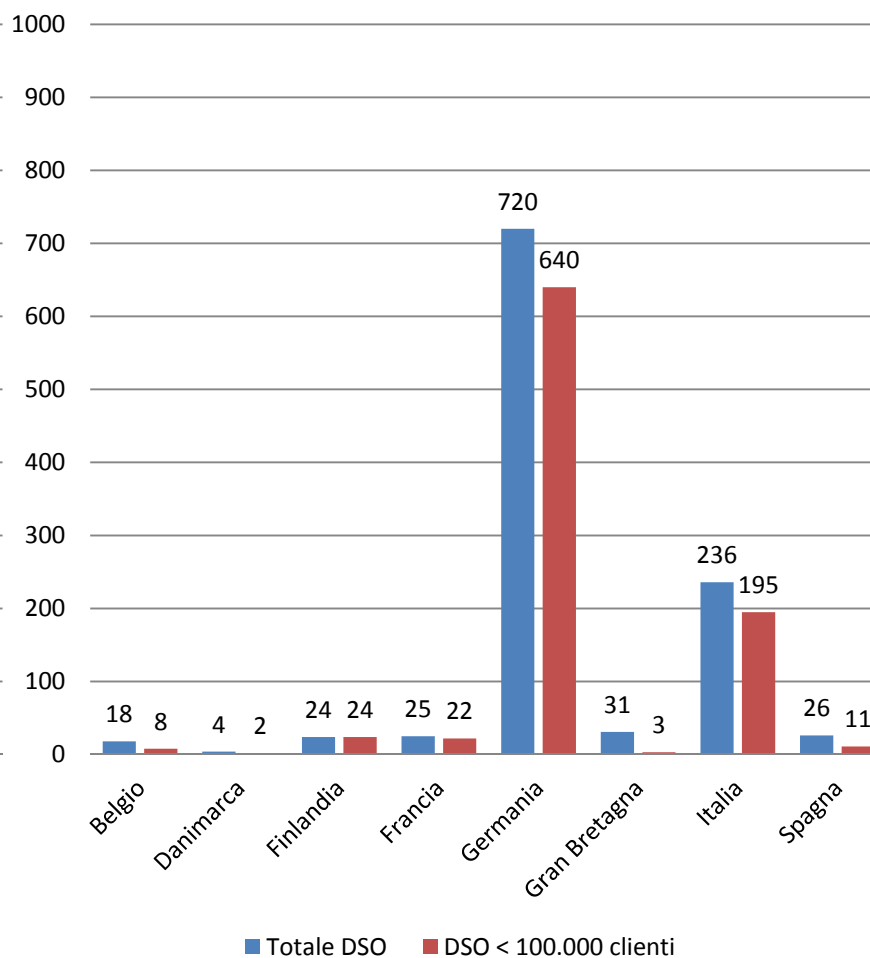
Fonte: Elaborazione I-Com dati Aeegsi

Numero DSO - EU

Energia elettrica

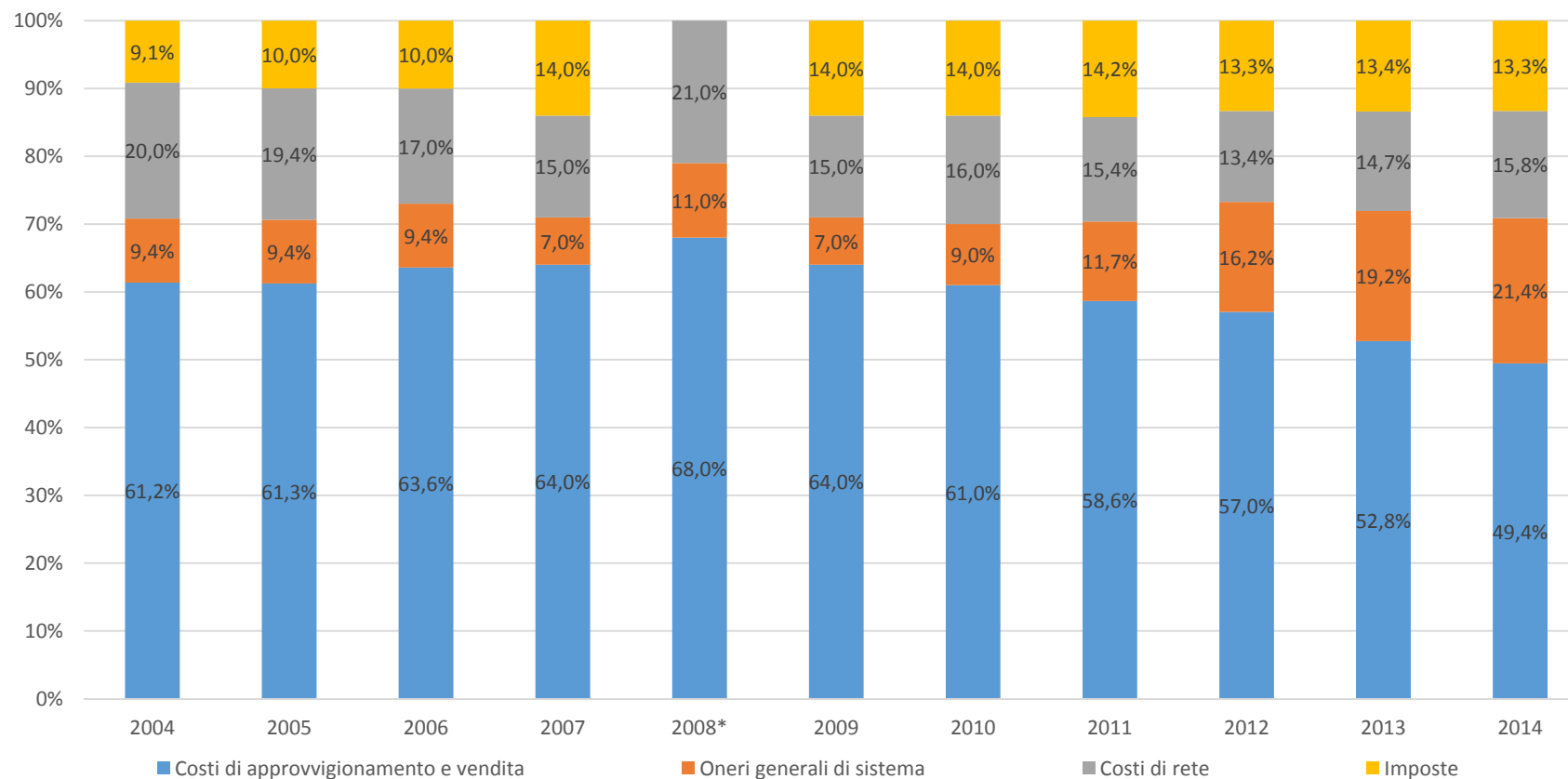


Gas



Fonte: Elaborazione I-Com dati Aeeg e Ceer (2013)

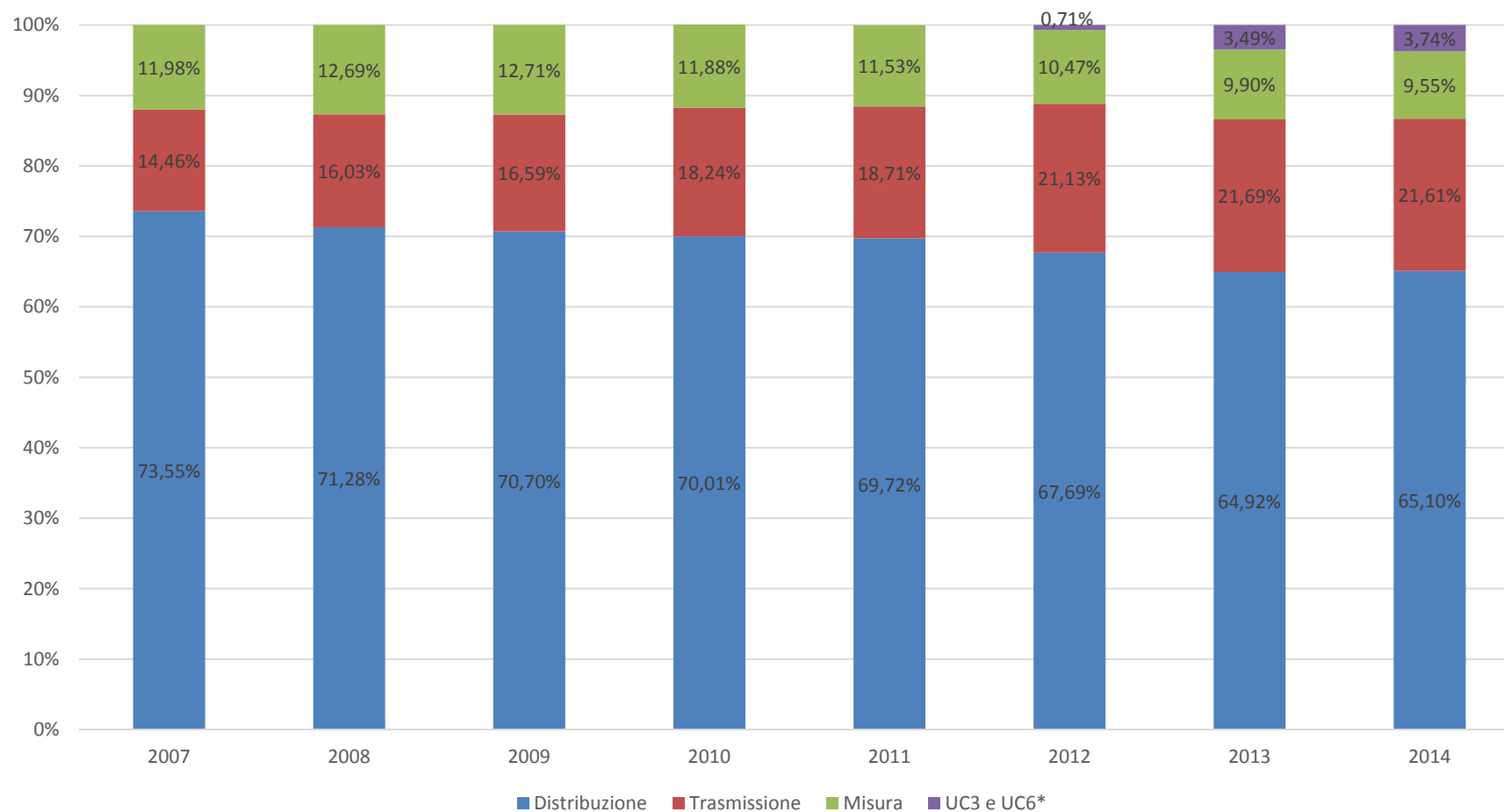
Composizione bolletta elettrica cliente domestico tipo – ITA



*Al netto delle imposte

Fonte: Elaborazione I-Com dati Aeegsi

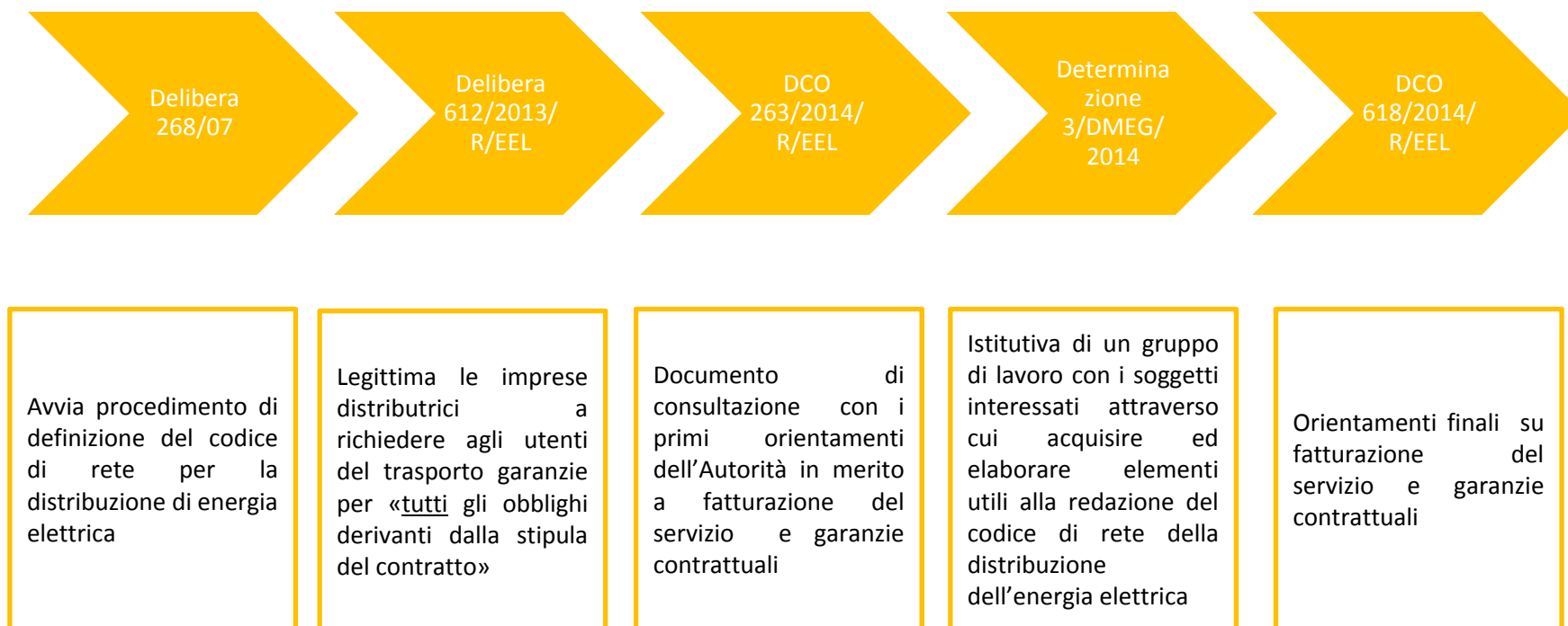
Componente «servizi di rete» per consumatore domestico tipo - ITA



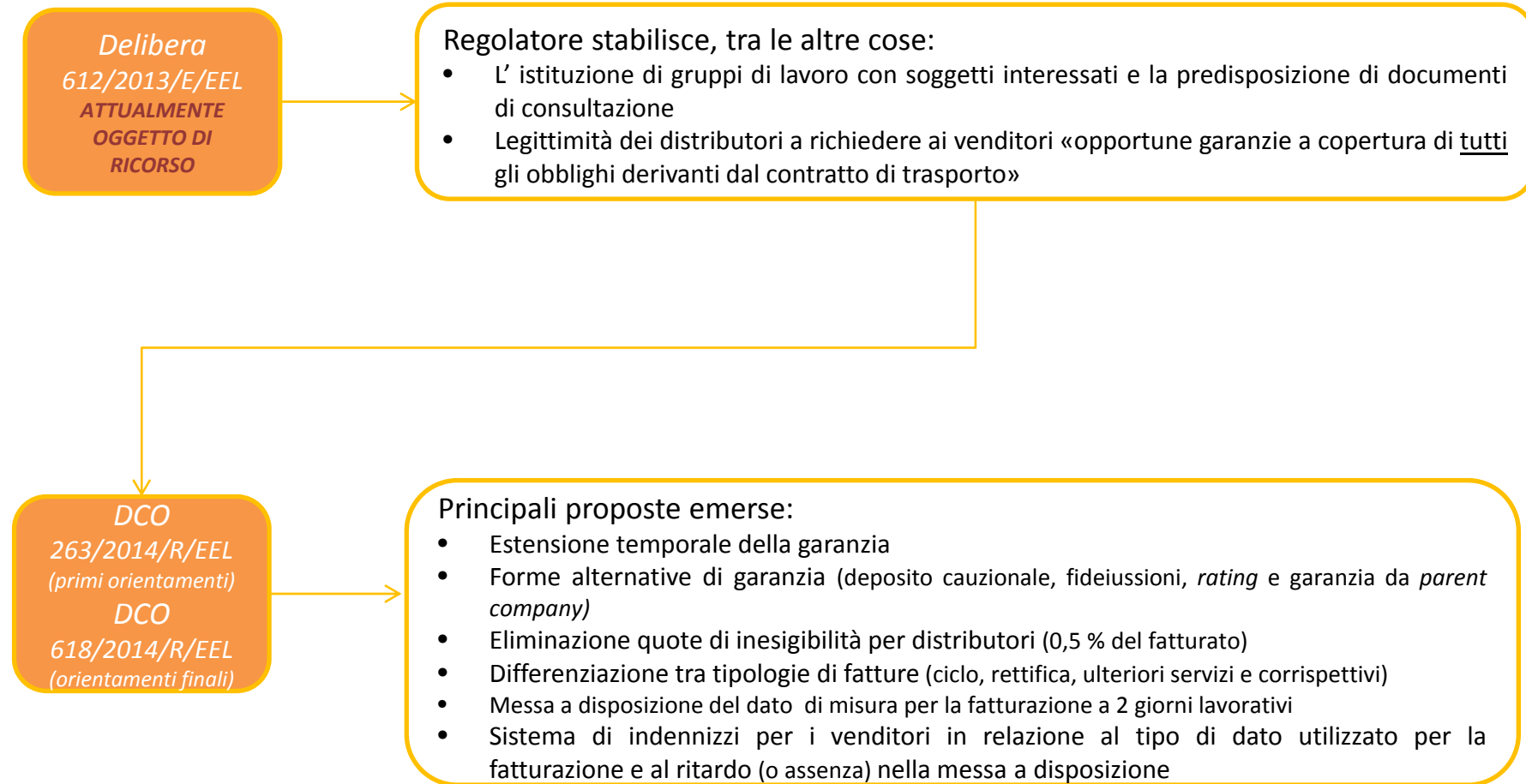
*Dal 2012

Fonte: Elaborazione I-Com dati Aeegsi

Excursus regolatorio CADE



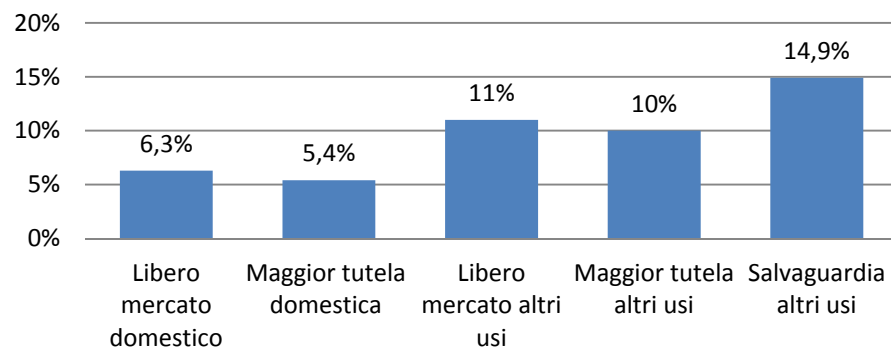
Temi in discussione CADE



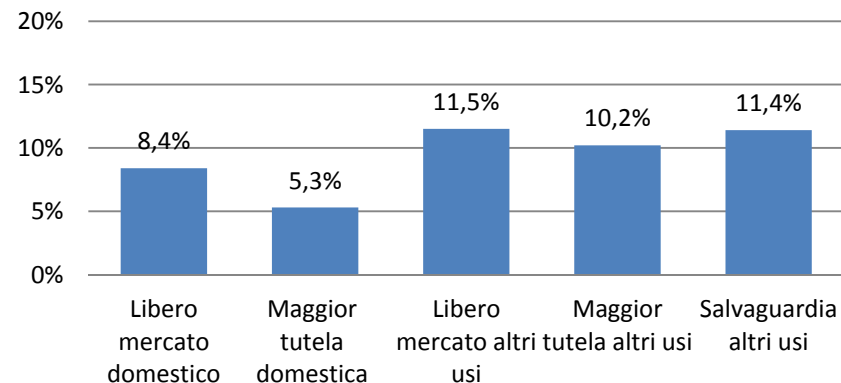
Morosità / 1

Richieste di sospensione effettive: richieste di sospensione inviate dal venditore, al netto di quelle revocate per motivi diversi dal pagamento (% rispetto ai PdP serviti)

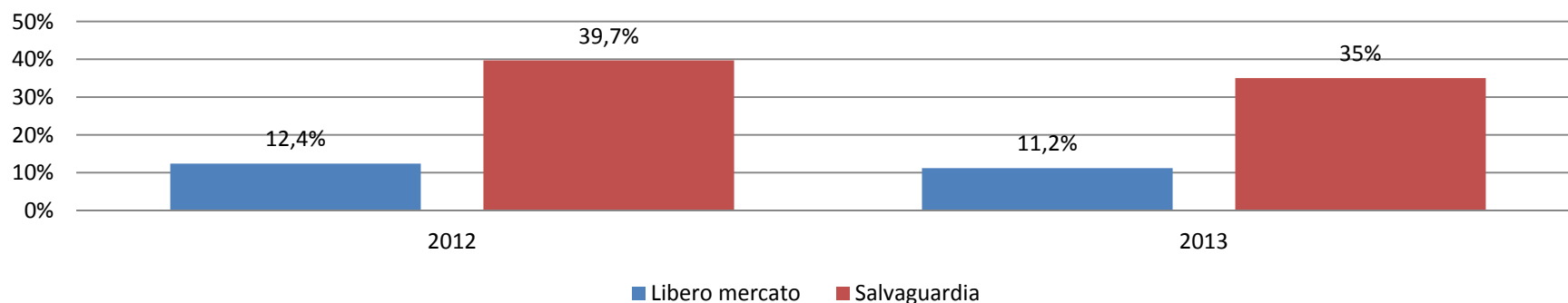
Richieste di sospensioni effettive energia elettrica in BT 2012



Richieste di sospensione effettive energia elettrica in BT 2013



Richieste di sospensioni effettive energia elettrica in MT



Fonte: Elaborazione I-Com dati Aeegsi

Morosità / 2

Criticità	Soluzioni	Pro	Contro
Riattivazione del punto sospeso in caso di saldo parziale del debito	Riattivazione della fornitura, in caso di pagamento dell'importo oggetto della costituzione in mora, anche a fronte di successive fatture non pagate per le quali sia scaduto il termine, ma non sia stata effettuata la costituzione in mora	Garanzia della tutela del cliente (necessaria la costituzione in mora per singoli inadempimenti)	<ul style="list-style-type: none"> Inefficienza e inefficacia dei processi di disattivazione e riattivazione Incremento dei costi
Necessità di una gestione efficiente delle procedure di sospensione da parte del distributore	Breve periodo: incremento degli indennizzi previsti Lungo periodo: indennizzi, monitoraggio delle prestazioni e meccanismo premi/penalità o sospensione del pagamento servizi di trasporto	Responsabilizzazione del ruolo del distributore e conseguente efficientamento dell'intero sistema	<ul style="list-style-type: none"> Lato distributore: la possibile applicazione di penalità Inefficienza del sistema a seguito dell'introduzione di premi per attività regolate
Creazione di una <i>Black list</i>	Sperimentazione a partire a PMI	Riduzione dei comportamenti opportunistici dei clienti finali e dei prezzi per i «buoni pagatori»	Potenziale eccessiva esposizione dei clienti domestici

Brand unbundling / 1

Art. 26.3
direttiva
2009/72/CE

[...] In particolare, ai gestori di sistemi di distribuzione verticalmente integrati **è fatto divieto di creare confusione, nella loro politica di comunicazione e di marchio**, circa l'identità distinta del ramo «fornitura» dell'impresa verticalmente integrata

Art. 41
D. lgs. 93/11

Le politiche di comunicazione e di marchio relative all'attività di vendita ai clienti del mercato libero ovvero ai clienti riforniti nell'ambito del servizio di maggior tutela [...] non devono creare confusione tra i rami d'azienda ovvero tra le società che svolgono le suddette attività [...]

Nonostante ciò..

Acer/Ceer
MMR 2014
(Market Monitoring
Report)

[...] lack of transparent unbundling/branding rules [...]

Brand unbundling / 2

Paesi	Regolazione <i>brand unbundling</i>	N. Operatori «ribrandizzati»*
Francia	Dal 1/6/15 saranno previste sanzioni economiche se i due principali DSO non si differenzieranno dalle rispettive case madri	pochi
Germania	Buona implementazione dell' <i>unbundling</i> , ancora qualcosa può esser fatto in relazione al <i>brand unbundling</i>	alcuni
Italia	Aeegsi ha annunciato l'adozione delle decisioni finali in materia entro la fine del 2015	n.d.
Spagna	Dal 2012 un Regio Decreto regola il <i>brand unbundling</i> . La «ribrandizzazione» è avvenuta precedentemente, con l'entrata in vigore dell' <i>unbundling</i> legale	nessuno
Gran Bretagna	«Ribrandizzazione» avvenuta durante il periodo delle privatizzazioni	n.d.

* In seguito alla Direttiva 2009/72/CE

Fonte: Elaborazione I-Com dati Ceer

Questioni aperte / Panel 1

1A) MOROSITÀ

- Si è d'accordo con le misure di breve e lungo periodo ipotizzate nel DCO 477/2014/R/COM dall'AEEGSI per responsabilizzare i DSO? In particolare, si condivide l'ipotesi di aumentare nel breve gli indennizzi da corrispondere in caso di non tempestivo intervento e, per il lungo, oltre agli indennizzi, l'implementazione di un sistema di premi/penalità in relazioni alle prestazioni dei distributori e l'introduzione di un relativo sistema di monitoraggio? In alternativa, è ipotizzabile la possibilità di sospendere i termini di pagamento del servizio di trasporto?
- In relazione al concetto di cliente non disalimentabile, nelle more dell'intervento della normativa primaria e secondaria, quali elementi possono essere individuati ai fini di una corretta classificazione? In quali circostanze e con quali modalità, si deve tener conto delle controversie in corso tra clienti e venditori?
- Quale potrebbe essere l'impatto di una banca dati che faciliti il flusso informativo tra distributori e venditori (uscenti ed entranti) consentendo l'implementazione di una black list (o in alternativa di una white list)? Come si valuta l'intenzione dichiarata dall'AEEGSI di sperimentare una banca dati di questo tipo per le piccole e medie imprese?

1B) BRAND UNBUNDLING

- Si ritiene che il ritardo con il quale si sta implementando in Italia il brand unbundling stia in qualche modo falsando la concorrenza all'interno del mercato? Rappresenta, effettivamente, un limite alla capacitazione del cliente finale, soprattutto in vista del superamento del regime di maggior tutela?
- Come dovrebbe intervenire la normativa primaria e secondaria e con quali tempistiche?

Questioni aperte / Panel 2

2A) GARANZIE

- Si è d'accordo con l'attuale modello di definizione delle garanzie, che prevede che sui venditori gravi anche la parte riferibile agli oneri di sistema? O si reputa opportuna una sua revisione in un'ottica di una diversa responsabilizzazione di tutti i soggetti coinvolti e, conseguentemente, di collaborazione sistemica tra operatori che svolgono funzioni diverse?
- Si condivide la previsione di molteplici forme di garanzia e le rispettive modalità di accesso contenute nel DCO AEEGSI? Potrebbe essere implementabile una soluzione alternativa che preveda al posto dell'aggiornamento almeno semestrale un rating pubblico emesso da un'agenzia riconosciuta che garantisca un monitoraggio continuo?
- Si ritiene adeguato l'upgrade del dimensionamento della garanzie alla stima di 3 mesi di erogazione del servizio di trasporto (rispetto ai 2 attuali)? Oppure sarebbe preferibile dimensionarle prevedendo meccanismi che tengano conto della virtuosità delle aziende utenti del servizio?
- Quale potrebbe essere l'impatto di tali misure sui bilanci aziendali, in particolare per i piccoli e medi venditori? Quanto è concreto il rischio di una riduzione drastica del numero di venditori sul mercato e quali effetti potrebbe avere *sul mercato*?

2B) FATTURAZIONE E MESSA A DISPOSIZIONE DEI DATI

- Quali sono gli ostacoli che oggi impediscono la standardizzazione dei formati – finalizzata a una maggiore trasparenza - e a questo riguardo tempi certi di implementazione?
- Considerata l'importanza del processo di misura svolto dai distributori, anche ai fini di una corretta valutazione del cash flow da parte dei venditori, si ritiene adeguato il livello di performance attualmente raggiunto dai DSO? Come si giudica l'orientamento del Regolatore di rendere disponibili i dati di misura per la fatturazione a 2 giorni lavorativi?
- Si giudica adeguato il valore degli indennizzi proposti in relazione alla messa a disposizione dei dati che avvenga su dati stimati o non rispettando le tempistiche massime previste?
- Si ritiene, inoltre, che l'eventuale perfetto allineamento tra i tempi di pagamento tra distributori, venditori e clienti risolva il problema delle uscite di cassa dei venditori?



Piazza dei Santi Apostoli 66
00187 Roma
tel. +39 06 4740746
fax +39 06 4746549
info@i-com.it
www.i-com.it