

Informazioni ed empowerment dei clienti finali nei mercati retail dell'energia

(deliberazione 197/2019/R/Com)

Incontro con ARERA del 2 luglio 2019

Osservazioni di Elettricità Futura

24 luglio 2019

Osservazioni di carattere generale

Elettricità Futura ritiene che la completa apertura del mercato libero, con il definitivo superamento delle tutele di prezzo, sia un passaggio fondamentale per l'evoluzione del sistema energetico, nel percorso di transizione energetica che farà leva anche sull'elettrificazione dei consumi finali da parte di clienti che saranno sempre più al centro del sistema stesso.

In generale, pertanto, apprezziamo l'intento dell'Autorità finalizzato all'empowerment del cliente finale, perseguito anche con le proposte presentate durante la riunione del 2 luglio, che si inseriscono nel procedimento individuato con le delibere 746/2017/R7com e 197/2019/R/com. Dal momento che tali delibere fanno riferimento esclusivo al perimetro dei consumatori in maggior tutela e in tutela gas, riteniamo opportuno che anche le proposte presentate alla riunione del 2 luglio si applichino allo stesso perimetro di clientela.

Come evidenziato dall'Autorità nella propria presentazione, la normativa prevede il superamento delle tutele di prezzo dal 1 luglio 2020, data entro la quale il (Ministero dello Sviluppo Economico e ARERA dovranno implementare una serie di interventi e misure propedeutiche: chiediamo pertanto che anche il presente procedimento tenga conto della necessità di un coordinamento tra ARERA e MiSE, in modo da fornire ai consumatori informazioni chiare e complete.

Passando all'analisi delle singole proposte, di seguito riportiamo alcune osservazioni riferite agli orientamenti del cosiddetto primo livello.

L'inserimento di un messaggio all'esterno della busta può incrementare l'attenzione del consumatore e la sua informazione in merito alla piena apertura del mercato, come previsto dalla Legge Concorrenza. Tuttavia, riteniamo che tale messaggio debba essere chiaro e ben strutturato, per evitare di ottenere l'effetto opposto oppure una maggiore incertezza/incomprensione tale da generare anche considerevoli incrementi di contatti ai propri venditori per richiesta di chiarimenti. Il testo dovrebbe pertanto indicare immediatamente che è l'ARERA a comunicare tale messaggio, per evitare il fraintendimento con un mero messaggio pubblicitario dell'esercente, a cui per certo il cliente potrebbe prestare minore attenzione.

L'inserimento del messaggio sulla busta causerà dei costi non indifferenti per tutti gli operatori coinvolti, legati sia all'inserimento dei messaggi al cliente (depliant, messaggio sulla busta; tra l'altro, nel caso della tutela gas i venditori dovranno anche modificare i sistemi per differenziare ed estrarre i clienti in tutela che dovranno ricevere il messaggio sulla busta, da tutti gli altri) che al sicuro incremento dei contatti per richieste di chiarimento da parte dei clienti: pertanto riteniamo necessario che tali costi, sia per il settore elettrico che gas, siano adeguatamente coperti, ad esempio tenendone considerazione per l'aggiornamento della PCV e QVD,

(che andrebbero però eventualmente aggiornate con un processo ad hoc che eviti il lag temporale dell'ordinaria frequenza di aggiornamento delle PCV e QVD).

Segnaliamo, inoltre, che la presenza di tale messaggio all'esterno della busta potrebbe rappresentare una eventuale criticità dal punto di vista della privacy del cliente, poiché permetterebbe di risalire al tipo di mercato (maggior tutela o tutela gas) di fornitura del cliente.

Dal punto di vista dell'effettivo layout che il messaggio sulla busta dovrebbe avere (colore del testo, font, ecc.), chiediamo sia lasciata libertà di scelta ai singoli vendori, per evitare di incrementare ulteriormente i costi.

L'Autorità propone che lo stesso messaggio riportato sulla busta sia inserito nell'oggetto della mail con cui viene inviata la fattura: tuttavia tale messaggio sarebbe troppo esteso per la lunghezza del campo oggetto (che contiene già i riferimenti della relativa fattura), e anche se potesse essere inserito non avrebbe effetti significativi perché sarebbe così lungo da essere letto solo da pochi clienti. Si propone che nel caso della fattura inviata via mail, il messaggio riguardante il primo livello sia inserito nel corpo del testo piuttosto che nell'oggetto.

Con riferimento invece alla proposta per il secondo livello, riteniamo utile che il dépliant si concentri in particolare sul dare risposte chiare alle criticità emerse dall'indagine demoscopica presentata dall'Autorità. Queste riguardano in particolare i timori connessi ad eventuali problematiche tecniche e di qualità di servizio riconducibili all'attività di switching.