

Atto n. 48/07

**COMMERCIALIZZAZIONE DI ENERGIA ELETTRICA E GAS
NATURALE NEI MERCATI AL DETTAGLIO:**

**ORIENTAMENTI IN TEMA DI PREZZI DI COMMERCIALIZZAZIONE NELLA
VENDITA NELL'AMBITO DEI SERVIZI DI TUTELA E DELLA REMUNERAZIONE
DELLE ATTIVITÀ DI COMMERCIALIZZAZIONE NEI MEDESIMI SERVIZI**

*Documento per la consultazione
Mercati di incidenza: energia elettrica e gas naturale*

30 novembre 2007

Premessa

Il presente documento per la consultazione si inquadra nel procedimento avviato con le deliberazioni dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas (di seguito: l'Autorità) nn. 208/07 e 240/07, in cui è stato dato mandato alla Direzione Mercati di istruire in maniera organica le modalità di remunerazione dell'attività di commercializzazione nella vendita al dettaglio di energia elettrica e di gas naturale, sia in termini di riconoscimento del livello dei costi per i soggetti esercenti, sia in termini di articolazione del corrispettivo da applicare ai clienti finali rientranti nei sistemi di tutela a copertura di tali costi.

In particolare per l'energia elettrica, occorre definire la regolazione economica per quanto attiene agli aspetti di remunerazione dei costi sostenuti dagli esercenti tale servizio nel nuovo assetto di erogazione del servizio di maggior tutela disposto dalla legge 3 agosto 2007, n.125, nonché alla definizione dei corrispettivi, segnatamente del cd Prezzo di Commercializzazione della Vendita o PCV, vigenti nel servizio di maggior tutela. Tale regolazione tende a superare l'assetto transitorio già fissato per il secondo semestre 2007 che, nei fatti, ha costituito un periodo di raccordo tra il previgente mercato vincolato ed il nuovo assetto che sarà pienamente operativo dall'1 gennaio 2008. Il maggior cambiamento da registrare nel nuovo assetto è quello per cui la natura stessa del corrispettivo PCV si è modificata da "tariffa" (l'allora COV del mercato vincolato) a prezzo che si forma sulla base di criteri di mercato, vale a dire che è commisurato alla remunerazione che dovrebbe ricevere un soggetto solamente attivo nella vendita di energia elettrica nel mercato libero. Ciò in quanto i principi-guida dell'Autorità per dimensionare tale prezzo devono essere quelli tipici della regolazione pro-concorrenziale che deve portare il mercato libero a "sfidare" virtuosamente le forniture attive nei mercati di maggior tutela.

La presente consultazione è sincrona con la seconda consultazione relativa al sistema tariffario per il terzo periodo di regolazione anch'esso in vigore dall'1 gennaio p.v., in quanto gli interventi sulla PCV, sebbene tale prezzo abbia natura profondamente differente da una tariffa, sono coordinati con gli interventi tariffari al fine di valutare contestualmente l'impatto complessivo sul cliente finale in termini di spesa unitaria.

Per il gas naturale, il corrispondente corrispettivo a remunerazione delle attività di commercializzazione al dettaglio o QVD è qui sottoposto ad una revisione potenziale dell'articolazione di applicazione sui clienti finali, avendo già l'Autorità provveduto all'inizio del corrente anno termico (1 ottobre 2007) ad adeguare il livello complessivo del corrispettivo a remunerazione degli esercenti in ragione dei costi derivanti dall'assolvimento ad obblighi incrementali imposti dalla recente regolazione nel settore gas.

Il documento per la consultazione viene diffuso per offrire l'opportunità, a tutti i soggetti interessati, di formulare osservazioni e proposte.

Date l'esigenza di provvedere alla data dell'1 gennaio 2008 per il settore elettrico e l'opportunità di ridefinire l'articolazione della QVD per il settore gas entro la medesima data, i soggetti interessati sono invitati a far pervenire all'Autorità osservazioni e suggerimenti entro e non oltre il 17 dicembre 2007.

Indirizzo a cui far pervenire osservazioni e suggerimenti:

Autorità per l'energia elettrica e il gas

Direzione Mercati

Unità Mercati Retail

Piazza Cavour 5 – 20121 Milano

tel. 02.655.65.336/387

fax 02.655.65.222

e-mail: mercati@autorita.energia.it

sito internet: www.autorita.energia.it

1 Introduzione

- 1.1 Il presente documento per la consultazione ha la finalità di:
- analizzare le funzioni normalmente svolte nell'ambito dell'attività di commercializzazione dai soggetti che esercitano l'attività di vendita al dettaglio di energia elettrica e di gas naturale nei relativi mercati liberi (di seguito: venditori);
 - definire i prezzi relativi alla commercializzazione nell'ambito dei regimi di tutela previsti per il settore elettrico e il settore gas;
 - definire le modalità di remunerazione degli esercenti i regimi di tutela a copertura dei relativi costi di commercializzazione.

Nonostante i due assetti settoriali relativi all'attività di vendita al dettaglio siano alquanto differenti, nel presente documento per la consultazione l'analisi delle funzioni e dei relativi costi viene svolta congiuntamente per i due settori: molte di tali funzioni prescindono infatti dal tipo di assetto e dal settore considerato. Nel presentare questa analisi, di conseguenza, verrà data esplicita segnalazione delle situazioni in cui esiste una divergenza tra il settore elettrico e il settore gas.

- 1.2 In particolare, l'analisi si concentra sulle caratteristiche dell'attività di commercializzazione svolta dai venditori nel mercato libero e i relativi costi sostenuti per servire i clienti di piccole dimensioni, intesi questi ultimi come i clienti che attualmente hanno diritto ai regimi di tutela previsti nel settore elettrico e nel settore gas, ovvero:
- clienti domestici e piccole imprese¹, per il settore elettrico;
 - clienti domestici con consumi annui inferiori ai 200.000 metri cubi², per il settore gas naturale.
- 1.3 L'analisi delle funzioni svolte nell'ambito dell'attività di commercializzazione viene effettuata con riferimento ai venditori del mercato libero e risulta propedeutica alla valutazione della congruità degli attuali livelli di prezzo per la commercializzazione previsti nei regimi di tutela. In particolare, l'Autorità intende comparare al livello di prezzo del venditore del mercato libero:
- il livello della componente PCV applicata ai clienti finali cui è erogato il servizio di maggior tutela ai sensi dell'articolo 7 del TIV;
 - il livello della componente QVD applicata ai clienti finali di cui al punto 1.2, lettera b).

- 1.4 La completa liberalizzazione della vendita al dettaglio comporta infatti che la determinazione delle componenti relative all'attività di commercializzazione debba tenere conto della possibilità dei clienti di scegliere un venditore alternativo rispetto all'esercente previsto per i regimi di tutela. Di conseguenza, in un'ottica di liberalizzazione dei mercati, la determinazione del prezzo deve essere valutata in primo luogo in termini di impatto sul processo di liberalizzazione e sulla volontà dei clienti di aderire ad offerte nel mercato libero. Soprattutto nella fase iniziale del processo di liberalizzazione, tanto più la componente di prezzo a copertura dei costi commerciali è allineata ai livelli attualmente in vigore, determinati scontando

¹ Per la definizione di piccola impresa si veda l'articolo 1 del TIV, approvato con deliberazione n. 156/07.

² Con potere calorifico superiore di riferimento pari a 38,52 MJ/mc.

i precedenti assetti di mercato (con particolare riferimento al settore elettrico, le economie di gamma che il precedente esercente l'attività di vendita, ovvero l'impresa distributrice, poteva conseguire), tanto maggiore sarà l'inerzia del cliente ad accedere al mercato libero e a scegliersi un nuovo venditore. Per contro, tanto più il prezzo è allineato ai livelli di costo di un venditore nel mercato libero, tanto maggiore sarà il problema di corretto dimensionamento del corrispettivo, al fine di evitare che l'esercente il regime di tutela ottenga in modo ingiustificato benefici od oneri, anche potenzialmente elevati.

- 1.5 Infine nel presente documento per la consultazione vengono riconsiderate le attuali modalità di articolazione delle componenti PCV e QVD, al fine di valutare se l'articolazione di oggi consenta di dare a ciascun cliente il corretto segnale del costo sostenuto per servirlo. A tal fine, l'Autorità intende analizzare la natura dei costi sostenuti dagli esercenti i regimi di tutela e gli attuali criteri di attribuzione utilizzati per la determinazione delle componenti.

2 Ruolo del venditore

- 2.1 Successivamente alla sottoscrizione del contratto, il cliente finale può trovarsi nella necessità di richiedere l'esecuzione di diverse attività relative alla fornitura (di seguito: prestazioni), che possono essere:
 - a) prestazioni per la cui esecuzione è richiesto il solo intervento del venditore (es. informazioni sulla medesima fornitura);
 - b) prestazioni per la cui esecuzione è richiesto l'intervento dell'impresa distributrice (es. interventi su impianti di utenza).
- 2.2 Le funzioni svolte dal venditore nell'ambito dell'attività di commercializzazione dipendono dal ruolo che si vuole attribuire al venditore medesimo per quanto attiene alle prestazioni erogate al cliente finale. Mentre per le prestazioni di cui al precedente punto 2.1, lettera a) appare evidente che la richiesta debba essere formulata dal cliente finale al venditore, che è in grado di eseguire direttamente la prestazione richiesta, per le prestazioni di cui al precedente punto 2.2, lettera b) occorre invece definire i casi in cui il venditore sia l'unico soggetto ad interfacciarsi con il cliente finale e quelli in cui quest'ultimo debba/possa rivolgersi direttamente all'impresa distributrice.
- 2.3 Nel settore gas la completa apertura del mercato a far data dall'1 gennaio 2003 ha già comportato la necessità di definizione da parte dell'Autorità del ruolo del venditore in relazione alle richieste di prestazione formulate dal cliente finale. Nel settore elettrico, invece, i ruoli dei soggetti coinvolti sono ancora in fase di definizione; comunque, l'Autorità ha già anticipato i propri orientamenti in precedenti documenti per la consultazione³. Nel seguito del presente documento vengono analizzati e posti in discussione gli elementi positivi e le potenziali criticità della scelta che l'Autorità si appresta a fare.
- 2.4 La scelta del ruolo del venditore infatti deve essere determinata sia tenendo conto delle esigenze dei clienti finali di piccola dimensione, sia tenendo in

³ Documenti per la consultazione atto n. 16/07 e n. atto 36/07 in materia di regolazione della qualità dei servizi elettrici.

considerazione l'impatto in termini di concorrenza e di sviluppo del mercato della vendita al dettaglio, nonché delle possibili implicazioni in tema di costi relativi all'attività di commercializzazione.

- 2.5 La soluzione che permette al cliente finale di interfacciarsi unicamente con il venditore per qualsiasi esigenza e prestazione risulta maggiormente conforme alle caratteristiche dei clienti di piccola dimensione, che normalmente hanno scarsa conoscenza del settore e dell'evoluzione del medesimo: la presenza di un'unica interfaccia ha quindi il vantaggio di rendere più semplici e più gestibili le interazioni per tali clienti. D'altro canto occorre considerare che tale previsione può determinare la necessità di scambi informativi particolarmente complessi, da addetti ai lavori, tra gli operatori interessati, ovvero l'impresa distributrice e il venditore, per le prestazioni in cui è richiesto l'intervento dell'impresa distributrice.
- 2.6 Con riferimento all'impatto sul mercato della vendita al dettaglio, soprattutto per i clienti finali di piccola dimensione, l'Autorità ritiene che la soluzione che permette al cliente finale di avere un'unica interfaccia consenta:
- a) a vantaggio del cliente finale, di sfruttare la maggiore conoscenza del venditore sul settore, anche con riferimento agli aspetti di carattere regolatorio e tecnico del medesimo, e la sua maggiore capacità di comprendere le problematiche esposte dall'impresa distributrice;
 - b) a vantaggio del venditore, di prevenire eventuali comportamenti opportunistici da parte dell'impresa distributrice (che ad esempio potrebbe indirizzare il cliente finale all'impresa di vendita del medesimo gruppo societario, prefigurando un abuso di posizione dominante).

Entrambi gli aspetti evidenziati recano vantaggi in termini di rapporti più chiari e meglio definiti tra i soggetti coinvolti.

D'altra parte, affinché il venditore sia in grado di assistere il cliente finale anche per gli aspetti di carattere tecnico, occorre che il venditore stesso sia dotato di personale che abbia una formazione più ampia e più profonda rispetto al caso in cui alcune delle prestazioni siano effettuate direttamente dall'impresa distributrice. Questa conseguente maggiore professionalità degli operatori che intendono entrare nel mercato dei clienti di piccola dimensione è considerata dall'Autorità in termini positivi, in quanto vista come un'ulteriore garanzia di affidabilità e competenza dei venditori per i clienti finali. Inoltre, tenuto conto del fatto che molte delle prestazioni di carattere tecnico per i clienti di piccola dimensione presentano un elevato grado di standardizzazione e che, anche nel settore elettrico, attualmente alcuni dei venditori del mercato libero stanno già svolgendo questo tipo di assistenza al cliente finale, l'Autorità considera che questa maggiore professionalità di cui deve disporre il venditore non dovrebbe costituire una elevata barriera all'entrata nel mercato della vendita al dettaglio per i clienti di piccola dimensione.

- 2.7 Con riferimento infine alle possibili implicazioni in tema di costi relativi all'attività di commercializzazione, l'analisi dell'impatto della soluzione che prevede il venditore come interfaccia unica deve essere effettuata in termini comparativi rispetto alla soluzione in cui le prestazioni di carattere tecnico siano direttamente richieste dal cliente finale all'impresa distributrice. L'analisi

qualitativa dell'impatto sui costi deve essere effettuata considerando in particolare la necessità di duplicazione di alcune funzioni, quali ad esempio il servizio di assistenza e di gestione del cliente finale ed il sorgere di nuovi costi dovuti alla previsione di sistemi di trasferimento dei dati e di flussi informativi tra gli operatori coinvolti. L'Autorità ritiene che il modello con interfaccia unica del venditore abbia l'effetto di minimizzare i costi di commercializzazione in quanto, a fronte di un potenziale incremento dei costi relativi ai sistemi di trasferimento dei dati e dei flussi informativi, permette di non duplicare il servizio di assistenza e di amministrazione del cliente finale che rimane, in questo caso, unicamente a carico del venditore, evitando che anche l'impresa distributrice debba organizzarsi di strutture di contatto necessarie per l'assistenza al cliente finale di piccola dimensione.

2.8 Alla luce di queste considerazioni l'Autorità ritiene che, con riferimento ai clienti di piccola dimensione, il venditore debba essere normalmente l'interfaccia unica del cliente finale. Di conseguenza, si propone di:

- a) confermare l'attuale assetto previsto per il settore gas;
- b) stabilire un assetto per quanto possibile simile al settore gas per il settore elettrico.

Nei paragrafi seguenti si riporta un approfondimento specifico per i due settori.

Spunti per la consultazione

Q.1 *Si condividono le ipotesi e le conclusioni formulate? Se no, per quali ragioni?*

Settore gas

2.9 Per illustrare quale sia il ruolo del venditore che è già stato definito nel settore gas è opportuno classificare le prestazioni secondo quanto segue:

- a) prestazioni richieste in assenza di un contratto di fornitura stipulato (richiesta di esecuzione di un nuovo allacciamento e attivazione della fornitura);
- b) prestazioni richieste in presenza di un contratto di fornitura stipulato;
- c) prestazioni attinenti al servizio di pronto intervento, le emergenze e gli incidenti da gas.

2.10 Per quanto attiene alle prestazioni di cui al punto 2.9, lettera a), con riferimento alla richiesta di un nuovo allacciamento, in considerazione del fatto che tale richiesta può avvenire in tempi anche di molto antecedenti alla stipula di un contratto di fornitura e del fatto che il soggetto richiedente può essere diverso dal cliente finale che sarà titolare della fornitura (si pensi al caso di costruzione di nuovi immobili in cui vengono già realizzati impianti di utenza predisposti all'attivazione della fornitura), il quadro regolatorio vigente prevede che la richiesta di allacciamento possa essere effettuata anche direttamente all'impresa distributrice. Con riferimento invece all'attivazione della fornitura, la richiesta di attivazione per un impianto di utenza nuovo deve essere formulata dal cliente

finale esclusivamente al venditore con il quale intende stipulare il contratto di fornitura di gas per tale impianto⁴.

- 2.11 Per quanto attiene alle prestazioni di cui al punto 2.9, lettera b)⁵ in presenza di un contratto di fornitura di gas stipulato tra un venditore ed un cliente finale, quest'ultimo è tenuto a richiedere esclusivamente tramite il proprio venditore le prestazioni relative al contratto stesso e che possono prevedere l'intervento dell'impresa distributrice⁶.

Per questa tipologia di prestazioni, svolte dall'impresa distributrice su richiesta del venditore, risulta essenziale la definizione puntuale di tutti gli scambi informativi tra cliente finale-venditore e venditore-distributore per consentire al venditore, soggetto interposto tra il richiedente e l'esecutore della prestazione, di coordinare al meglio le attività necessarie al buon esito della richiesta.

Conseguentemente, l'Autorità ha definito le modalità e le tempistiche relative alla formulazione delle richieste di prestazione, all'esecuzione delle prestazioni e all'erogazione di indennizzi automatici in caso di mancato rispetto di alcuni livelli specifici di qualità, con particolare attenzione alle difficoltà legate alla necessità di fissare degli appuntamenti o di gestire la formulazione e l'accettazione di preventivi per l'esecuzione di alcune prestazioni. Inoltre l'Autorità ha definito, con l'approvazione del Codice di rete tipo per il servizio di distribuzione⁷, la disciplina dei rapporti tra impresa distributrice e utente del servizio di distribuzione.

In particolare, per quanto concerne lo scambio informativo tra i diversi soggetti coinvolti, poi, l'Autorità ha definito disposizioni in tema di standard nazionale di comunicazione da adottare nelle comunicazioni tra distributore-utente del servizio di distribuzione-venditore⁸ ed ha istituito un "tavolo tecnico" di confronto con le associazioni dei distributori, dei venditori di gas e dei grossisti di energia, al fine di pervenire all'individuazione delle regole e dei contenuti minimi delle informazioni da scambiare.

Nell'ambito delle richieste di prestazioni di cui al punto 2.9, lettera b), per quanto attiene invece alla formulazione di reclami scritti o richieste scritte di informazioni relativi al servizio di distribuzione, il cliente finale può decidere se inviarle al proprio venditore o direttamente al distributore di gas.

- 2.12 Infine, per quanto attiene alle prestazioni di cui al punto 2.9, lettera c), l'Autorità ha stabilito che l'impresa distributrice deve attivare tutti i canali necessari alla richiesta diretta di pronto intervento da parte del cliente finale, lasciando al venditore gli obblighi informativi al cliente finale su quali siano i recapiti telefonici da contattare.

Settore elettrico

⁴ Si veda, per gli aspetti procedurali, l'articolo 16, comma 7, della deliberazione n. 40/04.

⁵ Si veda la deliberazione n. 168/04.

⁶ Si veda, in particolare, l'articolo 34, comma 2, della deliberazione n. 168/04.

⁷ Si veda a tal proposito la deliberazione n. 108/06.

⁸ Si veda a tal proposito la deliberazione n. 294/06.

- 2.13 Alla luce delle considerazioni sopra esposte, l’Autorità intende prevedere un assetto in cui, con riferimento ai clienti di piccola dimensione che abbiano conferito mandato senza rappresentanza al venditore (sia esso operante nel mercato libero, sia esso l’esercente il servizio di maggior tutela⁹), quest’ultimo risulti l’unico soggetto che si interfaccia con il cliente finale, con riferimento a tutti i rapporti commerciali e agli aspetti tecnici attinenti la rete elettrica o il misuratore.
- 2.14 Quindi, in analogia a quanto avviene nel settore gas, il venditore sarà il soggetto che, oltre a svolgere la gestione del rapporto con il cliente nell’ambito della fornitura di energia elettrica, si interfacerà con il cliente finale in caso di richiesta di prestazioni anche relative a interventi di natura tecnica che richiedono il coinvolgimento dell’impresa distributrice, tranne che per quanto riguarda i guasti e le emergenze. In particolare, la seguente Tabella 1 evidenzia la concatenazione di interfacciamento tra soggetti proposta per i clienti di piccola dimensione del settore elettrico, distinguendo le singole prestazioni. Per i clienti di maggiori dimensioni, si ritiene di lasciare facoltà al cliente di rivolgersi al distributore o al venditore, in relazione al contenuto tecnico specifico.

Prestazioni per clienti di piccola dimensione		Concatenazione proposta
Con contratto di vendita già stipulato tra venditore e cliente finale	Prestazioni di carattere commerciale sulle fatture di vendita e altre richieste	Cliente finale → Venditore
	Modifica delle caratteristiche tecniche di connessione: a) attivazione di un punto di prelievo (*) b) variazione della potenza; c) voltura e subentri;	Cliente finale → Venditore → Impresa distributrice
	Interventi sul misuratore: d) spostamento misuratore; e) verifica misuratore;	Cliente finale → Venditore → Impresa distributrice
	Altri interventi di carattere tecnico: f) verifica della tensione; g) disattivazione di un punto di prelievo (su richiesta del cliente);	Cliente finale → Venditore → Impresa distributrice
	Reclami scritti o richieste di informazioni su servizio di distribuzione	Cliente finale → Venditore → Impresa distributrice Cliente finale → Impresa distributrice
Senza un contratto di vendita stipulato tra venditore e cliente finale (**)	Modifica delle caratteristiche tecniche di connessione: h) nuovo allacciamento alla rete anche per energizzazione di fabbricati;	Richiedente → Venditore → Impresa distributrice Richiedente → Impresa distributrice
Prestazioni attinenti al servizio guasti, le emergenze PESSE		Cliente finale → Impresa distributrice Impresa distributrice → Cliente finale

(*) comprende la messa in servizio di contatori già installati in seguito alla energizzazione di fabbricati

(**) il soggetto richiedente può essere diverso dal cliente finale

Tabella 1 – Prestazioni richieste dal cliente finale

Spunti per la consultazione
Q.2 *Si condivide la previsione del ruolo del venditore per il settore elettrico? Quali elementi di criticità sono riscontrabili in questa previsione?*

⁹ I soggetti esercenti abilitati per legge a svolgere in modo integrato le attività di vendita e di distribuzione rappresentano necessariamente l’unica interfaccia con il cliente finale.

Q.3 *Si ritiene opportuno estendere tale previsione con riferimento a tutti i clienti connessi in bassa tensione?*

3 Funzioni svolte nell'ambito dell'attività di commercializzazione

3.1 Nel presente capitolo vengono descritte le sub-attività svolte per la commercializzazione, con l'obiettivo di definire, per ciascuna voce di costo, il contenuto della sub-attività svolta, il tipo di investimento richiesto e la natura del costo (fisso o variabile), verificando in particolare se tale costo dipenda dalla dimensione e dal numero dei clienti serviti. Tale analisi risulta propedeutica alla valutazione delle possibilità di minimizzazione del costo medesimo e della presenza di eventuali economie di scala dovute, a titolo di esempio, alla fornitura congiunta di più servizi.

3.2 In particolare, per quanto concerne la natura dei costi sostenuti dal venditore, i costi fissi connessi alla commercializzazione possono risultare particolarmente rilevanti. Infatti, la descrizione che segue evidenzia come in molte delle attività svolte vi sia necessità da parte del venditore di dotarsi di sistemi informativi adeguati. Ciò risulta vero sia nella fase di fatturazione, che nella fase di assistenza al cliente finale e più in generale durante la gestione del contratto e dei conseguenti flussi informativi. La necessità di investimenti in sistemi informativi ed il relativo livello dei costi fissi connessi a tali investimenti comporta che il venditore debba servire un numero minimo di clienti per poter essere competitivo. Tenuto conto delle attività in cui i sistemi informativi rivestono importanza, nello scegliere il tipo di sistema informativo da utilizzare e la complessità dello stesso il venditore deve tenere conto che:

- a) sistemi più sofisticati possono richiedere investimenti maggiori che non trovano copertura al di sotto di un numero minimo di clienti;
- b) sistemi più semplici risultano idonei per piccoli numeri di clienti serviti ma possono diventare inefficaci o inefficienti al crescere della clientela.

Il venditore può cercare di minimizzare tali costi, attraverso lo sfruttamento di economie di scala perseguibili tra le attività condotte all'interno del gruppo societario (ad esempio, provvedendo alla fatturazione congiunta di servizi) o valutando la possibilità di esternalizzare alcune funzioni.

3.3 L'attività di commercializzazione comprende tutte le funzioni connesse alla consegna dell'energia elettrica o del gas naturale al cliente finale, nel rispetto delle condizioni previste nel contratto di vendita. Rispetto ai clienti oggetto dell'analisi, ovvero i clienti di piccola dimensione, l'attività di commercializzazione è caratterizzata da:

- a) la rilevanza dei costi connessi alle attività di acquisizione del cliente;
- b) l'importanza della presenza di una rete commerciale distribuita sul territorio, necessaria sia per la fase di acquisizione del cliente da parte di nuovi venditori, al fine della sottoscrizione dei contratti, sia per la fase di fidelizzazione e trattenimento, al fine di evitare la perdita del cliente e la sua acquisizione da parte di un altro venditore;
- c) la necessità di predisporre strutture specifiche per l'assistenza e la gestione dei clienti, quali ad esempio *call center*;

d) la necessità di dotarsi di adeguati sistemi informatici per la gestione delle informazioni, anche in considerazione delle numerosità e della rilevanza delle medesime.

3.4 In particolare, le sub-attività di commercializzazione comprendono:

- l'acquisizione del cliente finale;
- l'attivazione della fornitura;
- la gestione del contratto di vendita;
- la gestione del rapporto con l'impresa di distribuzione, Terna e l'impresa di trasporto;
- la gestione del rapporto con i fornitori grossisti a monte;
- altre attività.

La Tabella 2 sintetizza le funzioni di ciascuna sub-attività sopra evidenziata che vengono di seguito analizzate.

Sub-attività	Funzioni svolte
Acquisizione del cliente	Ricerche di mercato
	Predisposizione canali di vendita
	Marketing pubblicitario
	Predisposizione delle offerte
	Valutazione del merito creditizio
	Sottoscrizione contratto
Attivazione della fornitura	Archiviazione contratti
	Richieste di accesso per attivazione o per sostituzione nella fornitura
Gestione contratto di vendita	Gestione anagrafica clienti
	Gestione rapporto con il cliente finale
	Rilevazione dati di misura (settore gas)
	Fatturazione
Gestione rapporto con fornitori di servizi elettrici/gas	Gestione dei pagamenti
	Gestione rapporto con impresa distributrice
	Gestione rapporto con impresa di trasporto/Terna
Altre attività	Gestione rapporto con grossisti/trader
	Gestione rapporto con Autorità
	Gestione rapporto con UTF

Tabella 2 – Dettaglio sub-attività di commercializzazione

Acquisizione del cliente

Ricerche di mercato

3.5 Rientrano in questa attività tutte le azioni volte all'individuazione di potenziali bacini di utenza e all'acquisizione di informazioni circa i nuovi clienti da servire. La legge 3 agosto 2007, n. 125, di conversione del decreto legge n. 73/07, (di seguito: legge n. 125/07) ha introdotto importanti novità in materia, prevedendo che l'Autorità definisca *“le modalità con cui le imprese di distribuzione di energia elettrica o di gas naturale garantiscono, nel rispetto delle esigenze di privacy, l'accesso tempestivo e non discriminatorio ai dati dell'ultimo anno derivanti dai sistemi informativi e dall'attività di misura, relativi ai consumi dei clienti connessi alla propria rete, strettamente necessari per la formulazione delle offerte*

commerciali e la gestione dei contratti di fornitura”. Conseguentemente l’Autorità ha definito la disciplina in materia di accesso ai dati di base¹⁰, riferita esclusivamente ai clienti finali domestici, per la formulazione di proposte commerciali relative alla fornitura di energia elettrica e/o gas naturale. A tal fine sono stati introdotti a carico delle imprese di distribuzione obblighi informativi nei confronti dei venditori e dei clienti finali. L’Autorità ha rimandato ad un ulteriore provvedimento la definizione di disposizioni per la copertura dei costi sostenuti dalle imprese distributrici ed ha già posto in consultazione¹¹ alcune proposte.

- 3.6 Conseguentemente, per i venditori, parte dei costi delle attività inerenti l’acquisizione di informazioni sui potenziali clienti sarà fortemente influenzata dalle decisioni assunte in materia dall’Autorità, con particolare riferimento alla possibile definizione di specifiche componenti tariffarie a copertura degli oneri correlati ad ogni singola richiesta di informazione sui dati di base dei clienti finali.

Predisposizione canali di vendita

- 3.7 Per i clienti di piccola dimensione il contatto con il cliente avviene tipicamente attraverso una molteplicità di canali:

- canali diretti interni all’impresa;
- canali di vendita indiretti (ad esempio agenti sul territorio);
- internet;
- posta;
- telefono;
- franchising;
- accordi commerciali con società di gestione operanti sul territorio;
- accordi commerciali con banche/operatori finanziari.

L’utilizzo di canali di contatto diretto interno implica la preponderanza della voce di costo relativa al personale; questo canale di vendita viene solitamente utilizzato in una fase iniziale di ingresso nel mercato, quando il numero di clienti in acquisizione è limitato e concentrato geograficamente. Se la campagna di acquisizione assume rilevanza maggiore risulta quasi necessaria la scelta di usufruire di servizi esterni, ad esempio attraverso agenzie. Questa opzione prevede normalmente la costruzione di una rete commerciale diffusa su tutto il territorio che il venditore intende servire e, conseguentemente, potenziali rilevanti costi iniziali.

Parallelamente ai canali sopra citati, al fine di minimizzare i costi possono svilupparsi modalità di contatto alternative, quali l’utilizzo di internet e del contatto telefonico telefono, strumenti che non richiedono la presenza fisica sul territorio nazionale. D’altra parte tali canali risultano percorribili solo con

¹⁰ Si veda, a tale proposito, la deliberazione n. 157/07.

¹¹ Si veda, a tale proposito, il Documento per la consultazione “*Accesso ai dati di base per l’invio di proposte commerciali relative alla fornitura di energia elettrica e/o di gas naturale*”, del 15 ottobre 2007 – Atto n. 39/07.

riferimento a venditori che hanno un marchio conosciuto e per i quali risulta comunque rilevante l'attività di marketing pubblicitario.

- 3.8 I canali di vendita devono essere strutturati in modo tale da acquisire tutte le informazioni necessarie alla predisposizione della proposta contrattuale, con particolare riferimento alle caratteristiche di prelievo e alle informazioni sull'affidabilità del cliente finale. In particolare il venditore dovrebbe conoscere i dati del cliente relativamente a:
- il consumo del cliente (annuo/mensile, ecc.), le modalità di prelievo, le caratteristiche del misuratore relativo al punto di prelievo del cliente medesimo (esempio: misuratore elettronico nel caso elettrico, ecc.);
 - informazioni necessarie alla valutazione della solvibilità del cliente.

Marketing pubblicitario

- 3.9 L'attività di marketing pubblicitario riguarda la costruzione e la diffusione del marchio e della propria offerta attraverso campagne pubblicitarie. Il costo di una campagna pubblicitaria è dato dal suo costo di acquisto e dipende sia dal canale di comunicazione scelto (tv, radio, giornali, pubblicità online, ecc.), sia dalla visibilità che si intende raggiungere (numero di messaggi per unità di tempo, durata, in termini temporali, della campagna, estensione territoriale: campagna locale o nazionale).
- 3.10 Il costo dipende direttamente dagli elementi sopra elencati e in particolare dal tipo di campagna scelta. L'eventuale minimizzazione del costo potrebbe avvenire "calibrando" le scelte relative a mezzi di comunicazione usati e visibilità perseguita: una possibile scelta potrebbe essere quella di limitare la campagna a livello locale perseguendo l'obiettivo di garantirsi inizialmente una visibilità in un ambito maggiormente localizzato. Comunque, una volta effettuato l'investimento, il costo deve essere recuperato indipendentemente dal numero di clienti serviti.

Predisposizione delle offerte e valutazione del merito creditizio

- 3.11 L'elaborazione della proposta contrattuale prevede la definizione dei corrispettivi applicati, in termini di livello e di struttura (prezzo fisso, sconto rispetto a quanto previsto nei regimi di tutela, prezzi indicizzati, ecc) e delle altre condizioni contrattuali quali, a titolo di esempio, durata del contratto, condizioni di rinnovo/recesso, tempistiche di fatturazione, modalità e tempi di pagamento, eventuali prestazioni di servizi aggiuntivi legati alla fornitura di energia elettrica (consulenza, analisi dei consumi, ecc), modalità e tempi di trasferimento di informazioni quali variazioni dei corrispettivi in caso di indicizzazione, variazioni della normativa di settore, variazioni di condizioni contrattuali qualora sia prevista la facoltà di modifica unilaterale.
- 3.12 A ciò si aggiunge che l'elaborazione dell'offerta fatta al cliente terrà conto anche del rischio creditizio associato al medesimo. Contestuale quindi all'elaborazione dell'offerta è l'attività di valutazione del merito creditizio del cliente cui l'offerta è destinata. La valutazione può avvenire richiedendo al cliente informazioni sulla sua solvibilità, ad esempio chiedendo di dar prova del pagamento delle fatture emesse dal vecchio fornitore. In altri casi la valutazione del merito creditizio e del

rischio ad esso connesso può anche essere condotta su base statistica assegnando a un cliente un rischio creditizio in base a determinate caratteristiche (ad esempio, la classe merceologica del medesimo). Perché ciò sia possibile, tuttavia, occorre che il numero dei clienti finali serviti sia sufficientemente elevato e tale da permettere questo genere di analisi.

- 3.13 Nel caso dei clienti di piccola dimensione qui analizzati, i costi della formulazione della proposta contrattuale diminuiscono mediante il ricorso a contratti standard, di più facile sottoscrizione e che nella maggior parte dei casi prevedono uno sconto sulle condizioni economiche previste dai regimi di tutela. Tali contratti possono essere eventualmente differenziati sulla base della classe merceologica del cliente (es. attività commerciale, attività artigianale, cliente domestico), dell'appartenenza ad associazioni di categoria o a consorzi, delle caratteristiche di consumo (es. consumi domestici per seconda casa) o di altre caratteristiche tecniche (tensione di connessione, ecc.).

Sottoscrizione del contratto e archiviazione

- 3.14 Le attività rappresentano la fase conclusiva della funzione di acquisizione del cliente finale e si sostanziano nella sottoscrizione dell'offerta commerciale da parte del cliente stesso e nell'archiviazione da parte del venditore di tutti i dati relativi alla fornitura, propedeutici alla funzione successiva di attivazione.

Spunti per la consultazione

- Q.4** *Si ritiene esaustiva la descrizione delle funzioni inerenti la sub-attività acquisizione del cliente? Se no, quali altre funzioni devono essere considerate?*

Attivazione della fornitura

Richiesta di accesso per attivazione o per sostituzione nella fornitura

- 3.15 Per rendere operativa la fornitura a seguito della sottoscrizione del contratto di vendita è necessario inoltrare apposita richiesta all'impresa distributrice, sia che si tratti dell'attivazione di una nuova fornitura, sia nel caso di sostituzione nella fornitura di un cliente finale già servito da precedente venditore (*switching*). L'attività consiste nella formulazione della richiesta, nel rispetto di quanto stabilito dalla normativa di riferimento, fornendo tutti dati necessari alla corretta individuazione del punto di prelievo/punto di riconsegna: si tratta quindi di un'attività di interfaccia con l'impresa distributrice, che può presentare alcune difficoltà gestionali, i cui costi sono essenzialmente legati alle modalità di formulazione e trasmissione della richiesta stessa.

Gestione anagrafica clienti

- 3.16 L'attività consiste nella "registrazione" nei sistemi informativi gestionali del venditore di tutti i dati relativi al cliente finale e alle forniture ad esso associate, propedeutica allo svolgimento della successiva funzione di gestione del contratto di vendita.

Spunti per la consultazione

Q.5 *Si ritiene esaustiva la descrizione delle funzioni inerenti la sub-attività attivazione della fornitura? Se no, quali altre funzioni devono essere considerate?*

Gestione del contratto di vendita

Gestione del rapporto con il cliente finale

3.17 Comprende tipicamente l'attività di assistenza al cliente svolta con la finalità di arrivare alla risoluzione dei problemi evidenziati dal cliente stesso e di svolgere una funzione di supporto circa le sue esigenze. In particolare, tale attività comprende la gestione di:

- a) richieste di chiarimenti e informazioni sulle problematiche relative alla vendita;
- b) richieste sul contenuto dei documenti di fatturazione;
- c) richieste di prestazioni, che necessitano che il venditore intervenga direttamente o provveda a contattare l'impresa distributrice per le azioni da intraprendere;
- d) reclami.

Tipicamente lo svolgimento di tale attività prevede l'organizzazione di un front office, attraverso l'organizzazione di un *call center* e l'implementazione di sistemi di *Customer Relationship Management*. I costi di questa funzione hanno natura di costi fissi, per la parte relativa alle strutture informatiche e alle strutture dei *call center*, e hanno natura variabile per la parte relativa alle prestazioni lavorative. Il costo complessivo del personale qualificato è proporzionale al numero di persone impiegate ed è funzione del numero di clienti serviti: le imprese di vendita che servono più clienti dovrebbero infatti avere necessità di centri assistenza più grandi.

Rilevazione dei dati di misura (solo settore gas)

3.18 Secondo la vigente regolazione in materia¹² il venditore può svolgere direttamente le operazioni di lettura dei consumi e di gestione dei dati di consumi, nel caso in cui richieda espressamente di non volersi avvalere del distributore per lo svolgimento di tali operazioni nei confronti dei propri clienti. A tal proposito l'Autorità ha già avviato un procedimento per la definizione della regolazione funzionale-prestazionale e dell'assetto del servizio di misura nella distribuzione gas¹³, con il quale intende rivedere le responsabilità dei soggetti coinvolti in modo coerente con l'attuale assetto dell'attività di misura nel settore elettrico e, conseguentemente, provvedere all'armonizzazione del sistema tariffario.

Fatturazione

¹² Si vedano, a tale proposito, le deliberazioni n. 311/01 e 11/07.

¹³ Si veda, a tale proposito, la deliberazione n. 169/07.

- 3.19 L'attività di fatturazione concerne il calcolo dei volumi di energia elettrica o di gas consumati, il calcolo dei corrispettivi, l'emissione e la spedizione della fattura, la gestione delle eventuali rettifiche. I costi connessi presentano elementi di costo fisso per la parte di calcolo ed emissione della fattura, dal momento che richiedono la disponibilità di sistemi informativi adeguati, ed elementi di costo variabile in funzione del numero dei clienti finali serviti per quanto concerne la parte di stampa e postalizzazione delle fatture. Rientra in questa attività anche l'aggiornamento dell'anagrafica dei clienti in relazione alla gestione dei documenti fiscali (IVA, imposte, ecc.).
- 3.20 Le problematiche relative a questa funzione sono principalmente legate alle disponibilità dei dati di misura e alla conoscenza di tutti i corrispettivi che debbono essere fatturati al cliente finale. Nel caso in cui le tempistiche della ricezione dei dati non siano definite o non vengano rispettate e i dati medesimi non siano completi risulta necessaria la fatturazione di importi in acconto, facenti riferimento a un quantitativo di energia elettrica/gas naturale stimato, a cui fanno seguito conguagli. In questi casi i costi relativi a questa attività possono aumentare in quanto si rende necessario un sistema che prevede una fase iniziale di stima del dato ed emissione di fatture in acconto e una fase successiva di calcolo dei conguagli e di emissione delle relative fatture.

Gestione dei pagamenti

- 3.21 Tale funzione risulta tra le più rilevanti per la gestione e la minimizzazione del rischio creditizio dei clienti finali. Una volta assegnato ad un cliente il relativo rischio creditizio, si tratta di definire le modalità di copertura di tale rischio creditizio (es. attraverso il versamento di garanzie/depositi cauzionali). Rientrano poi in questa attività le operazioni connesse alla gestione dei pagamenti e alle relative insolvenze. I costi sono tipicamente variabili e dipendono anche dalla dimensione del credito da riscuotere.
- 3.22 La gestione delle insolvenze comporta, oltre all'eventuale perdita legata al mancato pagamento del credito, il sostenimento di altri costi, che dipendono dalle differenti modalità di gestione adottate ma che si sostanziano, normalmente, nei solleciti al cliente, nella valutazione e concessione di eventuali dilazioni (es. piani di rientro) e nel recupero del credito. Una possibilità per la minimizzazione del costo di gestione delle insolvenze potrebbe consistere nell'affidamento della gestione a una società di recupero crediti.

Spunti per la consultazione

Q.6 *Si ritiene esaustiva la descrizione delle funzioni inerenti la sub-attività gestione del contratto di vendita? Se no, quali altre funzioni devono essere considerate?*

Gestione del rapporto con fornitori

- 3.23 Al fine di rendere esecutiva la fornitura al cliente finale, il venditore deve stipulare dei contratti di approvvigionamento dell'energia elettrica/gas naturale e, avendo

ricevuto il mandato, dei contratti per l'utilizzo delle infrastrutture con gli altri operatori della filiera (distribuzione, trasporto, dispacciamento e stoccaggio). Ciò avviene interfacciandosi direttamente con i vari soggetti o attraverso il mandato a soggetti terzi.

Gestione del rapporto con l'impresa di trasporto/Terna

3.24 Nel settore elettrico rimangono in capo al venditore che si approvvigiona direttamente dei servizi di dispacciamento le attività connesse alla gestione del rapporto con Terna. Tali attività riguardano in particolare la gestione del contratto di dispacciamento e delle fatture passive.

In generale il rapporto con Terna si caratterizza per la quantità e la complessità dei flussi informativi scambiati e ciò comporta la necessità di disporre di adeguati sistemi informativi che permettano la gestione di tali flussi. Per quanto concerne la gestione delle fatture passive, rientrano in tale funzione la verifica degli importi relativi alle fatture e la gestione dei pagamenti. Tipicamente i corrispettivi per il servizio di dispacciamento possono essere:

- a) di tipo passante, per cui Terna fattura il servizio al venditore/utente del dispacciamento che a sua volta trasferisce tale importo al cliente finale: in tal caso eventuali errori di fatturazione da parte di Terna nei confronti del venditore possono generare un costo aggiuntivo in termini di fatturazione al cliente finale con conseguenze analoghe a quelle indicate al paragrafo 3.18;
- b) di importo forfetario stabilito contrattualmente: in tal caso eventuali errori di fatturazione da parte di Terna nei confronti del venditore generano un costo in capo al medesimo in termini di maggiore rischio assunto, costo che tuttavia riguarda maggiormente l'attività di approvvigionamento dell'energia elettrica, piuttosto che quella di commercializzazione.

3.25 Nel settore del gas, nel caso in cui il venditore abbia stipulato un contratto di fornitura al punto di consegna della rete di trasporto con uno o più *shipper*, il venditore stesso non è utente del servizio di trasporto e quindi non sussistono rapporti con l'impresa di trasporto.

Nel caso in cui, invece, il venditore sia utente del servizio di trasporto e abbia quindi sottoscritto un contratto con l'impresa di trasporto, sarà obbligato al rispetto di tutte le procedure previste nel codice di rete per il servizio di trasporto¹⁴ e saranno a suo carico tutti gli oneri previsti dal codice medesimo.

Gestione del rapporto con l'impresa distributrice

3.26 L'attività comprende tutte le azioni di scambio informativo con l'impresa distributrice, ad eccezione delle richieste di attivazione della fornitura e di *switching*, già analizzate in precedenza, con particolare riferimento alla:

- gestione delle richieste di prestazione formulate dai clienti finali per le quali è necessario l'intervento del distributore (si veda paragrafo 2);
- gestione dell'erogazione degli indennizzi automatici a carico dell'impresa distributrice;

¹⁴ Si vedano, a tale proposito, le deliberazioni n. 75/03 e 144/03 e successivi aggiornamenti.

- fatturazione dei servizi erogati dall'impresa distributrice.

3.27 Anche in questo caso, l'entità dei costi sostenuti dal venditore è strettamente correlata alle modalità di comunicazione definite dall'Autorità in materia di flussi informativi.

Gestione del rapporto con i grossisti/trader

3.28 Per quanto riguarda i contratti di approvvigionamento, il venditore deve preliminarmente individuare il grossista e procedere alla negoziazione del contratto. Inoltre, tenuto conto che il rischio volume¹⁵ rimane in capo normalmente al venditore, all'interno di questa attività rimangono le funzioni relative alla determinazione delle stime di consumo e all'invio dei programmi di prelievo.

3.29 Elementi rilevanti nella gestione dei contratti di approvvigionamento riguardano la gestione e il controllo dei dati nonché la gestione delle fatture passive. Nel primo aspetto rientrano la gestione dei flussi informativi, le modalità di trasferimento dei dati che hanno diretto impatto sui sistemi informativi del venditore. Per quanto riguarda invece il secondo aspetto, rientrano in tale funzione la verifica degli importi relativi alle fatture passive e la gestione dei pagamenti, con il relativo impatto in termini di flussi di cassa e livello di capitale circolante netto dell'impresa.

Spunti per la consultazione

Q.7 *Si ritiene esaustiva la descrizione delle funzioni inerenti la sub-attività gestione del rapporto con fornitori? Se no, quali altre funzioni devono essere considerate?*

Altre attività

Gestione del rapporto con l'Autorità

3.30 L'attività di commercializzazione comprende le funzioni svolte dal venditore a seguito di obblighi imposti dall'Autorità (ad esempio, obblighi di comunicazione, ecc.). Rientrano in tali funzioni a titolo di esempio la gestione dei dati statistici e di settore, l'invio dei dati di prezzo e l'obbligo di pubblicazione delle condizioni economiche di fornitura nel settore gas.

Gestione del rapporto UTF

3.31 Sono infine comprese tra le altre attività svolte dal venditore le funzioni di comunicazione e i relativi obblighi nei confronti di altri soggetti istituzionali (ad esempio il Ministero dello Sviluppo Economico) e nei confronti del UTF.

Spunti per la consultazione

¹⁵ Il rischio volume è il rischio connesso all'incertezza relativa alla quantità di energia elettrica che viene ceduta e/o acquistata, sia in termini di quantità complessiva che in termini di profilo di consumo articolato in intervalli temporali.

Q.8 *Si ritiene esaustiva la descrizione delle funzioni inerenti la sub-attività altre attività? Se no, quali altre funzioni devono essere considerate?*

4 Elementi caratterizzanti i diversi assetti dell'attività di vendita al dettaglio

Settore elettrico

- 4.1 La legge n. 125/07 prevede che le imprese distributrici, nel caso servano più di 100.000 clienti finali, debbano costituire entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore, una o più apposite società per azioni alle quali trasferiscono i beni e i rapporti, le attività e le passività relativi all'attività di vendita. La medesima legge prevede che il servizio di maggior tutela sia erogato dalle imprese di distribuzione, anche attraverso apposite società di vendita e che il soggetto titolare del servizio si approvvigioni dell'energia elettrica dall'Acquirente Unico, che continua ad essere garante della fornitura ai clienti ammessi al servizio di maggior tutela, ma non svolge direttamente l'attività di commercializzazione.
- 4.2 Il servizio di maggior tutela è affidato ad un soggetto diverso dall'impresa distributrice solo nel caso un numero di clienti finali serviti maggiore di 100.000: il nuovo contesto normativo pone infatti obblighi di separazione societaria, attraverso la costituzione di apposita società di vendita, solo alle imprese di distribuzione aventi determinate dimensioni, permettendo che l'erogazione del servizio possa comunque avvenire nell'ambito del medesimo gruppo societario dell'impresa distributrice. Questo assetto dovrebbe consentire la minimizzazione dei costi relativi al servizio di commercializzazione degli esercenti la maggior tutela, in quanto da un lato garantisce alle imprese distributrici che servono meno di 100.000 clienti di continuare a usufruire delle economie di scala derivanti dalla fornitura del servizio congiunto (servizio di distribuzione e servizio di maggior tutela) e dall'altro di minimizzare i costi di transazione, nonché gli oneri finanziari che deriverebbero dal trasferimento ad un soggetto non facente parte del medesimo gruppo societario dell'impresa distributrice della gestione non centralizzata del rischio creditizio e degli oneri/proventi derivanti dai possibili squilibri finanziari.
- 4.3 La remunerazione agli esercenti la maggior tutela è attualmente definita attraverso l'applicazione del corrispettivo PCV che, con riferimento al secondo semestre del 2007, è stato transitoriamente fissato ad un livello pari alla componente a copertura dei costi di commercializzazione dell'attività di vendita ai clienti del mercato vincolato (COV).
- 4.4 I livelli dei corrispettivo PCV, distinti per ciascuna delle tipologie contrattuali del servizio di maggior tutela, sono indicati nella successiva Tabella 3.

Clienti finali aventi diritto alla maggior tutela	Livello del corrispettivo PCV	
Clienti domestici	€/punto/anno	2,1419
Clienti BT altri usi	€/punto/anno	3,2825
Clienti BT illuminazione pubblica	€/MWh	0,10

Tabella 3 – Livelli attuali del corrispettivo PCV

Settore gas

- 4.5 Ai sensi del Dlgs 23 maggio 2000, n. 164/00, dall'1 gennaio 2003 l'attività di vendita del gas naturale ai clienti finali è libera. In particolare il decreto ha stabilito che:
- a) tutti i clienti sono idonei, ovvero possono scegliersi liberamente il proprio fornitore di gas naturale sul mercato;
 - b) i soggetti che svolgono attività di vendita devono essere separati societariamente da quelli che svolgono attività di distribuzione, trasporto e stoccaggio. Non sono tuttavia previste separazioni societarie nell'attività di vendita in funzione della tipologia dei clienti serviti, con particolare riferimento alla distinzione tra il mercato libero e il regime di tutela, di seguito illustrato.
- 4.6 All'approssimarsi del 1 gennaio 2003, non risultando prevedibile l'immediata affermazione di una situazione concorrenziale, caratterizzata dall'offerta di più proposte commerciali tra cui il cliente potesse scegliere la più vantaggiosa, l'Autorità ha ritenuto opportuno adottare un provvedimento di tutela per i clienti con consumi annui inferiori a 200.000 mc e quelli che, pur avendo un consumo superiore a tale soglia, non avessero ancora scelto il proprio fornitore sul mercato libero¹⁶. Tale provvedimento prevede l'obbligo ai venditori di continuare a praticare condizioni economiche di fornitura determinate secondo le disposizioni definite dall'Autorità, fatta salva la facoltà del cliente finale di sottoscrivere proposte commerciali alternative offertegli sul mercato libero.
- 4.7 L'ambito dei clienti oggetto di tutela è stato ridotto a partire dall'1 ottobre 2006. Da tale data, infatti, gli esercenti l'attività di vendita devono proporre le condizioni economiche di fornitura previste per il regime di tutela ai soli clienti domestici con consumi annui inferiori ai 200.000 metri cubi di gas naturale¹⁷ mentre le condizioni economiche continuano ad essere applicate ai clienti finali che non hanno ancora scelto il proprio fornitore sul mercato libero.
- 4.8 L'assetto di tutela previsto per il gas naturale attraverso la definizione delle condizioni economiche di fornitura è stato confermato dalla legge n. 125/07: la legge ha infatti stabilito, da un lato, che l'Autorità indichi condizioni standard di erogazione del servizio di vendita ai clienti finali anche per le forniture di gas naturale ai clienti domestici e, dall'altro, che sono fatti salvi i poteri di vigilanza e di intervento dell'Autorità a tutela dei diritti degli utenti, anche nei casi di verificati e ingiustificati aumenti dei prezzi e alterazioni delle condizioni del servizio per i clienti che non hanno ancora esercitato il diritto di scelta.
- 4.9 Per quanto concerne la remunerazione degli esercenti il regime di tutela, il ricavo per l'attività di vendita al dettaglio (v) riconosciuto è stato, fino al 1 ottobre 2007, pari a 62.100 lire/cliente anno (32,07 euro/cliente anno)¹⁸. Tale ricavo è stato tradotto in un corrispettivo per unità venduta (QVD), differenziato a livello di

¹⁶ Si veda, a tale proposito, la deliberazione 12 dicembre 2002, n. 207/02.

¹⁷ Si veda, a tale proposito, la deliberazione 28 giugno 2006, n. 134/06.

¹⁸ Si vedano, a tale proposito, la deliberazione 28 dicembre 2000, n. 237/00 e la deliberazione 4 dicembre 2003, n. 138/03.

ambito (ma al suo interno uguale per tutte le categorie di clienti) sulla base del numero di clienti e dei volumi venduti, secondo la seguente formula:

$QVD = v * NV / VCV$, dove:

v è pari a 32,07 euro per cliente;

NV è il numero di clienti vincolati (dell'ambito);

VCV è il volume di gas venduto ai clienti vincolati (dell'ambito)¹⁹.

E' inoltre prevista una possibile maggiorazione di tale corrispettivo da applicare ai clienti con consumo annuo fino a 20 GJ (circa 500 mc).

- 4.10 Il livello della remunerazione è stato modificato dall'Autorità a partire dall'1 ottobre 2007 attraverso l'adeguamento del coefficiente rappresentativo dei costi unitari dell'attività di vendita al dettaglio (v) ad un valore pari a 35,82 euro/cliente anno²⁰.

5 Obiettivi da perseguire nella definizione dei prezzi per le attività di commercializzazione nell'ambito dei sistemi di tutela previsti nel settore elettrico e nel settore gas

Principali obiettivi

- 5.1 Ai fini della definizione dei prezzi per le attività di commercializzazione relative ai regimi di tutela previsti in entrambi i settori, l'Autorità intende prevedere che i corrispettivi QVD e PCV siano determinati in modo tale da:

- a) non alterare la concorrenza o creare potenziali barriere alla scelta dei venditori nel mercato libero e in modo tale da garantire parità di trattamento tra i clienti aventi le medesime caratteristiche, indipendentemente dal servizio erogato;
- b) trasferire ai clienti finali il corretto segnale di prezzo relativo alla commercializzazione.

- 5.2 Con riferimento al primo obiettivo, occorre considerare che nel processo di liberalizzazione dell'attività della vendita al dettaglio assume rilevanza la definizione dei livelli di prezzo relativi all'attività di commercializzazione. Infatti, come già sottolineato, una potenziale barriera allo sviluppo della concorrenza nel mercato della vendita al dettaglio è costituita dalla struttura dei costi relativi all'erogazione del servizio, con particolare riferimento a quelli commerciali, in considerazione della necessità dei notevoli investimenti, anche a carattere locale, richiesti da questa attività e della conseguente possibilità di profitto solo a fronte

¹⁹ Il calcolo di cui alla formula suddetta è stato applicato negli anni termici 2001-2002 e 2002-2003, in un contesto solo parzialmente liberalizzato, nel quale il processo di separazione societaria tra le attività di vendita e di distribuzione non era ancora completo e pertanto ciascuna impresa disponeva di tutti i dati necessari all'effettuazione dei calcoli per gli ambiti in cui operava.

²⁰ Si veda, a tale proposito, la deliberazione 27 settembre 2007, n. 240/07

del raggiungimento di un numero minimo di clienti che consentono determinate economie di scala.

- 5.3 Al fine di eliminare eventuali barriere all'ingresso nel mercato della vendita ai clienti di piccola dimensione, l'Autorità ritiene necessario definire i prezzi nei regimi di tutela in linea con i costi di commercializzazione sostenuti da un venditore in un mercato liberalizzato. In particolare, l'Autorità intende definire tale livello sulla base dei costi di vendita *stand alone*, che corrispondono ai costi complessivamente sostenuti per l'attività di commercializzazione della vendita al dettaglio da un soggetto non integrato, che quindi non svolge altre attività di commercializzazione.
- 5.4 In prima approssimazione, soprattutto con riferimento al primo periodo del processo di liberalizzazione di un settore, è ragionevole attendersi che il costo *stand alone* risenta (rispetto al livello fissato precedentemente alla liberalizzazione) di una perdita di economie di gamma derivante dalla separazione delle attività di commercializzazione del servizio di distribuzione da quelle della vendita al dettaglio. Tuttavia, occorre tenere in considerazione, anche in un'ottica di auspicabile evoluzione delle offerte commerciali, sia la possibilità di sfruttare economie di gamma diverse da quelle relative al precedente assetto, quali quelle connesse alla commercializzazione congiunta di altri prodotti, sia la possibilità di maggiore efficienza da parte dell'operatore sul mercato libero in ragione dei livelli aumentati di concorrenza.
- 5.5 Con riferimento al secondo obiettivo, l'analisi deve considerare quali siano i costi sostenuti per servire il singolo cliente, in quale misura tali costi abbiano natura di costi fissi, anche in ragione del numero di anni in cui ci si attende di continuare a servire il cliente e per quale parte dipendono invece dai consumi dei singoli clienti. Le analisi devono quindi permettere una corretta determinazione dei costi complessivi e una loro corretta attribuzione alle varie tipologie di clienti secondo criteri che permettano il maggior livello di *cost reflectivity* possibile.

Conclusioni

- 5.6 Dalla descrizione riportata nei paragrafi precedenti emerge una differenza sostanziale nei due settori, con particolare riferimento all'assetto dell'attività di vendita, che comporta:
 - la presenza di una specifica società di vendita per i clienti finali in “maggior tutela”, per il settore elettrico;
 - la possibilità per la società di vendita del gas naturale di servire sia clienti nel mercato libero, sia clienti oggetto di tutela.
- 5.7 Conseguentemente, nel settore gas i costi relativi all'attività di commercializzazione sostenuti dalla società di vendita relativamente ai clienti oggetto di tutela non sono facilmente distinguibili dai costi sostenuti per servire i clienti sul mercato libero.
- 5.8 Tenuto conto delle differenze evidenziate l'analisi per la definizione dei prezzi per le attività di commercializzazione nell'ambito dei sistemi di tutela e della

remunerazione degli esercenti avviene in modo separato nel settore elettrico e nel settore gas.

Spunti per la consultazione

Q.9 *Si condividono gli obiettivi esposti? Si ritiene, in particolare, che debbano essere considerati altri obiettivi?*

6 Definizione dei prezzi per le attività di commercializzazione nell'ambito dei sistemi di tutela previsti nel settore elettrico (PCV) e della remunerazione a copertura dei costi per tali attività agli esercenti la maggior tutela

Informazioni raccolte dai venditori

- 6.1 Ai fini della definizione dei corrispettivi PCV sono state considerate le informazioni relative ai costi per servire i clienti di piccola dimensione raccolte dall'Autorità presso alcuni venditori sul mercato libero. In particolare sono state richieste le seguenti informazioni:
- a) il dettaglio dei valori economici e patrimoniali relativi a:
 - dati dell'anno 2006 derivanti dal bilancio di esercizio come risultanti dagli schemi di bilancio di cui alla deliberazione n. 310/01 inviati dall'Autorità;
 - dati di pre-consuntivo dell'anno 2007;
 - dati di previsione relativi all'anno 2008;
 - b) l'evidenziazione delle voci di costo che risultano indipendenti dal numero di clienti serviti;
 - c) il dettaglio del numero di clienti finali serviti, la previsione della durata media del rapporto contrattuale e l'indicazione del numero minimo di clienti da acquisire/servire a supporto della decisione di entrare nel mercato.
- 6.2 Con riferimento al punto 6.1, lettera a), i venditori hanno provveduto ad una ripartizione dei valori economici e patrimoniali in funzione della tipologia di clientela servita e del tipo di attività svolta. Tali dati sono stati richiesti con riferimento anche agli anni 2007 e 2008, al fine di tenere conto della loro evoluzione in relazione alla variazione del numero di clienti finali serviti. Inoltre, i dati relativi agli anni 2007 e 2008 risultano rilevanti per la definizione dei costi relativi all'attività di commercializzazione dei clienti domestici, data la possibilità di accedere al mercato libero per tali clienti a partire dal 1° luglio 2007.
- 6.3 Per quanto riguarda la ripartizione tra i costi fissi e i costi variabili, l'analisi dei dati raccolti conferma l'elevata incidenza di costi indipendenti dal numero dei clienti serviti: l'incidenza del livello di tali costi risulta infatti superiore al 60% rispetto ai costi complessivamente considerati. Tale incidenza dipende anche dal fatto che il numero di clienti finali serviti risulta molto basso e relativo ad un mercato che si sta aprendo. Per tale motivo, ai fini della definizione del prezzo, il livello dei costi indipendenti dal numero dei clienti serviti è stato determinato

anche considerando la durata media del rapporto con i clienti finali serviti e l'incremento dei clienti finali serviti dal venditore nel corso della durata media.

- 6.4 Appare infine opportuno sottolineare che l'analisi si riferisce ad un mercato in evoluzione, in cui il numero dei clienti attualmente serviti risulta ancora molto inferiore al numero minimo di clienti da acquisire a supporto della decisione di entrare nel mercato. Inoltre molti venditori hanno segnalato che l'attività di acquisizione dei clienti è ancora concentrata su segmenti diversi da quello domestico e che l'approccio ai clienti domestici avviene in maniera indotta. Inoltre sembra ancora limitata l'attività di approccio ai clienti per l'offerta *dual fuel*: anche in questo caso i venditori continuano a focalizzare l'attività su un solo settore e stanno cominciando ad avvicinarsi al cliente già servito per l'altro settore.

Definizione del livello del corrispettivo PCV

- 6.5 Nonostante gli elementi di incertezza sopra evidenziati, dall'analisi dei dati inviati dai venditori è possibile riscontrare degli elementi di differenziazione dei costi tra i clienti domestici e i clienti non domestici. Tali elementi, in particolare riguardano:
- a) l'attività di approccio al cliente e le modalità di copertura del costo del canale di vendita;
 - b) la fatturazione.
- 6.6 Con riferimento al primo aspetto, è stato segnalato dai venditori come il costo di approccio al cliente risulta maggiore per i clienti non domestici. Questo deriva sia dal ricorso a canali di vendita differenti e più onerosi per i clienti non domestici²¹, sia dalle modalità di copertura dei costi dei canali indiretti: normalmente, per ciascun cliente acquisito, il venditore corrisponde all'agenzia un corrispettivo fisso, che risulta maggiore a seconda della dimensione del cliente acquisito, ed un corrispettivo sul consumo fatturato al cliente durante il periodo contrattuale di fornitura.
- 6.7 Con riferimento invece ai costi relativi alla fatturazione, il maggiore costo sostenuto dipende dalla periodicità della fatturazione: normalmente infatti la fatturazione ai clienti non domestici ha cadenza mensile mentre quella dei domestici bimestrale.
- 6.8 Di conseguenza, sulla base delle informazioni raccolte, i costi di commercializzazione sostenuti per servire i clienti di piccola dimensione risultano:
- a) diversi a seconda della tipologia di clienti serviti e più alti per i clienti non domestici;
 - b) in parte dipendenti dal volume di energia elettrica venduta.
- 6.9 Al fine di valutare il costo di commercializzazione sostenuto dal venditore per servire i clienti non domestici occorre tuttavia considerare un ulteriore elemento di incertezza: la tipologia dei clienti connessi in bassa tensione comprende anche

²¹ Su tale aspetto alcuni operatori hanno segnalato che il canale utilizzato per l'approccio al cliente non domestico è quello delle agenzie, mentre per i clienti domestici tale canale è spesso sostituito da accordi con la grande distribuzione.

clienti che non hanno diritto alla maggior tutela, in quanto diversi dalle piccole imprese. Di conseguenza, tenuto conto che parte dei costi dipende dal consumo e dalla dimensione dei clienti serviti, è possibile che il livello dei costi sostenuti per servire i clienti corrispondenti alle piccole imprese potrebbe risultare inferiore rispetto a quello indicato dai venditori per servire l'insieme più ampio dei clienti non domestici.

- 6.10 Per quanto riguarda l'articolazione del corrispettivo, pur essendo consapevole che parte dei costi dipende dai volumi di energia elettrica consumata, l'Autorità ritiene che il corrispettivo PCV debba essere espressa in centesimi di euro per punto di prelievo per anno per tutte le tipologie contrattuali diverse dalle utenze in bassa tensione per usi di illuminazione pubblica.
- 6.11 L'intervallo dei livelli che l'Autorità intende proporre per il corrispettivo PCV, differenziato per ciascuna tipologia contrattuale compresa nel servizio di maggior tutela, è evidenziato nella successiva Tabella 4.

Clienti finali aventi diritto alla maggior tutela	Livello del corrispettivo PCV	
Clienti domestici	€/punto/anno	28,00 – 32,00
Clienti BT altri usi	€/punto/anno	48,00 – 52,00
Clienti BT illuminazione pubblica	€/MWh	1,30 – 1,70

Tabella 4 – Livelli del corrispettivo PCV

Spunti per la consultazione	
Q.10	<i>Si ritiene che esistano ulteriori elementi a supporto della differenziazione dei costi di commercializzazione tra i clienti domestici e i clienti non domestici?</i>
Q.11	<i>Si ritiene che l'intervallo dei livelli proposti sia adeguato ai costi sostenuti dal venditore?</i>
Q.12	<i>Si condivide che il corrispettivo PCV sia articolato per punto di prelievo (ad esclusione della tipologia contrattuale BT illuminazione pubblica)? Se no, quale articolazione si ritiene corretta?</i>

Definizione della remunerazione a copertura dei costi per le attività di commercializzazione

Obiettivi e criteri generali

- 6.12 Obiettivo principale nella definizione della remunerazione per gli esercenti la maggior tutela è quello di garantire l'equilibrio economico finanziario di tali soggetti. L'Autorità intende prevedere che ai fini della definizione della remunerazione per l'attività di vendita al dettaglio si debbano considerare:
- i costi operativi, tra cui il costo del personale, gli acquisti di materiali e servizi e gli ammortamenti delle immobilizzazioni, calcolati secondo criteri economico-tecnici;

b) una congrua remunerazione del capitale investito.

- 6.13 Ai fini della determinazione della remunerazione del capitale investito, l'Autorità intende prevedere un congruo tasso di remunerazione, determinato come media ponderata del tasso di rendimento sul capitale di rischio e di quello sul debito (*Weighted Average Cost of Capital, WACC*), fissato nell'intervallo compreso tra 8-8.7%, ottenuto sulla base di un livello del rischio sistematico dell'attività (coefficiente β levered) da fissare in misura pari a 1.
- 6.14 L'Autorità intende inoltre definire meccanismi incentivanti per i soggetti esercenti il servizio che, pur in un'ottica di garanzia di equilibrio economico finanziario del soggetto, sia tale da permettere il perseguimento di obiettivi di efficienza del medesimo soggetto. In tale ambito l'Autorità intende a regime definire meccanismi di *price cap* con criteri di determinazione dell'efficienza anche sulla base dei costi sostenuti dagli operatori sul mercato libero. L'Autorità ritiene infatti che la remunerazione degli esercenti la maggior tutela non possa portare a livelli superiori ai costi sostenuti nel mercato libero per servire un numero comparabile di clienti. Tuttavia, l'Autorità non ritiene al momento possibile prevedere meccanismi automatici di aggiornamento annuale del livello di remunerazione relativo all'anno 2008. Infatti, tenuto conto dell'evoluzione del processo di liberalizzazione, completata dal 1 luglio 2007 e la costituzione di apposite società di vendita per l'erogazione del servizio di maggior tutela entro la fine dell'anno 2007, si ritiene che gli attuali elementi di incertezza siano tali da rendere necessaria una verifica annuale circa la congruità dei livelli di remunerazione agli esercenti la maggior tutela.
- 6.15 In particolare, l'Autorità intende verificare eventuali squilibri tra costo, definito sulla base delle rilevazioni contabili, e remunerazione a copertura dei costi commerciali degli esercenti la maggior tutela. Nel caso di situazioni in cui i ricavi risultino diversi ai costi, superiori/inferiori ad una franchigia, orientativamente fissata pari al 5%, saranno previsti opportuni meccanismi di compensazione per riportare il livello della remunerazione ai costi effettivi. Il medesimo confronto verrà effettuato nell'ambito della definizione delle componenti a copertura dei costi di commercializzazione per il servizio di distribuzione dell'energia elettrica²².
- 6.16 Al fine della garanzia dell'equilibrio economico finanziario dei soggetti esercenti e del perseguimento dell'efficienza dell'attività, l'Autorità intende infine considerare la problematica, di lungo periodo, di una progressiva e consistente diminuzione dei clienti finali serviti nell'ambito della maggior tutela. A tale fine l'Autorità intende valutare la necessità di definire opportuni meccanismi di compensazione per gli esercenti la maggior tutela che hanno costituito apposite società separate nei casi in cui il numero di punti di prelievo dei clienti serviti in maggior tutela sia tale da non garantire la copertura dei costi fissi. In particolare, il suddetto meccanismo di compensazione potrebbe essere delineato in modo da garantire a ciascun esercente la maggior tutela che ha costituito una società di

²² Si veda, a tale proposito, il Documento per la consultazione “*Tariffe per l'erogazione dei servizi di trasmissione, distribuzione e misura dell'energia elettrica nel periodo 2008- 2011 – Orientamenti finali*”

vendita separata per l'erogazione del servizio di maggior tutela un importo, se positivo, corrispondente alla differenza in ciascun anno tra:

- a) un ammontare fisso, determinato dall'Autorità in modo tale da coprire i costi fissi di commercializzazione;
- b) il prodotto tra:
 - i) il numero medio mensile dei punti di prelievo nella titolarità dei clienti in maggior tutela serviti, moltiplicato per il numero di mesi compresi nel periodo di maggior tutela; e
 - ii) la quota fissa riconosciuta agli esercenti per servire i medesimi clienti.

Spunti per la consultazione

- Q.13** *Si condividono gli obiettivi sopra evidenziati? Quali ulteriori obiettivi si ritiene debbano essere considerati ai fini della remunerazione degli esercenti la maggior tutela?*
- Q.14** *Quale si ritiene debba essere l'ammontare a copertura dei costi fissi da riconoscere ai sensi del precedente punto 6.15?*

Analisi dei dati e definizione del livello di remunerazione

- 6.17 Nella fase di definizione della remunerazione l'Autorità intende considerare il livello dei costi sulla base delle informazioni relative all'anno 2006, tenuto conto dell'evoluzione del servizio analizzato. L'utilizzo di informazioni relative all'anno 2006 comporta che il livello dei costi debba essere determinato considerando anche gli elementi di costo già utilizzati per la definizione delle componenti a copertura dei costi di commercializzazione per il servizio di distribuzione dell'energia elettrica. I dati di partenza infatti riguardano i costi di commercializzazione sostenuti dalle imprese distributrici per la vendita ai clienti del mercato vincolato e comprendono quindi l'attività di commercializzazione del servizio di distribuzione dell'energia elettrica e l'attività di commercializzazione del servizio di vendita ai clienti del mercato vincolato.
- 6.18 Al fine di ottenere la ripartizione dei dati di costo sopra descritti sono state effettuate ulteriori richieste agli esercenti la maggior tutela chiedendo l'evidenziazione della quota dei costi relativi al servizio di vendita ai clienti del mercato vincolato rispetto al livello dei costi riportati nell'attività di acquisto e vendita dell'energia elettrica degli schemi patrimoniali ed economici redatti ai sensi della deliberazione n. 310/01. Inoltre, con riferimento alle voci economiche e patrimoniali relative all'attività di commercializzazione del servizio di vendita sono state richieste ulteriori informazioni di dettaglio al fine di separare i costi sostenuti per servire i clienti di piccola dimensione.
- 6.19 Al fine di valutare il livello di remunerazione da riconoscere agli esercenti la maggior tutela, è stata effettuata l'analisi dei dati pervenuti. Nell'ambito di tale analisi è possibile evidenziare come tra i costi operativi (comprensivi degli ammortamenti) risultino rilevanti le voci di costo inerenti ai servizi, in particolare legati all'esternalizzazione di alcune attività (pari a circa il 45% dei costi operativi) e il costo del personale (pari a circa il 25% dei costi operativi). Infine il livello degli ammortamenti, accantonamenti e delle svalutazione è stimabile attorno a circa il 30% del totale dei costi operativi e degli ammortamenti. Non

sono invece riscontrabili particolari differenze a seconda della dimensione dell'impresa: questa mancata differenziazione potrebbe in parte essere spiegata dalla natura variabile di parte dei costi sostenuti (in media tale livello risulta pari a circa la metà dei costi sostenuti).

6.20 Dall'analisi dei dati inviati dagli esercenti la maggior tutela sono tuttavia emersi elementi di criticità dovute:

- a) alla mancata attribuzione diretta delle voci economiche e patrimoniali e al conseguente utilizzo di *driver* per l'attribuzione delle medesime voci tra la commercializzazione del servizio di trasporto e la commercializzazione dell'attività di vendita;
- b) alla mancata possibilità di definire, nell'ambito dell'attività di vendita, le voci economiche e patrimoniali direttamente attribuibili ai clienti domestici e ai clienti non domestici di piccola dimensione;
- c) alla mancanza di informazioni relative all'anno 2008 e sulla effettiva operatività delle società di nuova costituzione.

6.21 Di conseguenza, tenuto conto delle suddette criticità, l'Autorità intende prudenzialmente stabilire che la remunerazione sia fissata:

- a) esclusivamente sulla base dei dati 2006 senza previsione di aggiornamento dei meccanismi di *price cap* per riportare tali dati dall'anno 2008;
- b) prevedendo comunque un'articolazione della remunerazione in una quota fissa e una quota dipendente dalla quantità di energia elettrica venduta, sulla base delle percentuali di costi variabili evidenziata dagli esercenti la maggior tutela.

6.22 L'intervallo dei livelli che l'Autorità intende proporre a remunerazione degli esercenti la maggior tutela è evidenziato nella successiva Tabella 5.

Clients finali aventi diritto alla maggior tutela	Remunerazione agli esercenti la maggior tutela	
Clienti domestici	€/punto/anno	6,00 – 8,00
	€/MWh	3,00 – 4,00
Clienti BT altri usi	€/punto/anno	11,00 – 14,00
	€/MWh	1,00 – 2,50
Clienti BT illuminazione pubblica	€/MWh	0,60 – 0,90

Tabella 5 – Remunerazione agli esercenti la maggior tutela

6.23 Tenuto conto della differenziazione della definizione del livello dei prezzi (determinato sulla base dei costi dei venditori sul mercato libero) e del livello a remunerazione degli esercenti la maggior tutela (determinato sulla base dei dati di costo dei medesimi esercenti) l'Autorità intende prevedere meccanismi di restituzione da parte degli esercenti i regimi di tutela di tale differenza. Tali meccanismi devono essere determinati in modo da non alterare la concorrenza nel mercato libero e, conseguentemente, non devono creare distorsioni tra il servizio di maggior tutela e mercato libero. Nella Figura 1 sono sintetizzate le modalità con cui dovrebbero avvenire i meccanismi di compensazione in questi casi.

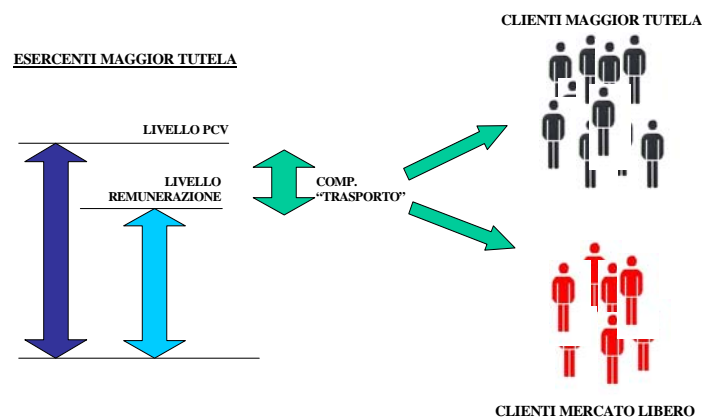


Figura 1 – Meccanismi di compensazione

- 6.24 In particolare, l’Autorità intende prevedere che, la differenza tra i ricavi conseguiti dall’applicazione del corrispettivo PCV e la remunerazione riconosciuta per l’erogazione del servizio, pari al prodotto tra i livelli di cui alla tabella 5 e le variabili sottostanti rilevanti (numero di punti di prelievo e energia elettrica) sia destinata ad un apposito fondo a copertura di parte dei costi del trasporto.

Spunti per la consultazione

- Q.15** Si condividono i criteri di riconoscimento definiti per l’anno 2008?
- Q.16** Si ritiene che i livelli e l’articolazione della remunerazione agli esercenti la maggior tutela siano stati correttamente individuati?
- Q.17** Si condivide la destinazione proposta per le eventuali differenze tra i corrispettivi PCV pagati dai clienti finali e la remunerazione prevista per gli esercenti la maggior tutela?

7 Definizione dei prezzi per le attività di commercializzazione nell’ambito dei sistemi di tutela previsti nel settore gas (QVD) e della remunerazione a copertura dei costi per tali attività relative ai clienti in regime di tutela nel settore gas

Informazioni utilizzate

- 7.1 Ai fini della verifica e dell’eventuale adeguamento dei corrispettivi QVD attualmente vigenti sono state analizzate sia le informazioni relative ai costi per servire i clienti di piccola dimensione raccolte dall’Autorità presso alcuni venditori sul mercato libero, in analogia a quanto illustrato al paragrafo 6, sia i dati già a disposizione, con particolare riferimento alle informazioni trasmesse dagli esercenti l’attività di vendita ai sensi della deliberazione n. 311/01.
- 7.2 In considerazione delle risultanze emerse, nonostante gli elementi di incertezza e i previsti futuri interventi in materia di revisione delle attività svolte nell’ambito della commercializzazione, l’Autorità ritiene che possano sussistere i presupposti per una nuova definizione del corrispettivo QVD.
- 7.3 Tuttavia, in considerazione del fatto che le società svolgono congiuntamente l’attività di vendita per i clienti in regime di tutela e per i clienti nel mercato

libero, l'Autorità non ritiene opportuno prevedere una differenziazione tra il livello di prezzo e il livello a remunerazione delle attività di commercializzazione relative ai clienti in regime di tutela, come invece proposto per il settore elettrico²³.

Spunti per la consultazione

Q.18 *Si condivide la scelta dell'Autorità di non prevedere, per il settore gas, una differenziazione tra il corrispettivo QVD e la remunerazione per gli esercenti? Se no, quali elementi sono a supporto di una tale differenziazione?*

Definizione del livello del corrispettivo QVD

- 7.4 L'analisi dei dati a disposizione è stata focalizzata, nei limiti delle informazioni a disposizione, sugli esercenti che servono prevalentemente clienti con consumo inferiore a 200.000 mc/anno. I costi operativi di tali esercenti sono costituiti in larga parte da spese per servizi e costi del personale (circa il 90% del totale dei costi operativi comprensivi di ammortamenti). Nell'ambito della voce costi per servizi sono incluse le spese sostenute verso distributori per letture e/o altre prestazioni (che presentano un andamento crescente nel tempo e attualmente pari a circa il 15% del totale). Infine la voce relativa agli ammortamenti pesa circa il 10%.
- 7.5 Da un primo esame di insieme dei dati suddetti emergono i seguenti elementi:
- non si riscontrano differenze significative di costo in relazione alla dimensione o alla zona geografica di attività dell'impresa;
 - il livello dei costi complessivamente sostenuto risulta maggiormente dipendente dal numero di clienti serviti piuttosto che dalle quantità vendute ma, nello stesso tempo, i costi unitari per cliente presentano una relazione crescente con il consumo unitario annuo del cliente²⁴;
 - una parte dei costi non appare collegata ai livelli di attività dell'impresa (costi di natura fissa).
- 7.6 Quanto riportato al precedente punto 7.5 porta ad evidenziare l'opportunità di una modifica dell'articolazione del corrispettivo QVD in quanto la remunerazione attualmente definita per gli esercenti non risulta pienamente in linea con la struttura dei costi dell'attività di vendita nel regime di tutela.
- 7.7 In particolare:
- l'attuale formulazione del corrispettivo QVD in forma interamente variabile (euro per unità venduta) non appare coerente:

²³ Si consideri inoltre che il processo di liberalizzazione del settore gas è iniziato anche per i clienti di piccola dimensione a partire dal 1 gennaio 2003.

²⁴ Tale relazione è riconducibile, in primo luogo, sia alla maggiore frequenza con cui le operazioni di lettura e fatturazione devono essere effettuate nei confronti dei clienti aventi consumi più elevati, sia alla propensione di tali clienti ad interagire maggiormente con il venditore.

- a) da un lato, con la presenza di costi di natura fissa, che si manifestano anche in assenza di consumi²⁵;
- b) dall'altro, con le differenze associate al consumo annuo del cliente, la cui crescita oltre soglie elevate determina incrementi meno che proporzionali nei costi;
- la forte differenziazione del corrispettivo su base locale (QVD di ambito) non trova riscontro nell'esistenza di significative diversità territoriali nei costi di commercializzazione.

7.8 In conseguenza, l'Autorità ritiene che i corrispettivi QVD debbano essere ridefiniti, prevedendo una quota fissa ed una o più quote variabili, differenziate in funzione di scaglioni di consumo annuo coerenti con quelli già individuati per la definizione dei corrispettivi di distribuzione.

Spunti per la consultazione

Q.19 *Si condivide l'articolazione del corrispettivo QVD come combinazione tra una quota fissa e una o più quote variabili? Se no, per quali motivi? Quale articolazione alternativa si propone?*

7.9 La nuova articolazione del corrispettivo QVD potrebbe avere degli impatti rilevanti in termini di:

- a) variazioni nella spesa annua di talune categorie di clienti, in particolare quelli aventi bassissime dimensioni di consumo annuo;
- b) situazione economico-finanziaria degli esercenti l'attività di vendita.

In considerazione di tali aspetti, l'Autorità intende valutare la necessità di prevedere opportuni meccanismi di gradualità per l'introduzione della nuova articolazione del corrispettivo QVD.

7.10 L'Autorità prevede pertanto, per una prima fase (1 gennaio – 30 settembre 2008), di introdurre una combinazione di quote fisse e variabili calcolate sulla base dei corrispettivi QVD attualmente vigenti in ciascun ambito tariffario, tenendo conto degli scaglioni di consumo previsti dalle disposizioni in materia di corrispettivi di distribuzione.

7.11 La combinazione tra quote fisse e variabili, tenendo conto degli scaglioni di consumo previsti per la distribuzione, dovrebbe essere la seguente:

- fino a 4 GJ: quota fissa pari a $4 \cdot QVD_i \cdot A$,
- oltre 4 GJ: importo di cui allo scaglione precedente + quota variabile unitaria applicata ai consumi oltre i 4 GJ e pari a QVD_i ,

dove:

- QVD_i corrispettivo unitario dell'ambito i -esimo vigente all'1 ottobre 2007,
- A coefficiente moltiplicativo compreso tra 1,5 e 2.

²⁵ Anche un cliente con consumi nulli è oggetto di lettura e fatturazione periodica.

Infine l'Autorità ritiene di eliminare la facoltà di incrementare i corrispettivi a carico dei clienti con consumo annuo fino a 20 GJ, prevista attualmente dal comma 8.2 della deliberazione n. 138/03.

- 7.12 L'Autorità intende altresì prevedere che, con decorrenza 1 ottobre 2008, i livelli dei nuovi corrispettivi (quota fissa e quote variabili) vengano uniformati su tutto il territorio nazionale, anche al fine di eliminare le differenziazioni per ambito tariffario attualmente presenti, che non rispecchiano diversità nei costi di commercializzazione effettivamente esistenti. Detta definizione coinciderebbe con l'inizio del nuovo anno termico e del nuovo periodo regolatorio della distribuzione, e potrebbe altresì tenere conto della evoluzione degli assetti, in particolare della misura.

Spunti per la consultazione

- Q.20** *Si condivide l'introduzione all'1 gennaio 2008 di una combinazione di quote fisse e variabili basate sui valori dei corrispettivi unitari attualmente vigenti in ciascun ambito? Se no, per quali motivi? Quale alternativa si propone?*
- Q.21** *Si condivide l'articolazione proposta? Si ritengono opportune ulteriori differenziazioni per scaglione di consumo annuo? Quale altra alternativa si propone?*
- Q.22** *Si condivide la definizione di corrispettivi uniformi sul territorio nazionale con decorrenza 1° ottobre 2008? Se no, per quali motivi? Quale alternativa si propone?*