

## **Osservazioni e proposte di Sorgenia S.p.A.**

al documento per la consultazione 77/2015/R/COM

<b>Riforma degli obblighi di separazione funzionale per il settore dell'energia elettrica e del gas naturale –orientamenti finali</b>
---

pubblicato dall'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas il 26 febbraio 2015



Milano, 13 aprile 2015

Si esprime apprezzamento e si condividono le proposte avanzate dall'Autorità nel documento di consultazione. Si ritengono particolarmente necessari ed urgenti gli interventi prospettati in tema di separazione delle politiche di comunicazione e di marchio nella distribuzione del gas naturale e nella distribuzione dell'energia elettrica ed il trattamento delle informazioni riservate.

Si intende infatti far rilevare come sia oramai necessario provvedere all'implementazione, nell'ambito del settore energetico, di quanto previsto dalla normativa primaria, specialmente quella europea, peraltro più volte richiamata nel testo del documento per la consultazione (direttive 2009/72/CE e 2009/73/CE). Si reputa inoltre essenziale che l'Autorità provveda a creare nel sistema italiano condizioni per lo sviluppo del mercato che possano essere quantomeno parificabili rispetto a quelle dei principali paesi europei. Ciò premesso, si riportano di seguito alcune osservazioni puntuali.

### **Separazione delle politiche di comunicazione e di marchio nella distribuzione del gas naturale e nella distribuzione dell'energia elettrica**

Per quel che concerne tale tematica (paragrafo 9) si condividono gli orientamenti dell'Autorità di dar corso a quanto previsto dalla normativa e dalla giurisprudenza europea. In particolare si concorda con il principio in base al quale debba esistere una netta distinzione netta tra i marchi e le politiche di comunicazione tra esercenti la vendita e imprese di distribuzione integrate verticalmente. Si ritiene infatti opportuno rimarcare come le attuali condizioni reali del mercato generino "confusione" nel cliente finale specialmente nella percezione della effettiva distinzione societaria e, soprattutto, di ruolo/funzione nell'ambito della filiera energetica, tra operatori di rete e operatori di mercato. Non sono poche infatti le circostanze in cui i marchi e le politiche comunicative di esercenti la vendita e imprese di distribuzione appartenenti al medesimo gruppo societario si sovrappongono, richiamandosi vicendevolmente, con evidenti ripercussioni sulla propensione del cliente finale a sottoscrivere contratti di fornitura con operatori diversi da quelli storicamente presenti sul territorio. È noto inoltre come l'utente finale possa avere la percezione di poter mantenere/ottenere un miglior servizio venendo rifornito dalla "medesima società" che si occupa della raccolta dei dati di misura o dell'esecuzione delle prestazioni sulla rete gas/elettrica. Si ritiene pertanto necessario che l'Autorità dia quanto prima attuazione alle disposizioni che prevedono una chiara distinzione tra i marchi e le politiche comunicative della vendita e della distribuzione, dando la dovuta attenzione alla definizione di "marchio" che deve essere inteso come la combinazione di logo e ragione sociale.

Inoltre, pur condividendo la volontarietà della scelta del soggetto che potrà continuare ad utilizzare il marchio storico, si ritiene opportuno individuare opportuni incentivi affinché sia il venditore appartenente al gruppo integrato il soggetto chiamato ad attuare gli obblighi di

diversificazione del marchio rispetto a quello storico. Si ritiene infatti che solo in questo modo si possano creare le condizioni per la definizione di un contesto competitivo equo.

Infine si richiama l'attenzione sul fatto la "confusione" legata al marchio ad oggi è presente non solo con riferimento alle attività di vendita/distribuzione, ma anche con riferimento alla vendita su mercato libero/mercato di maggior tutela. E' infatti evidente che l'indicazione "mercato libero" ad oggi presente sulle bollette non è sufficiente a rendere consapevole il consumatore, considerato che tutte le altre impostazioni grafiche ed il logo presente sulla fattura sono identici rispetto alla bolletta di maggior tutela. Si ritiene quindi necessario definire una diversificazione del marchio anche con riferimento al servizio di maggior tutela, sia nel mercato elettrico che nel mercato gas. Si condivide quindi la proposta secondo cui il fornitore dei servizi di tutela di prezzo dovrebbe adottare un marchio diverso rispetto a quello proprio della società di appartenenza, ovvero una definizione neutra ed uniforme tra i diversi fornitori, quale ad esempio l'indicazione "esercente la maggior tutela". Con riferimento alle tempistiche di applicazione, sembra opportuno che questa misura sia implementata in modo coerente rispetto al processo di eliminazione dei servizi di tutela prospettato dal DDL Concorrenza - AC 3012 attualmente in fase di esame parlamentare. Nello specifico le misure individuate di *brand unbundling*, almeno con riferimento alla separazione del marchio dell'esercente la maggior tutela, dovrebbero essere rese efficaci con almeno un anno di anticipo rispetto all'eliminazione dei servizi di maggior tutela, al fine di aumentare la capacitazione dei clienti in previsione della completa apertura del mercato. La tempistica individuata, pari a 18 mesi dall'approvazione del provvedimento, sembra infatti troppo lunga con riferimento alla sola variazione di logo e ragione sociale dell'esercente la maggior tutela.

### **Trattamento delle informazioni riservate**

Si condivide quanto definito ai paragrafi 12.7/12.8/12.9. In particolare si sottolinea come il Sistema Informativo Integrato (SII) debba diventare, a tendere, non solo lo "strumento definitivo ed esclusivo" e "l'unico canale di scambio" per garantire il trattamento non discriminatorio delle informazioni relative all'identificazione dei clienti finali quali, come riportato nel documento, dati di misura, stato dei pagamenti e solvibilità (a proposito, in relazione a questi ultimi si coglie l'occasione per ricordare come sia sempre più urgente giungere all'implementazione della cosiddetta BICSE), ma anche l'interfaccia unica ed esclusiva per la gestione delle richieste di prestazione (oltre che di informazione) tra società di vendita ed imprese di distribuzione. La totale interposizione tecnico-informativa del SII, oltre che ridurre le attuali inefficienze del sistema e i relativi costi, rappresenterebbe infatti un passo in avanti determinante per la piena realizzazione pratica del principio di "non discriminazione".

