



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

*Spett.le **Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico**  
**Direzione Infrastrutture Unbundling e Certificazione**  
Piazza Cavour 5  
20121 Milano*

*Milano, 22 Settembre 2014*

**Osservazioni al DCO 346/2014/R/com in materia di “Riforma degli obblighi di separazione funzionale per il settore dell'energia elettrica e del gas. Primi orientamenti.”**

### **Considerazioni generali**

Accogliamo con grande favore questa iniziativa, che interpreta positivamente la necessità ormai impellente per il corretto funzionamento dei mercati di portare rapidamente a termine il processo di separazione funzionale sul quale necessariamente devono basarsi meccanismi efficienti della concorrenza e della competitività.

Ribadiamo inoltre come sia importante anche ridurre ulteriormente il perimetro del mercato della maggior tutela, proprio per permettere da un lato ai clienti di beneficiare di offerte più flessibili e competitive, dall'altro agli operatori del mercato libero di proporsi a nuove fasce di utenza.

### **Considerazioni di dettaglio**

Desideriamo esporre una posizione specifica in particolare in merito a quanto riportato negli spunti di discussione 18 e 19 del Documento:

*S18 Osservazioni in relazione agli orientamenti esposti in materia di separazione del marchio e di politica di comunicazione per i gestori dei sistemi di distribuzione del gas naturale e di distribuzione dell'energia elettrica e per le imprese di vendita del mercato libero e del servizio di maggior tutela?*

*S19 Osservazioni in merito alle considerazioni relative all'individuazione del soggetto chiamato ad attuare gli obblighi di separazione di politica di comunicazione e del marchio?*

Si propende per l'introduzione da parte dell'Autorità dell'obbligo della separazione del brand in capo all'attività di distribuzione piuttosto che all'attività di vendita nel caso di Impresa



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

Verticalmente Integrata (IVI), essendo il brand di per sé un bene giuridico che ha un valore se connesso ad attività di tipo commerciale: infatti in alcuni paesi europei (UK, Germania e Francia) è stato il distributore a cambiare il brand nell'ambito dell'IVI.

Vista la particolare conformazione del settore elettrico, si è inoltre favorevoli alla separazione del brand tra l'attività di vendita di energia elettrica nel mercato della maggior tutela (servizio tuttora legato all'impresa di distribuzione) e l'attività di vendita nel mercato libero se svolte nell'ambito dell'IVI e in particolare chi opera nel mercato della maggior tutela dovrà:

- non usare alcun brand di mercato o commerciale su bollette e comunicazioni verso i clienti;
- comunicare ai propri clienti il venir meno del brand commerciale attraverso una comunicazione standard predefinita dall'Autorità;
- riportare nelle bollette e nelle comunicazioni una dicitura standard definita dall'Autorità e uguale per tutti gli esercenti del tipo 'servizio nazionale base di fornitura di energia elettrica';
- avere un *call center* separato dalla vendita del mercato libero.

Per evitare il mantenimento di forme di tutela, tra cui quella di prezzo, nel caso in cui sia il distributore a cambiare il brand, riterremmo opportuno che l'Autorità stessa preveda forme di pubblicità istituzionale del tipo 'pubblicità progresso' sul prossimo cambiamento del brand da parte dei distributori, volte ad informare il cliente sulle finalità del rebranding e a dare maggiore consapevolezza che il distributore garantirà comunque uguale trattamento a tutti i clienti.

In caso di prescrizione di un rapido cambiamento del marchio da parte dei distributori, derivando da un obbligo normativo, e trattandosi di oneri potenzialmente non trascurabili<sup>[1]</sup>, riteniamo plausibile la previsione di un riconoscimento in tariffa di relativi costi standard, in analogia con quanto previsto ad esempio in Germania.

Esprimiamo inoltre alcune osservazioni anche in merito alle proposte di cui ai punti 20 e 21 del DCO:

*S20 Osservazioni in merito al trattamento delle informazioni riservate per i gestori dei sistemi di distribuzione e per le imprese di vendita di energia elettrica ai clienti finali.*

*S21 Quali sono le possibili modalità di implementazione di un'interfaccia unica per l'accesso alle informazioni commercialmente sensibili e le eventuali criticità per la sua integrazione con il SII?*



## ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER

Concordiamo con i contenuti espressi ai paragrafi 12.7/12.8/12.9. Preme in più evidenziare come il Sistema Informativo Integrato (SII) debba infatti divenire, oltre che 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 (dati di misura, stato dei pagamenti e solvibilità), anche un’interfaccia unica ed esclusiva per la gestione delle richieste di prestazioni e di informazioni tra vendita e distribuzione. La totale interposizione tecnico-informativa del SII, oltre che ridurre le attuali significative inefficienze del sistema e i relativi costi, rappresenterebbe infatti positivamente un passo in avanti decisivo per la realizzazione pratica del principio di “non discriminazione”.

Restando comunque come sempre a piena disposizione per qualsiasi chiarimento nonché eventuale futura occasione di confronto in merito, rinnoviamo tutti i nostri migliori saluti.



Paolo Ghislandi

<sup>1</sup>A titolo esemplificativo occorre considerare che per un’impresa di distribuzione un rapido cambio del marchio potrebbe indicativamente comportare la sostituzione delle etichette presso:

- Paline metanodotti /condotte;
- GRF/GRI e Cabine REMI;
- Automezzi (furgoni ed autovetture) e autocarri;
- Macchine operatrici aziendali;
- Strumentazione portatile in dotazione al personale operativo;
- Cartelli stradali;
- Insegne sedi operative (uffici e magazzini);
- Tute da lavoro ed alcuni DPI come gli elmetti.

Inoltre occorrerebbe presumibilmente indicativamente effettuare le seguenti attività:

- Aggiornamento sito internet e posta elettronica;
- Modifica carta intestata, biglietti da visita, agende, materiale di cartoleria con logo, ecc.
- Aggiornamento Pagine Gialle ed elenchi telefonici;
- Comunicazioni alle CCIAA e ai tribunali
- Comunicazioni a:
  - o Fornitori;
  - o Clienti;
  - o SOA, Enti certificatori (es. qualità) ed in genere a tutti gli stakeholder.