

Energia e concorrenza: se non ora quando?

Giacomo Da Ros e Carlo Stagnaro

1. Introduzione

La liberalizzazione del mercato finale della vendita di energia elettrica e gas è l'ultimo tassello di un percorso iniziato, nel nostro paese, sul finire degli anni Novanta. L'apertura dei mercati nasce come risposta alle inefficienze, agli extracosti e alla scarsa capacità di innovare che aveva caratterizzato la fase del monopolio pubblico verticalmente integrato. Inoltre, nella prospettiva dell'unificazione europea, la concorrenza rappresentava e rappresenta uno strumento non solo di tutela del consumatore, ma anche di creazione di un vero e proprio mercato interno.

L'Italia è stata, da molti di vista, un paese virtuoso e in alcuni casi addirittura pionieristico. A differenza di altri ambiti, dove abbiamo vissuto gli obblighi europei e abbiamo cercato di sfuggirvi, non di rado andando incontro a procedure di infrazione, nel caso dei mercati energetici abbiamo spesso compiuto scelte coraggiose e anticipatorie. In questo quadro generalmente positivo, l'ultimo segmento del mercato – la vendita ai clienti finali, in particolare quelli di piccole dimensioni – costituisce una clamorosa eccezione. L'Italia non solo fa parte del “gruppo di coda” nel panorama europeo, ma manifesta forti resistenze a completare l'opera iniziata oltre vent'anni fa.

Perfino nel corso del 2022, quando il mercato libero dell'energia è stata un potente veicolo di protezione dei consumatori dai repentini incrementi dei prezzi, si sono osservate resistenze incomprensibili. Basti citare l'ennesimo rinvio della liberalizzazione del mercato elettrico e gas, che adesso è prevista per il 2024. Inoltre, i venditori di energia elettrica e gas sono stati oggetto di numerosi interventi fortemente penalizzanti, quali l'obbligo di rateizzazione delle bollette, il divieto di applicare variazioni unilaterali dei contratti e la tassa sui cosiddetti extraprofitto, a cui si aggiunge una seconda imposta per il 2023. Tali misure non solo hanno reso ancora più difficile la gestione aziendale in un periodo estremamente complesso e caratterizzato da pesante stress finanziario, ma rischiano di scoraggiare l'acquisizione di nuovi clienti, a detrimento di questi ultimi.

Si ha la sensazione che tali interventi – e in generale il pregiudizio e le resistenze contro l'apertura del mercato – nascano da una incomprensione delle caratteristiche del settore. Eppure, a dispetto delle difficoltà, nel periodo trascorso dall'introduzione della libertà di scelta del fornitore il

Giacomo Da Ros è Master Candidate alla School of Public Affairs di Sciences Po (Parigi), nel corso di Economics and Public Policy.

Carlo Stagnaro è Direttore Ricerche e Studi dell'Istituto Bruno Leoni.

Si ringrazia Illumia per il supporto a questo studio.

settore stesso è cambiato, nuovi operatori si sono affacciati sul mercato e nuove pratiche commerciali sono state introdotte. I venditori di energia elettrica e gas si sono dimostrati uno strumento potenzialmente cruciale di promozione della transizione energetica, grazie al loro rapporto continuativo coi clienti. Questo Special Report vuole fare il punto sull'evoluzione del settore, i cambiamenti in atto, i possibili mutamenti nel futuro prevedibile e le sfide e criticità poste dalla fase che stiamo attraversando e dall'obiettivo di lungo termine della transizione energetica. Il secondo paragrafo dopo l'introduzione ricostruisce brevemente l'evoluzione normativa che ha interessato i mercati dell'energia elettrica e del gas. Il terzo descrive lo sviluppo del settore, con riguardo sia al processo di riforma, sia alla struttura del mercato, sia infine agli ultimi provvedimenti adottati nel corso della crisi energetica. Il quarto paragrafo ne rappresenta l'impatto sull'economia nazionale in termini di investimenti, occupazione e valore aggiunto. Il quinto paragrafo fa il punto sui possibili vantaggi e rischi per il consumatore. Il sesto si concentra sul contributo che i venditori di energia elettrica e gas possono dare alla transizione energetica. Il settimo riassume e conclude.

Salvo dove diversamente indicato, i dati utilizzati in questo lavoro sono tratti dalla Relazione annuale dell'Autorità di regolazione per energia, reti e ambiente relativa al 2021 e dal Rapporto di monitoraggio dei mercati *retail* pubblicato dallo stesso soggetto (Arera 2022a, 2022b).

2. Una breve storia della liberalizzazione dei mercati dell'energia

La liberalizzazione dei mercati dell'energia elettrica e del gas è cominciata, in Italia, coi Decreti Bersani (1999) e Letta (2000) che hanno posto le premesse per la transizione dal monopolio alla concorrenza. L'obiettivo di questi provvedimenti e dei successivi, quasi tutti legati al recepimento delle direttive europee, era anzitutto di distinguere all'interno delle filiere le attività potenzialmente contendibili da quelle che si trovano in condizione di monopolio naturale. Per quanto riguarda le prime era necessario favorire l'ingresso di nuovi operatori e creare regole equilibrate per tutti; per le altre andava invece definito un quadro regolatorio ispirato al principio di garanzia dell'accesso alle infrastrutture e terzietà e non discriminazione nella loro gestione. A tal fine era necessario dotare il paese di un regolatore forte (l'Autorità per l'energia elettrica e il gas, oggi Autorità di regolazione per energia reti e ambiente). Altri interventi cruciali che hanno determinato l'attuale disegno e struttura di mercato sono la creazione e il rafforzamento di un regolatore indipendente (1995), l'avvio della borsa elettrica (2004) e la separazione proprietaria di Terna (2004) e Snam (2012) (Bevacqua et al., 2020; Beccarello e Piron, 2008).

In questo contesto, la piena liberalizzazione dei mercati finali della vendita di energia elettrica e gas è rimasta in secondo piano, nonostante rappresentasse e rappresenti un pilastro della strategia europea di riforma dei mercati dell'energia. Inizialmente la facoltà di scegliere un fornitore venne riservata ai soli clienti di grandi dimensioni, considerando gli altri (famiglie e piccole e medie imprese) come "vincolati". In quanto tali, essi venivano riforniti di elettricità e gas dal fornitore storico a condizioni fissate dall'Autorità. In seguito, venne gradualmente prevista anche per i clienti di piccola dimensione la facoltà di cambiare fornitore, e per i fornitori di praticare offerte commerciali non regolate: tale possibilità esiste dal 2003 per il gas e dal 2007 per l'energia elettrica. La libertà di scelta venne però giudicata

rischiosa. Così, diversamente da quanto fatto con successo in occasione dell'apertura di altre industrie a rete (come le telecomunicazioni), essa fu accompagnata dall'introduzione di regimi di "tutela". In pratica, i piccoli clienti che non scelgono un fornitore continuano a ricevere il servizio a condizioni regolate.

Il perimetro della regolazione di prezzo si è ridotto gradualmente nel tempo, sia per scelte politiche, sia per i comportamenti dei consumatori. Dal punto di vista politico, il disegno della tutela è stato spesso contestato in quanto costituisce un freno alla effettiva concorrenza nel mercato. Un lungo contenzioso sul tema è arrivato alla Corte di giustizia europea, che ha considerato la tutela compatibile col diritto dell'Unione solo se i) le modalità di determinazione del prezzo riflettono criteri di mercato e ii) si tratta di un servizio transitorio. Queste condizioni si sono ulteriormente irrigidite con l'adozione della Direttiva 944/2019 sul *market design* la quale ammette forme di regolazione dei prezzi solo in via transitoria, limitata ai clienti vulnerabili o in contesti emergenziali.

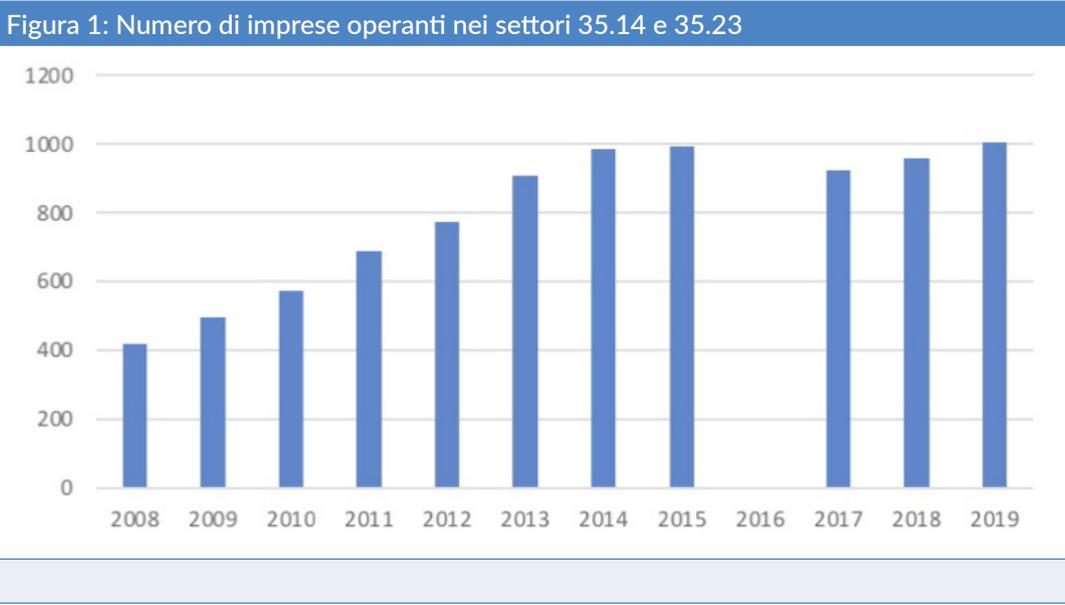
Anche per effetto di questi sviluppi, il legislatore ha progressivamente ristretto l'insieme degli aventi diritto alla tutela. Per quanto riguarda il gas, le pmi ne sono state escluse nel 2012 mentre per le famiglie tale servizio è ancora in vigore. Per quanto riguarda l'energia elettrica, il servizio è cessato per le piccole imprese nel 2021. Restano ancora all'interno del servizio le micro-imprese e le famiglie. La legge per la concorrenza del 2017 ha previsto il definitivo superamento dei regimi di tutela per tutte le tipologie di consumatore elettrico e gas, incluse le famiglie, a decorrere dal 2019, ma tale scadenza è stata più volte rimandata. Attualmente è fissata al 1 gennaio 2024.

Oltre all'evoluzione normativa, il bacino della tutela si è svuotato con velocità crescente soprattutto per effetto della proliferazione di offerte e fornitori che hanno attratto i consumatori stessi. Nel mese di maggio 2022, solo il 34,8 per cento delle famiglie e il 26,5 per cento dei condomini erano serviti in tutela gas, mentre tale percentuale era del 35,8 per cento delle famiglie e del 23,6 per cento per le micro imprese nel caso della luce.

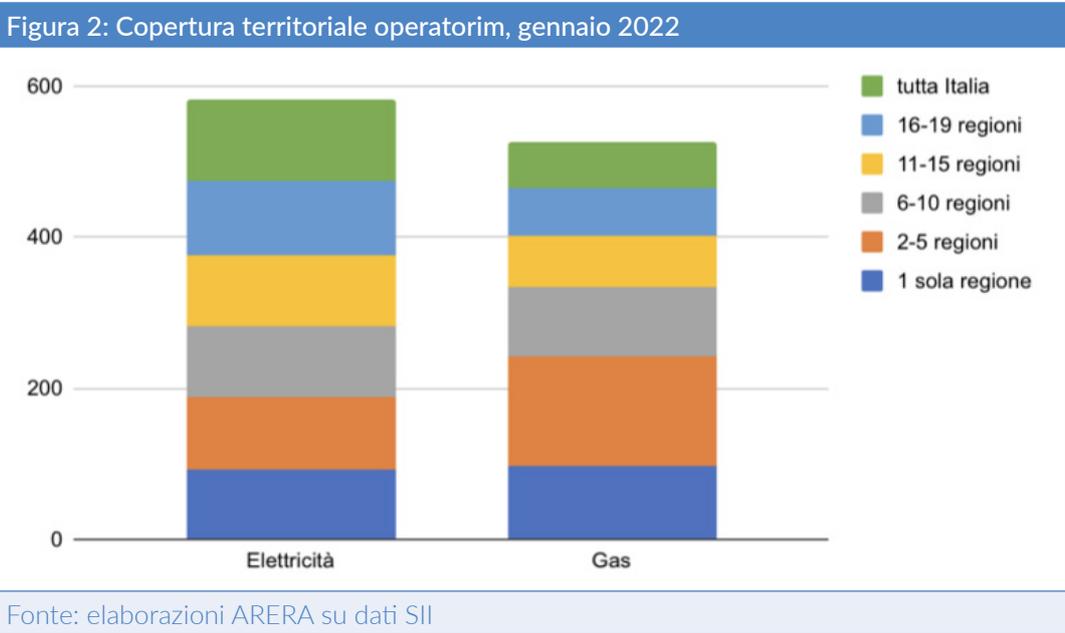
3. L'impatto economico del settore

Inizialmente solo i consumatori di grandi dimensioni avevano la facoltà di scegliere il fornitore di energia elettrica e gas. Negli anni più recenti tale possibilità si è estesa alla totalità dei consumatori, e ancora più recentemente essa da opportunità teorica è diventata un'opzione concreta, effettivamente disponibile alle famiglie e alle imprese e da esse preferita alle alternative. In questo periodo relativamente breve - iniziato nel 2003 per il gas e nel 2007 per l'energia elettrica - molti operatori si sono affacciati sul mercato e hanno dovuto sviluppare non solo la capacità di operare sui mercati dell'energia all'ingrosso, ma anche costruire reti commerciali in grado di catturare l'attenzione dei clienti.

Un primo elemento per comprendere come il mercato sia cambiato è dunque il numero di operatori attivi nella vendita di energia elettrica e gas, sia a livello nazionale, sia regionale. Il numero di imprese operanti in Italia nel commercio di elettricità e gas (rispettivamente identificate dai codici ATECO 35.14 e 35.23) è cresciuto di circa 2,5 volte dal 2008, passando da 417 a 1003 nel 2019. La Figura riportata di seguito mostra i dati annuali raccolti e pubblicati da Istat, non disponibili per il solo 2016.



La Figura successiva illustra la copertura territoriale degli operatori. Una porzione notevole di questi è attiva in massimo cinque regioni: rispettivamente, il 32 per cento e il 46 per cento per elettricità e gas. La dimensione media delle imprese sembra essere maggiore nel mercato elettrico: gli operatori attivi in 11 o più regioni del Paese sono infatti oltre la metà, mentre in quello del gas il numero non raggiunge il 40 per cento.



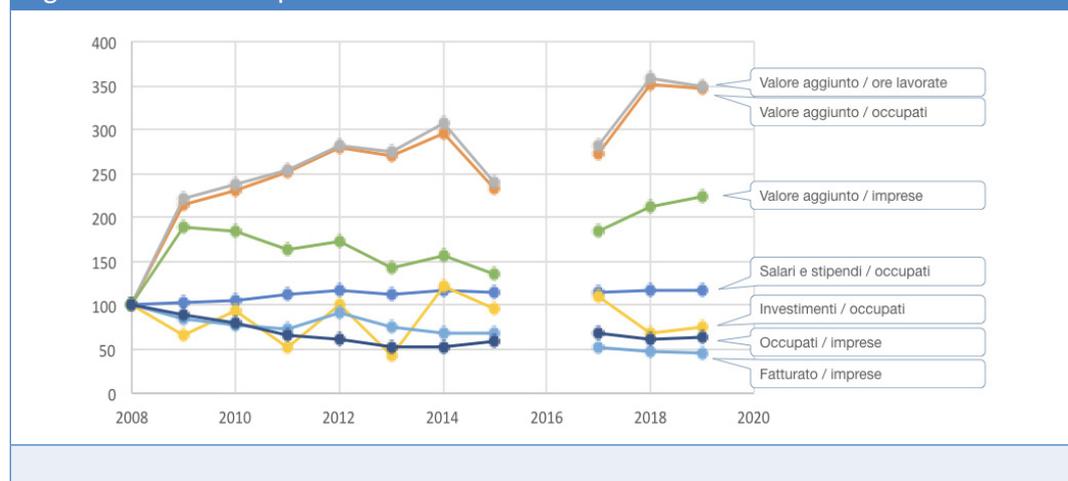
La crescita così rapida del numero di operatori rischia di dare una impressione parzialmente fuorviante della realtà del mercato. Soprattutto nel settore elettrico - e in misura minore in quello gas - le barriere all'ingresso fin dall'inizio erano molto basse. Questo ha consentito l'arrivo di imprese di piccole o piccolissime dimensioni, prive della capacità tecnica e non di rado anche finanziaria per operare sui mercati e garantire un adeguato servizio ai clienti, nel rispetto degli obblighi imposti dalla regolazione. Soprattutto nelle prime fasi, dunque, questa attività fre-

netica e disordinata di *entry/exit* ha probabilmente contribuito a generare sfiducia nei consumatori. Anche perché centinaia di operatori si dividevano una quota di mercato complessivamente molto ridotta, dell'ordine letteralmente di pochi punti percentuali. Al contrario, nei mercati più maturi - per esempio quello inglese - gli operatori attivi si contano nell'ordine delle poche decine. Dietro questo fenomeno ci sono certamente limiti regolatori - solo recentemente si è introdotto un elenco degli operatori autorizzati alla vendita di energia elettrica, mentre per il gas esso esiste da tempo ma non prevede controlli periodici.

La rilevanza economica del settore è significativa: nel 2019, il fatturato complessivo valeva oltre 100 miliardi di euro. È inoltre in forte crescita: nel corso del periodo analizzato, dal 2008 al 2019, gli occupati sono cresciuti da 11500 a quasi 18000. Nello stesso periodo le ore lavorate sono cresciute di circa un terzo (da circa 18 a circa 28 milioni) e il valore aggiunto si è moltiplicato addirittura per cinque (da 1,1 milioni a 6,3 miliardi di euro).

È interessante, sotto questo profilo, osservare l'evoluzione di alcuni indicatori di *performance* delle imprese del settore.

Figura 3: Indicatori di performance



Il grafico sopra riporta l'andamento di diversi indicatori di performance aziendale nel periodo dal 2008 a oggi, fatto 100 il valore del 2008. Esso evidenzia, da un lato, un calo della dimensione media aziendale (come emerge dal fatturato per impresa, dal numero di occupati per impresa e dagli investimenti per occupato), ovvia conseguenza dell'ingresso di numerosi *newcomer* di piccole dimensioni (almeno inizialmente) rispetto ai tradizionali operatori del mercato. Contemporaneamente, sono migliorati - in alcuni casi in modo clamoroso - tutti gli indicatori di *performance*: in particolare, il valore aggiunto per occupato (o per ora lavorata) è cresciuto all'incirca di tre volte e mezza.

Confrontando questi dati con quelli relativi al settore "Commercio e servizi", identificato dal codice ATECO 10, si può facilmente notare come il commercio di elettricità e gas sia notevolmente più incisivo economicamente rispetto alla media di settore. Lo stipendio medio degli occupati nel 2019 era di quasi 43 mila euro, a fronte di una media di 19 mila. Il valore aggiunto creato da ognuno di questi si attesta su oltre 350 mila euro, oltre sette volte la media del settore: prendendo in

considerazione le ore lavorate, il rapporto è di cinque volte.

Le imprese operanti nel settore oggetto di questa analisi sono, poi, di dimensioni significativamente maggiori della media di “Commercio e servizi”. Il fatturato medio è di oltre 100 milioni di euro, oltre 130 volte la media. Il numero di occupati medio è 17,7, rispetto a poco più di 4. Ogni impresa crea, in media, 6,3 milioni di euro di valore aggiunto, a fronte di meno di 200 mila euro. La maggiore dimensione media si riflette anche nell'entità degli investimenti per occupato, circa 1,5 volte quella della media del settore.

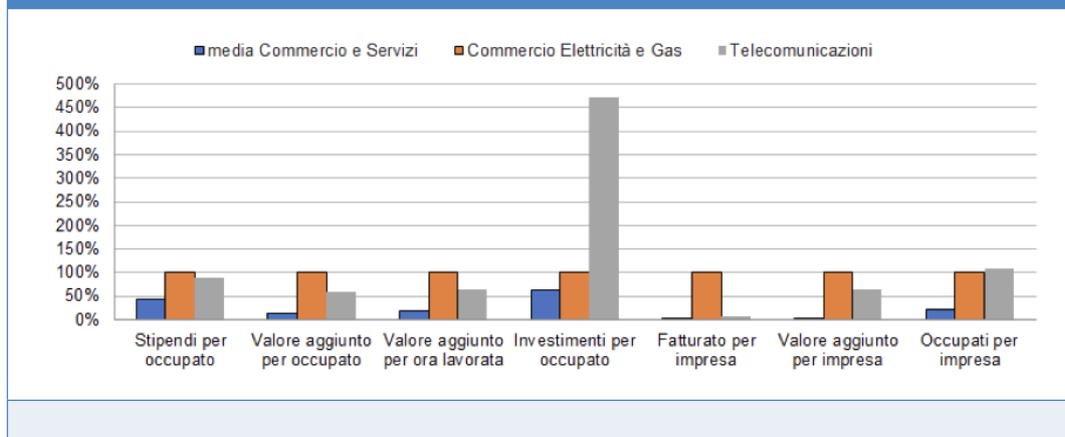
Anche nel confronto col settore delle telecomunicazioni – che ha alcune caratteristiche analoghe a quello della vendita dell'energia elettrica e del gas, mentre per altre se ne distingue – emergono dati interessanti. Occorre, naturalmente, precisare che il codice ATECO 61, relativo alle telecomunicazioni, include tutti i servizi erogati dagli operatori di questo settore, dalla realizzazione e gestione degli impianti e delle reti fino alla vendita dei servizi e dei prodotti a essi connessi. Al contrario, il codice ATECO relativo al commercio di energia elettrica (35.14) e di gas (35.23) sono specifici dell'attività di vendita e, dunque, non tengono conto delle attività a monte della filiera (produzione e trasporto di energia elettrica, estrazione, importazione e trasporto di gas) che hanno una maggiore intensità di capitale e dunque sono caratterizzate strutturalmente da un maggiore volume di investimenti fissi lordi.

Nonostante questa precisazione, emerge che i salari nel commercio dei prodotti energetici (quasi 43 mila euro) sono superiori anche a quelli del settore delle telecomunicazioni (38 mila euro), con un valore aggiunto per addetto maggiore di una volta e mezza (350 mila euro contro 208 mila) e un valore aggiunto per ora lavorata di 228 euro contro 147.

Il fatturato medio delle imprese attive nella vendita di energia elettrica e gas è superiore a quello delle imprese delle telecomunicazioni in termini di fatturato (103 milioni di euro contro 7 milioni) mentre il numero di occupati è simile (17,7 contro 19,4). Tenendo conto del fatto che gran parte del fatturato delle imprese energetiche è passante, nel senso che il costo della materia prima viene interamente ribaltato sul cliente e non contribuisce al valore aggiunto, se ne deduce che la dimensione media è analoga. Infatti anche il valore aggiunto creato dalla singola impresa è di circa 6 milioni di euro nel settore della vendita di energia contro circa 4 in quello delle telecomunicazioni. Molto diverso, per la ragione detta sopra, è il tasso di investimenti, che nelle telecomunicazioni sono di circa 46 mila euro per occupato.

Di seguito un grafico riporta questi e altri dati, posti 100 i dati relativi a Commercio di elettricità e gas.

Figura 4: Settore commercio Elettricità, Gas rispetto a media settore Commercio, Servizi e Telecomunicazioni



4. Lo sviluppo del settore

Un elemento che ha fortemente condizionato la struttura del mercato e il comportamento degli operatori è la persistenza di un servizio detto di “tutela” (e, addirittura, nel caso elettrico di “maggior tutela”). Il disegno dei servizi di tutela è differenziato tra elettricità e gas e spiega, in parte, la diversa evoluzione dei due comparti.

Per quanto riguarda il gas, l’Autorità definisce un prezzo di riferimento attraverso una formula di indicizzazione al Ttf (il principale hub finanziario europeo per gli scambi di gas). I venditori mettono a disposizione della clientela l’offerta di tutela. Di conseguenza, questo servizio è contendibile (nel senso che è offerto da tutti gli operatori) ma priva i *retailer* della leva del prezzo; in pratica, il loro *business model* si basa sullo sviluppo di buone capacità di *trading*, visto che gli utili dipendono (oltre che da un *mark up* regolamentato) dalla capacità di “battere” i costi fissati dal regolatore. Recentemente, questo meccanismo è stato messo in discussione perché amplifica gli effetti della crisi in atto, traslando quasi in tempo reale gli aumenti all’ingrosso ai consumatori finali. Pertanto l’Arera ha recentemente aggiornato i criteri per la definizione del costo della materia prima, abbandonando il riferimento al Ttf e sostituendolo con un indice legato al costo medio di importazione del gas sulla base dei contratti acquisiti dalla stessa Arera. Inoltre, l’aggiornamento non sarà più trimestrale ma diventerà mensile per riflettere l’enorme volatilità osservata in questi mesi (Arera, 2022c). In ogni caso, la tutela gas è destinata a cessare il 1 gennaio 2024.

Viceversa, nel caso dell’energia elettrica il servizio di maggior tutela è erogato in forma monopolistica da società di vendita collegate all’esercente la rete di distribuzione locale. I prezzi di rivendita sono fissati dall’Autorità sulla base dei costi di approvvigionamento sostenuti da Acquirente Unico, società del gruppo Gse. Inizialmente AU acquistava energia sia sui mercati spot sia a termine. Una strategia di acquisto troppo aggressiva, che portò a picchi di prezzo difficilmente giustificabili con le condizioni di mercato, indusse il legislatore a imporre che AU acquistasse energia solo sui mercati spot. In tal modo non avrebbe dovuto sostenere i costi delle coperture; ma ciò ha prodotto la situazione attuale in cui i prezzi di tutela sono eccessivamente esposti alla volatilità dei mercati, cosa che sembra indurre un ripensamento (Stagnaro et al., 2020), analogamente al caso del gas.

A dispetto della forte enfasi sulla “tutela”, la quota di consumatori che usufruiscono dei prezzi regolati si è andata riducendo sensibilmente nel corso degli anni. Il tasso di uscita dalla tutela è particolarmente elevato per le imprese, anche nei casi in cui tale servizio sia rimasto in vigore (è nel frattempo cessato per tutti i clienti gas aziendali del gas dal 2012, per i clienti elettrici piccole e medie imprese nel 2021, mentre è in procinto di cessare nel gennaio 2023 per i clienti domestici del gas e per le microimprese nel settore elettrico, nel gennaio 2024 per i clienti domestici di energia elettrica¹).

Figura 5: Punti attivi mensili e % distribuzione per mercato – Clienti domestici

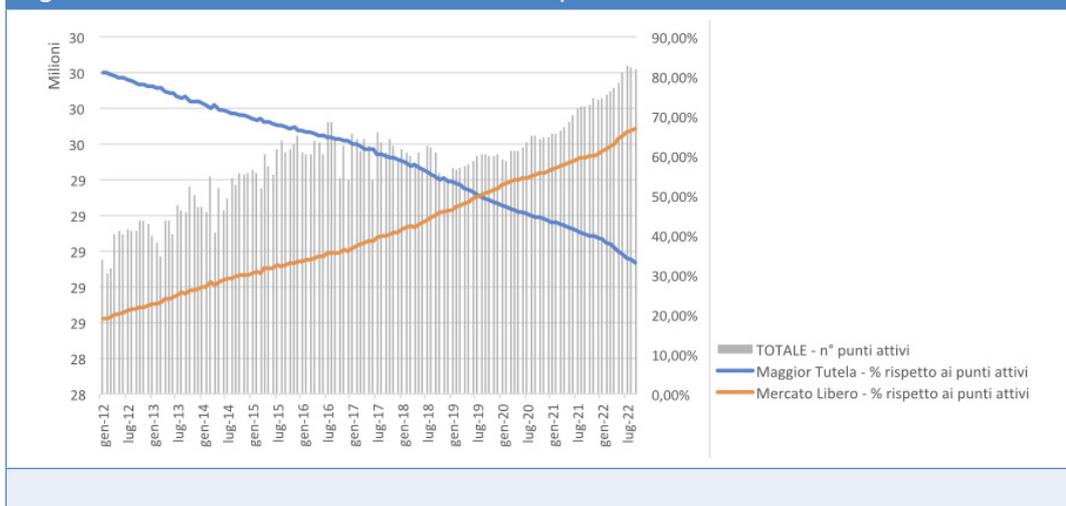
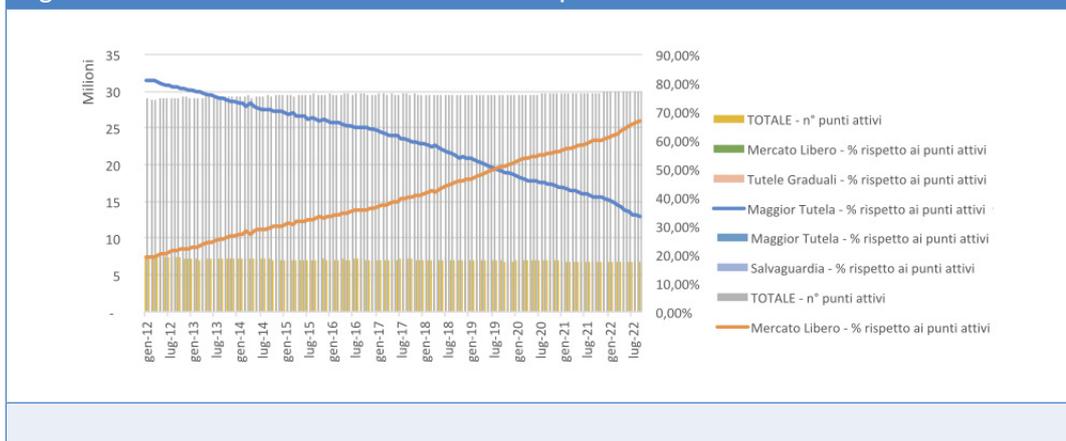


Figura 6: Punti attivi mensili e % distribuzione per mercato – Clienti Bt e altri usi



Nel momento in cui questo paper viene chiuso, gli ultimi dati sulla consistenza dei mercati sono relativi al mese di settembre 2022. Nel periodo che va da gennaio 2012 a maggio 2022, il numero di clienti BT domestici allacciati alla rete è cresciuto di circa un milione di utenze, da 28,9 a 30,0 milioni. La percentuale dei clienti serviti in tutela è crollata dall'81 per cento al 33 per cento. Analogo trend - anzi, anche più pronunciato, parzialmente per effetto del passaggio dalla tutela alle tutele graduali delle piccole e medie imprese nel 2021 - si è osservato per quanto riguarda i clienti Bt altri usi: a fronte di una riduzione del numero di clienti (da 7,4

1 Mite, 2022.

a 6,8 milioni), la percentuale dei tutelati è scesa dal 63 al 22 per cento. Le Figure 5 e 6 illustrano tale movimento.

Le Figure successive mostrano l'evoluzione della consistenza dei mercati gas. Per quanto riguarda i consumatori domestici, il numero delle utenze è cresciuto da 19,2 a 20,4 milioni, con un calo dell'incidenza della tutela dal 77 a meno del 34 per cento. Ancora più rapida è stata la dinamica dei condomini, il cui numero è cresciuto da circa 187 mila a 196 mila (con un picco nel 2019 di 204 mila) con una contrazione della tutela dal 60 al 26 per cento.

Figura 7: Punti attivi mensili e % distribuzione per mercato – Clienti domestici < 200.000 Smc

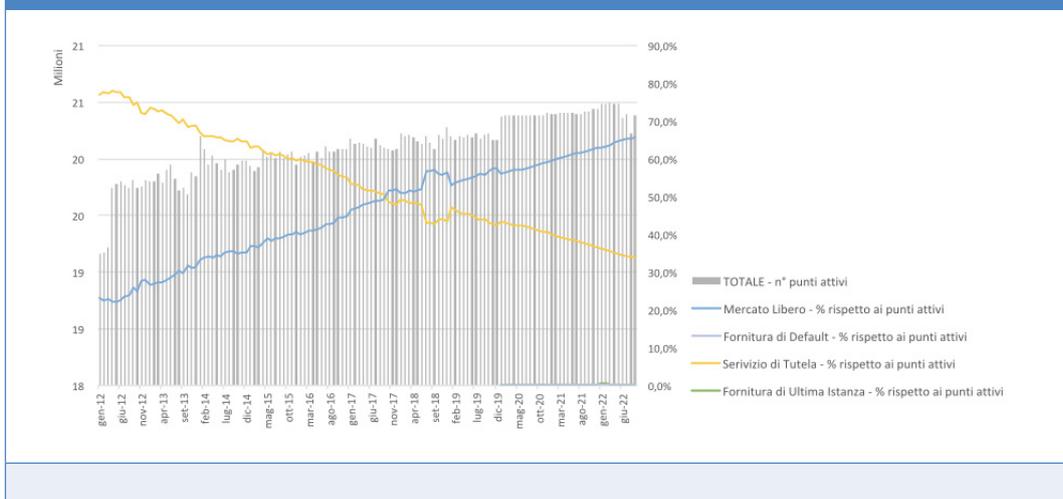
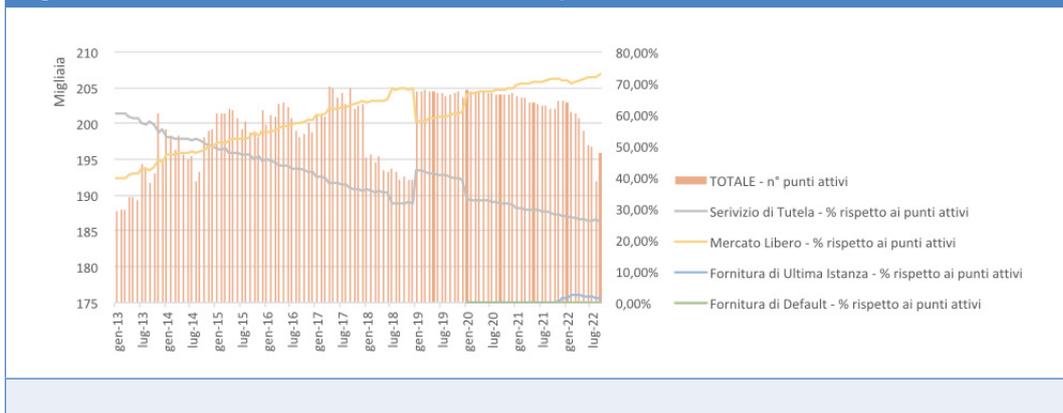


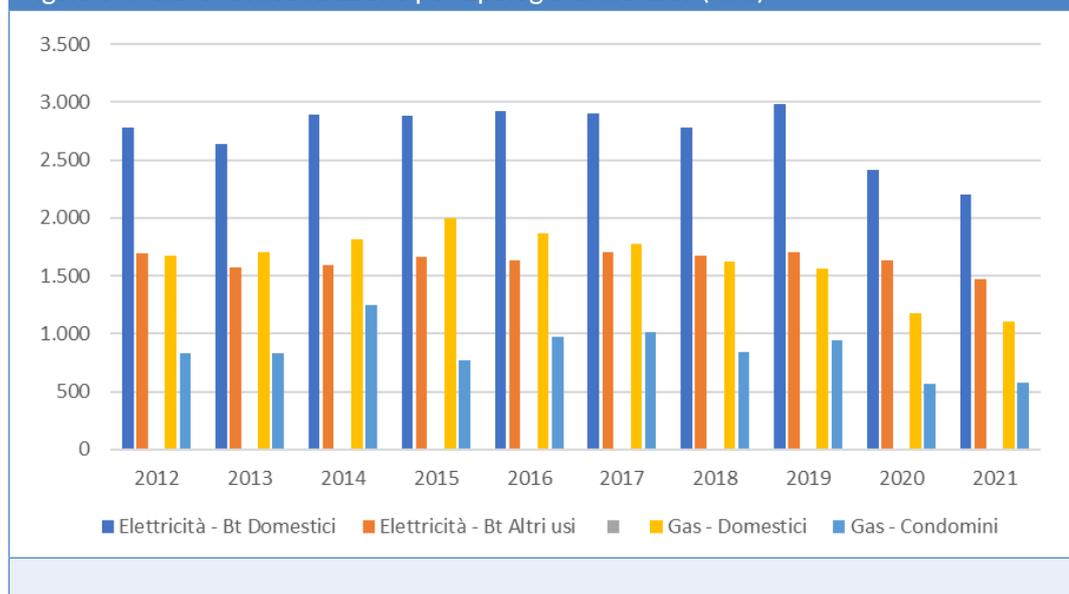
Figura 8: Punti attivi mensili e % distribuzione per mercato – Condomini < 200.000 Smc



La “fuga dalla tutela” ha anche portato a una parziale modifica della struttura di mercato. Sebbene il numero degli operatori sia continuato a crescere, si è anche formato uno zoccolo di venditori di medio-piccole dimensioni (anziché piccolissime) che ha visto gradualmente crescere il proprio portafoglio clienti, anche grazie a strategie di vendita diversificate. Ciò ha consentito una graduale riduzione della concentrazione di mercato, che pure rimane elevata e che rappresenta uno dei principali problemi da affrontare in vista della completa liberalizzazione del settore. La figura di seguito mostra l'evoluzione degli indici HHI (Herfindahl-Hirschman) di concentrazione del mercato domestico: si tratta di indici comunemente utilizzati

per valutare quanto un mercato sia concentrato. Un valore prossimo allo zero indica un mercato polverizzato; uno vicino a 10 mila una situazione di sostanziale monopolio. Sono considerati indicativi di un mercato poco concentrato i valori inferiori a 1.800. Si vede chiaramente che, mentre il mercato gas appare più frazionato, quello elettrico è caratterizzato ancora da un livello di concentrazione assai elevato, oltre tutto guardando al solo mercato libero e ignorando che la gran parte dei clienti in tutela (nell'elettrico) è servita da un singolo operatore. Tuttavia, è innegabile che la concentrazione del mercato sia in continua discesa, e ciò suggerisce una sana dinamica competitiva.

Figura 9: Indici di concentrazione per tipologia di mercato (HHI)



Sono opportune alcune precisazioni. In primo luogo, gli indici di concentrazione sopra riprodotti si riferiscono alle quote di mercato espresse in termini di numero di clienti serviti. Se si guarda alle quote in termini di volumi di energia venduta, in generale le differenze non sono significative, con un'unica (ma rilevante) eccezione: la concentrazione del mercato elettrico tra le Pmi (Bt Altri usi) è molto più bassa se espressa in termini di energia anziché in termini di numero di clienti (circa la metà). Questo suggerisce che le Pmi maggiormente "energivore" tendono a essere assai più attente alla scelta del fornitore e quindi, verosimilmente, alla ricerca di offerte più convenienti. Secondariamente, le quote di mercato qui analizzate si riferiscono al solo mercato libero che, come abbiamo visto, riguarda una percentuale molto elevata del totale dei clienti, ma ne esclude una fetta molto rilevante (circa un terzo nei mercati domestici). Se le quote di mercato fossero corrette per tenere conto dei clienti serviti in maggior tutela da operatori afferenti allo stesso gruppo societario dei venditori sul libero mercato, allora la concentrazione apparirebbe assai maggiore, specialmente nel mercato elettrico. Questa è, peraltro, una delle ragioni per cui è necessario disegnare percorsi di uscita dalla tutela differenziati tra elettricità e gas (Stagnaro et al., 2020).

5. I benefici per il consumatore

La liberalizzazione del mercato è stata a lungo oggetto di intensi confronti. Due sono state principalmente le questioni in ballo: in primo luogo, se la concorrenza abbia prodotto una effettiva riduzione dei prezzi o se, invece, non abbia reso la filiera più costosa, aumentando oltre tutto il rischio di truffe ai danni dei consumatori; e, secondariamente, se un eventuale superamento dei regimi di tutela non possa dar luogo a comportamenti predatori da parte degli operatori. In realtà, le evidenze disponibili suggeriscono che - almeno fino a oggi - la concorrenza ha prodotto benefici. Inoltre, i rischi connessi al superamento della tutela sono principalmente legati a un dato patologico della struttura di mercato - il disegno stesso della tutela, in particolare nel settore elettrico, che determina un mercato fortemente concentrato - e non ad aspetti fisiologici del mercato. Di conseguenza, un corretto disegno delle modalità pratiche per il completamento della liberalizzazione può mitigare i rischi a massimizzare la probabilità che i consumatori catturino i benefici della concorrenza.

Prima di vedere nel dettaglio le evidenze disponibili, è opportuno precisare un aspetto che tornerà fondamentale più avanti. Sotto alcuni punti di vista, l'energia elettrica e il gas possono essere considerati beni omogenei: ciascun chilowattora di elettricità e ciascuna molecola di metano sono indistinguibili da ciascun altro. Quindi, ci si può attendere che la concorrenza - ove possibile - si sfoghi essenzialmente sul prezzo. In realtà, la digitalizzazione e l'enfasi sulla decarbonizzazione hanno parzialmente cambiato questo paradigma, e ciò avverrà sempre più. Le indagini sulle attitudini dei consumatori mostrano che, sebbene essi diano una forte importanza alla possibilità di risparmiare sulle forniture, anche altri elementi entrano in gioco nella scelta del fornitore. Tra di essi, solo per citarne alcuni, la lealtà al fornitore (nel caso in cui il consumatore sia soddisfatto del servizio), la garanzia che tutta o parte dell'energia consumata è verde (o che i consumi di gas sono compensati da investimenti nella riduzione delle emissioni altrove), la possibilità di partecipare a programmi di fidelizzazione o di *engagement*, o l'accoppiamento della fornitura di energia e gas con altri servizi a maggior valore aggiunto (Deller et al., 2021).

Comprendere questo fatto è importante perché implica che, man mano che il numero di offerte disponibili cresce e il loro contenuto si diversifica, i confronti tra le differenti offerte vanno effettuati tenendo conto delle differenze. Per esempio, alcune offerte prevedono la mera fornitura di energia secondo schemi di *pricing* che riflettono gli andamenti della *commodity* sui mercati (o quasi); altre prevedono forme di prezzo bloccato o di indicizzazione e contengono quindi una componente di assicurazione contro il rischio prezzo; altre ancora prevedono la fornitura di servizi aggiuntivi, oltre a quelli strettamente legati alla fornitura di energia elettrica o gas, che possono includere (a mero titolo di esempio) servizi o *hardware* nel campo dell'efficienza energetica, polizze assicurative, *hardware* di altro genere (per es. mezzi per la micromobilità elettrica), o altre forme di garanzia di prezzo o di fornitura.

Di seguito l'analisi è limitata ai consumatori domestici, visto che per le piccole e medie imprese la situazione è analoga o migliore. L'esame delle offerte disponibili

sul portale dell'Arera² mostra un significativo incremento del totale delle offerte disponibili: si è passati da circa 774 nel quarto trimestre 2018 (quando il portale è entrato in funzione) a 1.188 nel luglio 2022, con un picco di 1.374 nel quarto trimestre 2020. Nel caso del gas, invece, il numero di offerte è rimasto stabile attorno alle 800, pur con un picco di poco inferiore alle mille offerte nella prima metà del 2021 e un calo abbastanza significativo durante l'estate 2022, imputabile al crollo delle offerte a prezzo bloccato. A luglio 2022 le offerte gas per i consumatori domestici erano circa 600. In entrambi i casi sembrano attualmente prevalere le offerte a prezzo variabile, probabilmente anche per effetto della crescente volatilità sui mercati, mentre in precedenza sia gli operatori, sia i consumatori parevano prediligere quelle a prezzo bloccato.

L'analisi del contenuto economico delle offerte, svolta dall'Arera, mostra che esse possono essere più o meno convenienti rispetto alla maggior tutela. Nel mercato elettrico, la proporzione di offerte più convenienti rispetto alla maggior tutela è andata crescendo in misura assai significativa di pari passo all'aumentare dei prezzi e della volatilità: nei primi mesi del 2022, tra il 50 e il 70 per cento delle offerte sul libero mercato "battevano" la tutela, con un risparmio massimo tra il 30 e il 40 per cento.³ Nel mercato gas la situazione è meno netta: solo il 20 per cento delle offerte disponibili sul portale erano più convenienti della maggior tutela, ma il risparmio massimo in alcuni casi sfiorava il 90 per cento.⁴ La distanza tra mercato libero e tutela si è accorciata, in entrambi i mercati, nel corso dell'estate 2022. Questo fenomeno ha svariate cause, sia esogene, sia endogene. Tra le prime, ovviamente, il crescente livello e volatilità dei prezzi, e le conseguenti difficoltà per i venditori stessi di accedere a forniture per i mesi invernali sulla base di contratti a termine. Lo spostamento del paniere di acquisti all'ingrosso verso lo spot ha, inevitabilmente, influenzato la possibilità di fare offerte a prezzo fisso. Tra le cause endogene, una serie di interventi del governo – la tassazione dei cosiddetti extraprofitti, l'obbligo di rateizzazione, il divieto di adeguamenti unilaterali dei contratti – hanno acuito la situazione di stress finanziario degli operatori, rendendo pressoché impossibile per loro mantenere offerte tanto attrattive quanto nei mesi precedenti.

Le Figure 10 e 11 riassumono.

2 <https://www.ilportaleofferte.it/portaleOfferte/>

3 La stima si riferisce a un consumatore residente a Milano, con potenza impegnata di 3 kW e consumi di 2.700 kWh / anno.

4 La stima si riferisce a un consumatore residente a Milano, con consumo annuo di 1.400 Smc e misuratore classe <G6.

20 febbraio 2023

Energia e concorrenza: se non ora quando?

Figura 10: Offerte più convenienti della maggior tutela su Portale Offerte – Energia elettrica Domestici

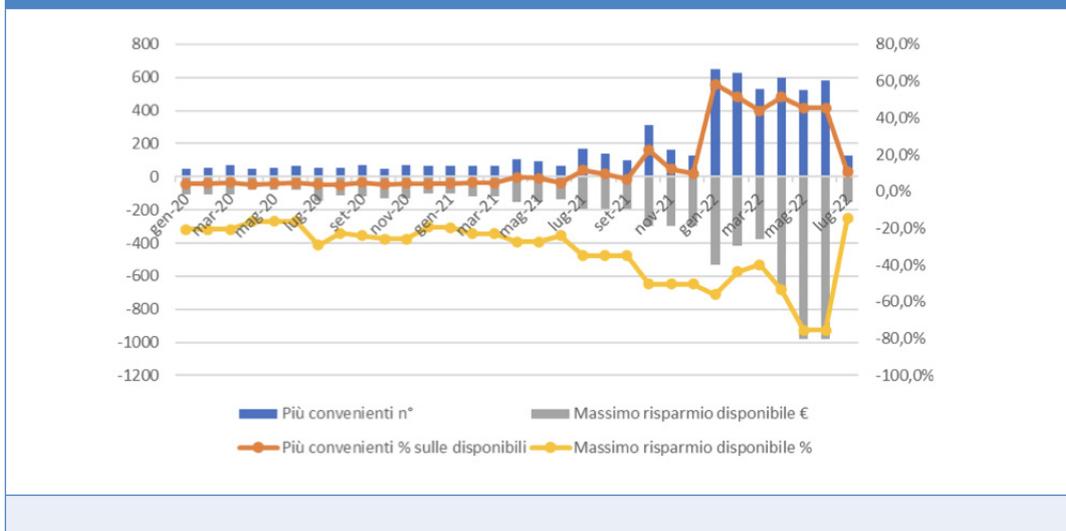
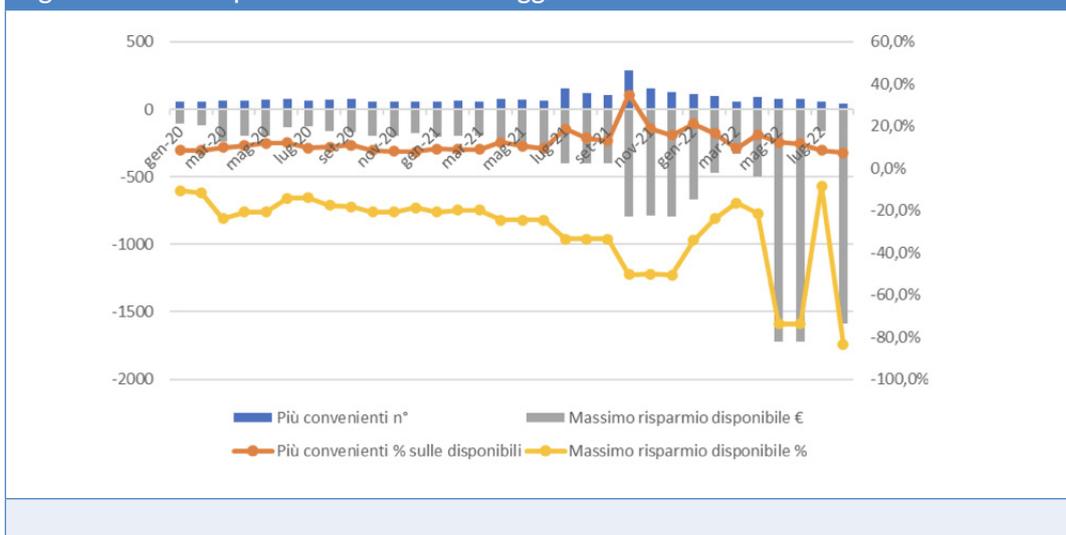


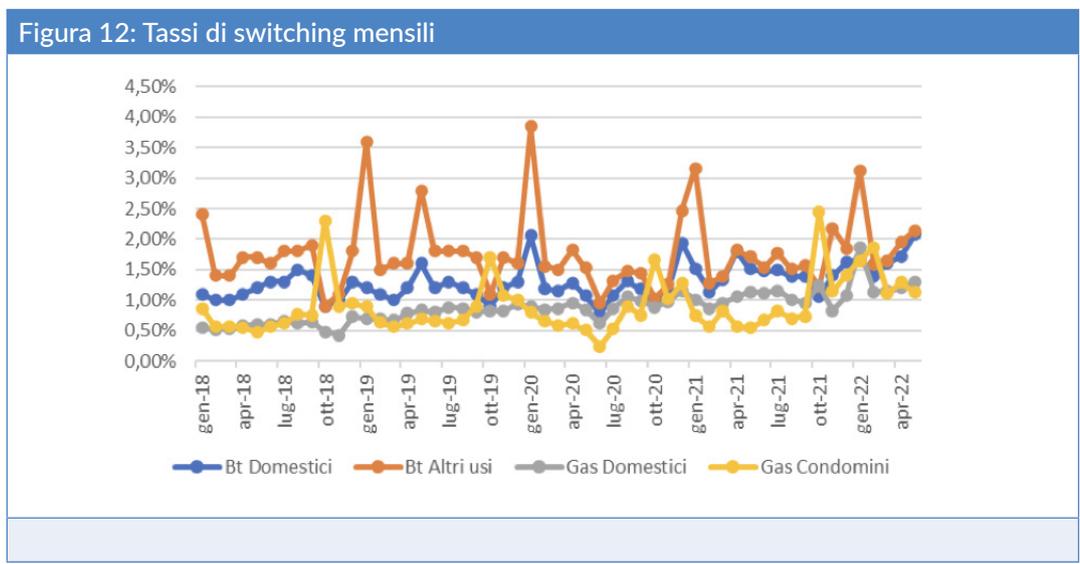
Figura 11: Offerte più convenienti della maggior tutela su Portale Offerte – Gas Domestici



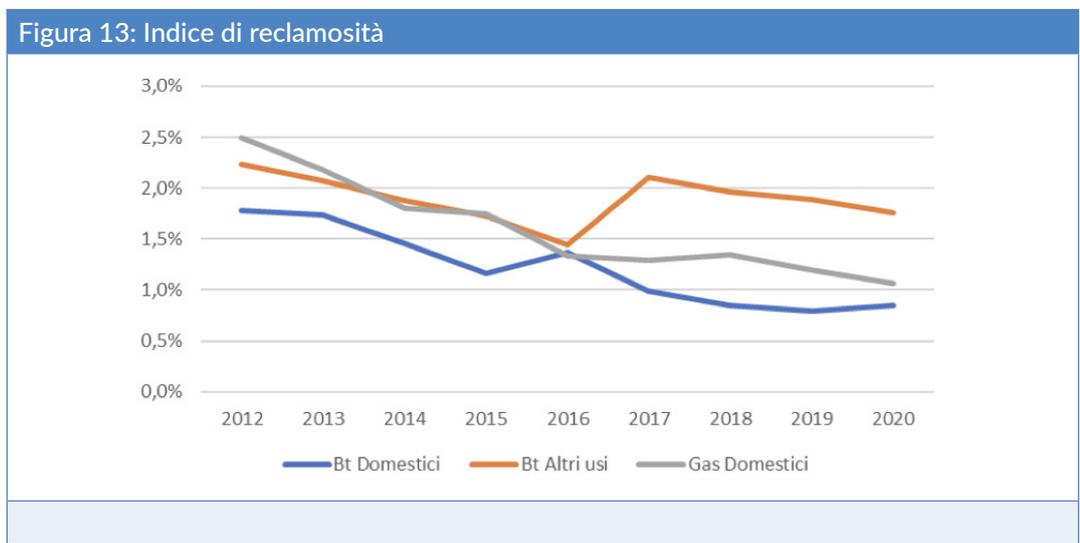
Ovviamente il risparmio non è l'unica dimensione rilevante per valutare l'effetto della liberalizzazione, sebbene indubbiamente essa sia quella singolarmente più impattante, specie in una fase come quella corrente. In letteratura c'è un intenso dibattito sugli effetti della concorrenza *retail* e le ragioni o gli elementi che possono determinarne il successo o l'insuccesso (Littlechild, 2021; Amenta et al., 2022). C'è, però, un dato incontrovertibile: la quota di consumatori che hanno scelto offerte sul libero mercato è continuamente crescente, mentre il flusso di ritorno verso la maggior tutela è trascurabile. Questo suggerisce che i consumatori trovano, sul mercato, offerte rispondenti alle loro esigenze. È possibile che talvolta si "scottino", o perché non avevano ben compreso i termini contrattuali, o perché vittime di truffe o condotte scorrette. Ma sono proprio le regole del mercato a tutelarne i diritti: perché, non appena si rendono conto di essere insoddisfatti, hanno la possibilità di cambiare fornitore e trovare un'offerta migliore. Occorre ammettere che, mentre nelle fasi iniziali della liberalizzazione le procedure di *switching* erano

farraginose e spesso inefficaci, causando ritardi ed errori nella fatturazione o nei conguagli, negli ultimi anni le cose sono notevolmente migliorate.

Lo si vede da due indicatori. In primo luogo, ovviamente, i tassi di *switching*, che sono andati continuamente crescendo. In tutti i casi l'attività di *switching* si è fatta più intensa: nel primo trimestre del 2022 hanno cambiato fornitore il 4,67 per cento dei clienti Bt Domestici, il 6,54 per cento dei clienti Bt Altri usi, il 4,14 per cento dei clienti gas domestici e il 4,63 per cento dei condomini gas. Nel periodo 2018-2021, la media dei cambi di fornitore nel primo trimestre è stata - rispettivamente - del 3,70 per cento, 6,16 per cento, 2,27 per cento e 2,07 per cento. La differenza è significativa e, più rilevante, il trend è chiaramente visibile.



Secondariamente, e per certi versi ancora più importante, la qualità commerciale è andata costantemente crescendo - e i consumatori ne sono ben consapevoli. È sufficiente osservare l'indice di reclamosità (cioè il rapporto tra il numero di reclami ricevuti dai venditori di energia elettrica e gas e il numero dei clienti serviti).



Nel complesso, quindi, la *performance* della concorrenza nei mercati finali della vendita di energia elettrica e gas in Italia difficilmente può essere valutata in termini negativi. Anzi, essa ha contribuito a dare sostanza alla libertà di scegliere - scolpita nelle norme nazionali e nelle direttive europee - e ha consentito al mercato di svilupparsi. Ciò ha prodotto due conseguenze: da un lato ha messo i prezzi sotto pressione, offrendo ai consumatori che attribuiscono maggiore importanza al risparmio monetario di trovare offerte più convenienti; dall'altro ha favorito una differenziazione delle offerte nel tentativo degli operatori di intercettare le esigenze e gli interessi dei consumatori.

Questo aspetto è particolarmente rilevante alla luce della duplice rivoluzione in atto nel mondo dell'energia: una rivoluzione *bottom up* portata dalla tecnologia, e una contemporanea rivoluzione *top down* determinata dagli obblighi europei di riduzione delle emissioni e di incremento della quota di energie rinnovabili.

6. La concorrenza retail e la transizione

Il completamento della liberalizzazione del mercato finale della vendita di energia elettrica e gas va anche – e soprattutto – visto nel contesto della transizione ecologica. I *target* di decarbonizzazione dell'economia che qualifica le politiche energetiche e ambientali dell'Unione europea presuppongono un ruolo sempre più attivo della domanda. Non è, infatti, né pensabile, né economicamente razionale scaricare ogni sforzo sul solo lato dell'offerta, attraverso i processi paralleli di elettrificazione dei consumi e di incremento della quota di rinnovabili. La stessa direttiva 944/2019 riconosce questo elemento in modo esplicito:

Il ruolo dei consumatori è fondamentale per conseguire la flessibilità necessaria ad adattare il sistema elettrico a una generazione distribuita e variabile da fonti di energia elettrica rinnovabili. Grazie al progresso tecnologico nella gestione delle reti e nella generazione di energia elettrica da fonti rinnovabili si prospettano molte opportunità per i consumatori. Una sana concorrenza è indispensabile per far sì che sul mercato al dettaglio trovino spazio nuovi servizi innovativi rispondenti alle mutate esigenze e capacità dei consumatori, nonché per aumentare la flessibilità del sistema. Tuttavia, la mancanza di informazioni fornite ai consumatori in tempo reale o quasi in tempo reale in merito al loro consumo energetico ha impedito ai consumatori di partecipare attivamente al mercato energetico e alla transizione energetica. Responsabilizzando i consumatori e fornendo loro gli strumenti per partecipare maggiormente al mercato, compresa la partecipazione in modi nuovi, si vuole che i cittadini nell'Unione beneficino del mercato interno dell'energia elettrica e che l'Unione raggiunga gli obiettivi che si è data in materia di energia rinnovabile (considerando #10)

Questo ruolo è diventato ancora più importante al manifestarsi della crisi energetica. Diversamente dai carburanti per autotrazione, la struttura dei costi e le modalità di pagamento della bolletta dell'energia elettrica e del gas sono tali che il segnale di prezzo arriva al consumatore in ritardo e, spesso, in modo confuso. I numerosi interventi di mitigazione degli aumenti, pur comprensibili nella logica della tutela del potere d'acquisto delle famiglie e della competitività delle imprese, indeboliscono ulteriormente questo meccanismo, riducendo la propensione della

domanda a partecipare attivamente ai mercati. Peraltro, anche la regolamentazione gioca un ruolo in questo, in quanto assai spesso – in modo più o meno consapevole – disincentiva un ruolo più attivo e responsabile da parte dei consumatori (Stagnaro, 2022).

Da questo punto di vista, i venditori di energia elettrica e gas giocano un ruolo fondamentale. In quanto titolari di un rapporto continuativo e prolungato nel tempo coi clienti, essi si trovano nella posizione perfetta per *informarli* delle opportunità a disposizione, *sensibilizzarli* rispetto al contributo che possono offrire e *mettere loro a disposizione* le tecnologie necessarie. Coinvolgere maggiormente i consumatori – per esempio nella riduzione delle emissioni o nello spostamento dei carichi dalle ore di punta a quelle *off peak* – richiede una serie di strumenti abilitanti, che in gran parte sono entrati in circolo in questi anni. L'installazione dei misuratori intelligenti di seconda generazione è un passo fondamentale (Stagnaro e Benedettini, 2020). Infatti, grazie ai nuovi contatori è possibile effettuare letture in tempo reale dei consumi e attivare un flusso di comunicazione bidirezionale tra il contatore e la rete.

All'atto pratico, questo serve a consentire almeno due pratiche fino a oggi impossibili, a causa di limitazioni tecniche o regolatorie. In primo luogo, attualmente la fatturazione avviene – al massimo – per fasce orarie. Questo consente di trasferire ai consumatori, in parte, un segnale di prezzo, nel senso che essi sanno che, in alcuni momenti o giornate, per esempio la notte o i festivi, l'energia è meno cara. Tuttavia, tale sistema è estremamente rozzo, in quanto non ha la granularità sufficiente a fornire effettivamente servizi al sistema. Per esempio, non tutte le ore notturne (o festive) sono uguali dal punto di vista elettrico, e non tutte le notti (o i festivi) si equivalgono. La possibilità di effettuare letture in tempo reale (cioè con scansione oraria o anche meno) consente di traslare queste letture nei documenti di fatturazione, avvicinando il prezzo dell'energia per il consumatore finale alle sue effettive variazioni in tempo reale. In tal modo è possibile, attraverso il sistema dei prezzi, creare un incentivo implicito per il consumatore per offrire un contributo alla stabilità e alla sostenibilità del sistema elettrico.

Naturalmente, sarebbe *naïf* attendersi che il consumatore possa verificare l'andamento dei prezzi in tempo reale prima di avviare la lavastoviglie o di impostare la temperatura sul condizionatore. Qui viene in soccorso la seconda opportunità: grazie alle tecnologie digitali e all'eventuale intervento di soggetti terzi (per esempio il fornitore di energia o altri aggregatori) è possibile ottimizzare i consumi in modo che, per ogni dato livello di utilizzo finale, essi siano organizzati in modo tale da minimizzare il costo o massimizzare il contributo delle fonti verdi. Si tratta, in sostanza, di creare i presupposti per estendere ai piccoli consumatori quelle condotte che già oggi vengono comunemente seguite dai grandi consumatori industriali (inclusa la disponibilità a subire interruzioni, a certe condizioni, in cambio di una adeguata remunerazione). Sebbene nella maggior parte dei paesi europei esistano forme di *pricing* dinamico assimilabili alla nostra tariffa bioraria, solo in alcuni la tecnologia viene effettivamente sfruttata per esporre i consumatori che lo desiderano alle variazioni in tempo reale. Tra di essi, quelli più avanzati sono la Danimarca e la Spagna, dove oltre la metà dei piccoli consumatori ha sottoscritto questo genere di offerte (ASSET, 2021; Eurelectric, 2017; CEER, 2022; IRENA, 2019).

Schemi di questo genere costituiscono un'opportunità di valore oggi in gran parte inespresse. È vero che, al momento, il guadagno (o risparmio) monetario che i consumatori possono trarne è limitato, e stimabile attorno al 3 per cento della spesa annua (Stagnaro e Benedettini, 2021). Ma vi sono alcuni fattori da tenere in considerazione prima di liquidare come irrisoria questa cifra. Intanto, la progressiva elettrificazione è destinata ad aumentare il volume dell'energia domandata da famiglie e pmi, e di conseguenza i consumi fatturati e il valore assoluto dei risparmi. Inoltre, proprio la crescita degli utilizzi finali elettrificati rende anche più flessibile le richieste di energia dalla rete: per esempio, un consumatore ha ben poca flessibilità nell'alimentare il frigorifero, qualche flessibilità in più nell'avviare un ciclo di lavaggio o asciugatura, molta flessibilità nella ricarica della batteria dell'auto o nella selezione della temperatura domestica. Per giunta, la continua penetrazione delle fonti rinnovabili nella rete implica che inevitabilmente crescerà il valore della flessibilità (di pari passo al calare del valore della *commodity*), con un potenziale aumento della remunerazione per quei consumatori che sono disponibili a spostare da un'ora all'altra i carichi domandati. Infine, di pari passo alle rinnovabili connesse in rete aumenteranno le rinnovabili distribuite e le soluzioni di *storage* diffuso, amplificando le potenzialità del piccolo consumatore di rispondere alle esigenze del sistema, diventando *prosumer* o *prosumer* (Sioshansi, 2019; 2021a; 2021b) o aderendo a comunità energetiche (Löbbe et al., 2022).

Il progresso tecnologico rende possibili soluzioni tali da amplificare le opportunità del consumatore di partecipare alle esigenze di flessibilità del sistema, direttamente o attraverso forme di aggregazione. Alcuni esempi (Acer, 2021):

- In Belgio è possibile partecipare all'offerta di servizi ancillari con alcuni specifici asset quali batterie domestiche o scaldabagno elettrici;
- In Germania i consumatori che hanno *device* interconnessi (lavatrici, lavastoviglie, asciugatrici, pompe di calore...) pagano tariffe ridotte per l'utilizzo della rete elettrica, se danno accesso all'operatore di rete a tali apparecchiature in caso di emergenze;
- In Gran Bretagna i consumatori che hanno misuratori evoluti, in grado di leggere i consumi con frequenza almeno di mezz'ora, possono partecipare a programmi espliciti di *demand response*;
- In Norvegia vi sono imprese specializzate nell'offrire servizi di riscaldamento e carica dei veicoli elettrici in funzione dei prezzi all'ingrosso dell'energia elettrica;
- In Slovenia i piccoli consumatori possono offrire servizi di bilanciamento all'operatore di sistema (l'equivalente della nostra Terna) attraverso aggregatori;
- In Lituania le pmi possono partecipare a programmi espliciti di *demand response*, mentre è in discussione la possibilità di estendere tale facoltà anche ai consumatori domestici;
- In Francia i consumatori business partecipano a vari programmi di *demand response*, ma vi è crescente interesse anche da parte di consumatori domestici.

Quelli citati solo alcuni esempi del tipo di esperienze e di servizi che i consumatori potrebbero offrire al sistema, traendone vantaggio. Tuttavia ciò richiede interventi regolatori tesi a consentire l'accesso ai mercati dei servizi anche ai piccoli consumatori, direttamente o attraverso aggregatori. E per stimolare la partecipazione è

necessario mobilitare i fornitori di energia elettrica e gas che si trovano in una posizione privilegiata per informare e coinvolgere i rispettivi clienti. Non è un caso se in molti mercati ci si sta interrogando su come promuovere lo sviluppo di queste forme di coinvolgimento e come modificare le operazioni degli esercenti le reti di distribuzione locale, o rafforzando le normative sull'*unbundling*, o promuovendo forme più efficaci di accesso ai dati da parte degli operatori della vendita (Stagnaro, 2021; CPUC, 2022).

Queste pratiche, tuttora oggetto di studio e sperimentazione, e non a caso spesso al centro di progetti pilota, sono cruciali per sostenere la transizione ecologica attraverso il coinvolgimento diretto dei consumatori. Non ha più senso, infatti, considerare la domanda come una variabile indipendente: essa è oggi parte del problema (lo stiamo vedendo nel corso della crisi dei prezzi in atto dalla seconda metà del 2021) ed è giunto il momento di interrogarsi su come trasformarla in parte della soluzione.

7. Conclusione

Le imprese attive nella vendita di elettricità e gas ai clienti finali sono diventate un elemento importante nel panorama produttivo del paese. Il loro contributo può diventare ancora cruciale alla luce della fase che stiamo attraversando, resa complessa sia dalla crisi energetica di breve termine, sia dagli obiettivi di decarbonizzazione di lungo termine.

Questo *studio* ha ripercorso le fasi della liberalizzazione dei mercati finali dell'energia, evidenziandone sia le tappe fondamentali, sia le difficoltà, sia infine gli effetti. Nel complesso si può dire che si tratta di una storia di successo, della quale resta da scrivere il capitolo conclusivo. Infatti, l'ordinamento rimane segnato da una sorta di pregiudizio nei confronti del libero mercato, visibile anche dalla scelta terminologica di chiamare "tutela" il servizio di ultima istanza offerto ai consumatori che non hanno scelto un fornitore. E ciò a dispetto del fatto che, come sta diventando evidente scorrendo le statistiche più recenti, la "tutela" non solo non protegge, ma anzi mette maggiormente in difficoltà i consumatori durante questa congiuntura di prezzi record.

Le grandi imprese hanno avuto presto accesso alla scelta del fornitore di energia elettrica e gas. Per le piccole imprese e le famiglie il percorso è stato più lungo e accidentato. Sebbene il periodo caratterizzato dall'esistenza di una formale libertà di scelta sia relativamente lungo - è iniziato nel 2003 per il gas e nel 2007 per l'energia elettrica - l'evoluzione dei mercati ha conosciuto un'accelerazione solo nel periodo più recente. Ciò, principalmente, a causa delle difficoltà e delle farraginosità (e anche delle contraddizioni) nel quadro normativo e regolatorio, da un lato; delle *performance* talvolta deludenti nei servizi relativi alla lettura dei consumi e, conseguentemente, alle operazioni di *switching* e fatturazione, dall'altro; e dalla crescita disordinata degli operatori di mercato, dall'altro ancora.

Molti di questi problemi sono stati risolti o sono in via di soluzione. Come confermano sia le rilevazioni dell'Autorità, sia le statistiche sui reclami, l'introduzione del Sistema Informativo Integrato ha consentito un netto miglioramento della qualità del servizio. Lo stesso può dirsi dei dati messi a disposizione dai misuratori teleletti e, in prospettiva, da quelli di seconda generazione in corso di installazione. E

anche la frequenza e durata delle interruzioni è migliorata, sebbene le reti siano oggi soggette a sfide enormi relative all'integrazione delle rinnovabili e ai picchi di domanda sempre più elevati a causa degli eventi climatici estremi (come l'onda di calore dell'estate 2022).

Questi miglioramenti, però, non possono essere né compresi, né spiegati senza dare il peso opportuno alla profonda trasformazione che il settore della vendita ha subito. Dacché era dominato da soggetti verticalmente integrati, il mercato finale della vendita di energia elettrica e gas si è popolato rapidamente di soggetti con caratteristiche molto diverse tra di loro, per dimensione, obiettivi, strategie e *target*. Oggi sono attivi nei due mercati all'incirca un migliaio di operatori (la maggior parte dei quali vende sia elettricità sia gas), che occupano circa 18 mila persone (contro gli 11.500 del 2008). Si tratta di imprese di medie dimensioni, caratterizzate da salari relativamente elevati (43 mila euro per addetto in media, contro una media di circa la metà nel più ampio settore commercio e servizi), molto produttivi (350 mila euro di valore aggiunto per addetto) e caratterizzate da investimenti molto elevati.

Questa vivacità ha effetti sia nel numero e nella tipologia di offerte commerciali, sia nei comportamenti dei consumatori. Nel quarto trimestre 2021, erano disponibili circa 1.000 offerte per la fornitura di energia elettrica e poco meno di 800 per il gas. Una percentuale rilevante di esse – la metà nel caso elettrico, il 20 per cento nel gas – era più conveniente dei prezzi di tutela, con risparmi massimi anche del 70-80 per cento. Altre offerte erano meno convenienti, ma contenevano anche servizi aggiuntivi, spesso legati all'efficienza energetica. È anche per questo che il bacino della tutela si è andato svuotando rapidamente, anche contraddicendo le esitazioni e i continui rinvii nella definizione di una data per il suo definitivo superamento: un tasso di *switching* sempre crescente (tra i clienti domestici, nel solo ultimo trimestre 2021 hanno cambiato fornitore tra il 4 e il 5 per cento) ha portato la quota dei soggetti serviti in tutela ben al di sotto del 40 per cento in entrambi i mercati.

Queste dinamiche sono importanti anche per una ragione di lungo termine, che va oltre i benefici che possono derivarne ai consumatori. La domanda è stata finora il gigante addormentato dei mercati dell'energia. Eppure le nuove tecnologie mettono a disposizione innumerevoli opportunità di ingaggiare i consumatori, direttamente o attraverso forme di aggregazione, per fornire servizi (per esempio legati allo spostamento dei carichi al di fuori delle ore di picco). Ciò può servire sia a ridurre l'onere economico dei consumatori, e anzi a offrire loro una remunerazione, sia a massimizzare l'apporto di fonti verdi o ridurre le emissioni di CO₂ e altri gas a effetto serra. Queste opportunità sono destinate a crescere ulteriormente man mano che andranno avanti il processo di elettrificazione dei consumi e l'installazione di impianti distribuiti per la generazione elettrica (in particolare il fotovoltaico di piccola taglia) e dei sistemi di stoccaggio dell'energia (incluse le batterie delle automobili elettriche).

Alla luce di tutto questo, è importante riconoscere il ruolo dei venditori di energia elettrica e gas, prendere atto delle difficoltà che stanno attraversando – legate spesso agli enormi oneri finanziari sottesi all'attuale fase di alti prezzi – e valorizzarne il contributo anche ai fini della transizione ecologica. Il percorso della liberalizzazione è iniziato, a livello europeo, nella seconda metà degli anni Novanta ed è

da allora proceduto in modo abbastanza stabile verso una progressiva espansione degli spazi di autonomia imprenditoriale: l'idea era che togliendo le briglie ai mercati, si potessero far interagire di più e meglio i fornitori e i consumatori di energia e si sarebbe riusciti ad accompagnare una società sempre più plurale e orientata a obiettivi di lungo periodo, economici e ambientali. Gli esiti dei mercati confermano che la scommessa può essere vincente ma è necessario garantire la stabilità e la certezza delle norme. Mai come adesso è stato necessario uscire dalla logica “one size fits all” e ampliare i gradi di libertà e la fantasia dei mercati, per superare un periodo difficile e trovare, dal basso, nuovi strumenti per coniugare crescita economica, sviluppo sociale e sostenibilità ambientale.

Bibliografia

- ACER (2021), ACER Annual Report on the Results of Monitoring the Internal Electricity and Natural Gas Markets in 2020 - Energy Retail Markets and Consumer Protection Volume.
- Amenta, C., M. Aronica e C. Stagnaro, “Is more competition better? Retail electricity prices and switching rates in the European Union”, *Utilities Policy*, 78: 101405.
- Arera (2022a), “Relazione annuale sullo stato dei servizi e sull'attività svolta”.
- Arera (2022b), “Monitoraggio sull'evoluzione dei mercati di vendita al dettaglio dell'energia elettrica e del gas. Rapporto di aggiornamento di luglio 2022”, 342/2022/l/com.
- Arera (2022c), “Affinamento della disciplina funzionale alla nuova modalità di determinazione delle condizioni economiche di fornitura del gas naturale per il servizio di tutela a decorrere dall'1 ottobre 2022, modifiche al TIVG, alla deliberazione dell'Autorità 374/2022/R/gas e interventi alla periodicità di fatturazione”, Delibera 20 settembre 2022, 436/2022/R/gas.
- ASSET (2021), ASSET Study on Dynamic retail electricity prices, Luxembourg, Publications Office of the European Union.
- Beccarello, M. e F. Piron (2008), *La regolazione del mercato del gas naturale*, Soveria Mannelli (CZ), Rubbettino e Facco.
- Bevacqua, S., S. Comin e M. Leggio (2020), *Una storia di straordinaria energia*, Roma, Elettricità Futura.
- CEER (2022), CEER Roadmap to 2025 Well-Functioning Retail Energy Markets. 2020 Self-Assessment Status Report.
- CPUC (2022), “Advanced Strategies for Demand Flexibility Management and Customer DER Compensation”.
- Deller, D., M. Giulietti, G. Loomes, C. Waddams, A. Moniche, e J.Y. Jeon (2021), “Switching energy suppliers: it's not all about the money”, *The Energy Journal*, 42(3): 95-120.
- Eurelectric (2017), Dynamic pricing in electricity supply.
- IRENA (2019), Time-of-use tariffs: innovation landscape brief.
- Littlechild, S.C. (2021), “The evolution of competitive retail electricity markets”, in J.-M. Glachant, P.L. Joskow e M.G. Pollitt (a cura di), *Handbook on Electricity Markets*, Cheltenham (UK), Edward Elgar Publishing, 111-155.
- Löbbe, S., F. Sioshansi e D. Robinson (a cura di) (2022), *Energy Communities: Customer-Centered, Market-Driven, Welfare-Enhancing?*, Academic Press, Cambridge, MA.
- Mite (2022), Decreto ministeriale n.315 del 31 agosto 2022.
- Sioshansi, F. (a cura di) (2019), *Consumer, Prosumer, Prosumer*, Academic Press, Cambridge, MA.

- Sioshansi, F. (2021a), "New technologies on the demand side", in J.M. Glachant, P.L. Joskow e M.G. Pollitt (a cura di), *Handbook on Electricity Markets*, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 353-382.
- Sioshansi, F. (a cura di) (2021b), *Variable Generation, Flexible Demand*, Academic Press, Cambridge, MA.
- Stagnaro, C. (2021), "Distribuzione elettrica: pluralismo o monopolio?", *Energia*, 1/2021, 68-73.
- Stagnaro, C. (2022), "Salvare la bolletta: dodici cose da fare, da non fare e da disfare", *IBL Focus*, 350.
- Stagnaro, C. e S. Benedettini (2020), "Smart meters: the gate to behind-the-meter?", in F. Sioshansi (a cura di), *Behind and Beyond the Meter*, Academic Press, Cambridge, MA, 251-265.
- Stagnaro, C. e S. Benedettini (2021), "Who are the customers with flexible demand, and how to find them?", in F. Sioshansi (a cura di), *Variable Generation, Flexible Demand*, Academic Press, Cambridge, MA, 125-145.
- Stagnaro, C., C. Amenta, G. Di Croce e L. Lavecchia (2020), "Managing the liberalization of Italy's retail electricity market: A policy proposal", *Energy Policy*, 137: 111150.

IBL Special Report

Chi Siamo

L'Istituto Bruno Leoni (IBL), intitolato al grande giurista e filosofo torinese, nasce con l'ambizione di stimolare il dibattito pubblico, in Italia, promuovendo in modo puntuale e rigoroso un punto di vista autenticamente liberale. L'IBL intende studiare, promuovere e diffondere gli ideali del mercato, della proprietà privata, e della libertà di scambio. Attraverso la pubblicazione di libri (sia di taglio accademico, sia divulgativi), l'organizzazione di convegni, la diffusione di articoli sulla stampa nazionale e internazionale, l'elaborazione di brevi studi e briefing papers, l'IBL mira ad orientare il processo decisionale, ad informare al meglio la pubblica opinione, a crescere una nuova generazione di intellettuali e studiosi sensibili alle ragioni della libertà.

Cosa Vogliamo

La nostra filosofia è conosciuta sotto molte etichette: "liberale", "liberista", "individualista", "libertaria". I nomi non contano. Ciò che importa è che a orientare la nostra azione è la fedeltà a quello che Lord Acton ha definito "il fine politico supremo": la libertà individuale. In un'epoca nella quale i nemici della libertà sembrano acquistare nuovo vigore, l'IBL vuole promuovere le ragioni della libertà attraverso studi e ricerche puntuali e rigorosi, ma al contempo scevri da ogni tecnicismo.