

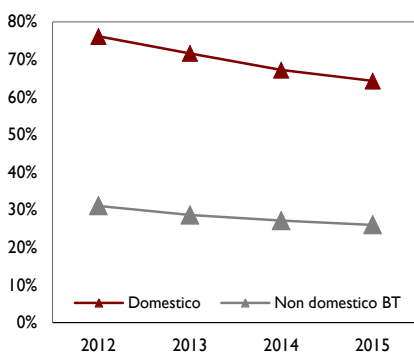
NASCE LA TUTELA SIMILE PER FAVORIRE LA LIBERALIZZAZIONE

RIFERIMENTI NORMATIVI

- Delibera 369/2016/R/eel

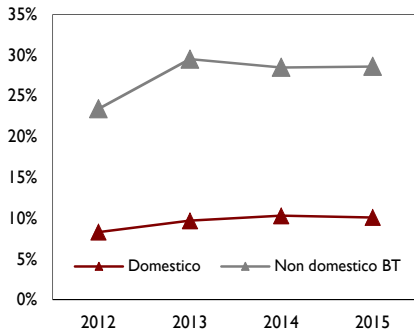
Mentre il Senato discute sulla fine delle tutele di prezzo, l'Autorità interviene nel processo di transizione verso questo obiettivo. La principale novità consiste nell'introduzione della Tutela Simile, uno strumento volontario di negoziazione assistita che dovrebbe stimolare i consumatori elettrici ancora in maggior tutela ad affacciarsi sul mercato libero, attraverso un incentivo economico, la comparabilità del prezzo con la tariffa di maggior tutela e la selezione di fornitori affidabili. Il meccanismo sarà centralizzato in un sito gestito da Acquirente Unico, che svolgerà anche opera di monitoraggio. Il successo del meccanismo però dipenderà dal grado di promozione presso i clienti finali, che è in larga parte affidato alle associazioni di consumatori e clienti finali, le quali saranno remunerate per questo ruolo di facilitatori attraverso un meccanismo ancora poco chiaro. Invece, gli interventi necessari alla trasformazione della maggior tutela da meccanismo di tutela di prezzo a istituto di garanzia del servizio universale sono rimandati a successivo provvedimento; in proposito sembra che i tempi non siano ancora maturi per il passaggio dalla definizione dei costi di approvvigionamento ex ante alla definizione ex post.

FIGURA 1. PESO VOLUMI SERVITI IN MT



Fonte: elaborazioni REF-E su dati Autorità

FIGURA 2. TASSO DI SWITCHING*



* Cambio di fornitore almeno una volta nell'anno

Fonte: elaborazioni REF-E su dati Autorità

Il servizio di maggior tutela (MT) nel settore elettrico garantisce oggi in Italia la continuità del servizio di fornitura e la tutela di prezzo ai consumatori domestici e ai piccoli consumatori non domestici. La tutela di prezzo, che consiste nella definizione da parte dell'Autorità¹ di prezzi di riferimento che rispecchino i costi effettivi del servizio, è coerente con la disciplina comunitaria sulla liberalizzazione del mercato elettrico in quanto ha carattere transitorio. Tenuto conto della temporaneità di tale regime, il legislatore sta cercando di definire un processo certo per il suo completo superamento: il regime di MT, nella sua forma attuale, dovrebbe cessare di esistere nel corso del 2018, secondo quanto contenuto nel DdL Concorrenza in discussione al Senato. Tuttavia i tempi di approvazione e i contenuti del DdL sono ancora incerti². A complemento dell'intervento normativo, l'Autorità sta portando avanti un'ampia opera di riforma del quadro regolatorio e di introduzione di nuovi strumenti volti a facilitare il completamento del processo di liberalizzazione.

Nonostante i volumi di energia fornita in MT si siano progressivamente ridotti nel tempo, nel 2015 era ancora fornito in maggior tutela il 64% dell'elettricità consumata in ambito domestico e il 26% di quella consumata da punti di prelievo non domestico allacciati in bassa tensione (Figura 1). D'altra parte il tasso di *switching*, che fornisce un'indicazione del grado di maturità del mercato, si è stabilizzato nell'ultimo biennio poco sopra il 10% nel settore domestico e intorno al 28.5% tra i clienti non domestici allacciati in bassa tensione (Figura 2).

RIFORMA DELLA MAGGIOR TUTELA E TUTELA SIMILE

La graduale uscita dei clienti finali dalla MT dovrebbe essere realizzata promuovendo un ruolo attivo dei consumatori finali, attraverso un grado sempre maggiore di capacitazione, e una concorrenza tra i fornitori, evitando il mero passaggio dei clienti da un esercente la maggior tutela alla società di vendita ad esso collegata. Al fine di favorire questo processo, l'Autorità introduce transitoriamente un ambiente di negoziazione sorvegliato, la c.d. Tutela Simile (TS), a cui possono aderire volontariamente i fornitori e i clienti finali; i primi sono facilitati nell'incontro con nuovi clienti finali, i secondi possono ottenere condizioni economiche più vantaggiose rispetto alla maggior tutela da parte di fornitori per i quali sono riconosciute garanzie di affidabilità. Con la progressiva fuoriuscita dei clienti, la MT dovrebbe trasformarsi in mero istituto di garanzia del servizio universale, perdendo il ruolo di regime di tutela del prezzo.

La delibera 369/2016/R/eel definisce la disciplina di massima della nuova TS, mentre la riforma delle condizioni contrattuali ed economiche della MT è rimandata a un provvedimento successivo. Nella consultazione che ha preceduto la delibera, le proposte di riforma della MT erano inizialmente concentrate sul passaggio da una definizione ex ante dei costi di approvvigionamento (quindi sulla base di dati stimati) a una definizione ex post (quindi sulla base di dati effettivi e di conseguenza maggiormente rispondente

¹ Autorità per l'Energia Elettrica il gas e il Sistema Idrico.

² Il DdL aveva ricevuto una prima approvazione dalla Camera, ma, date le modifiche sostanziali che sembra siano apportate dal Senato, dovrebbe richiedere un nuovo passaggio alla Camera prima di diventare legge.

ai costi effettivi del servizio). Questo cambiamento rischia tuttavia di comportare ingenti oneri in termini di gestione della fatturazione in capo alle società di vendita, soprattutto se coinvolge l'intera platea dei consumatori domestici, e sembrerebbe al momento accantonato dall'Autorità. Nel più recente DCO³, l'Autorità si limita infatti a proporre di modificare la disciplina in modo da definire i costi di approvvigionamento della materia prima sui soli risultati MGP ed effettuare una stima dei costi di Acquirente Unico (AU) non più per l'intero anno solare, ma trimestre per trimestre.

TUTELA SIMILE: IL DISEGNO DEL MECCANISMO

CLIENTI E FORNITORI

La TS è disegnata dall'Autorità come un meccanismo volontario centralizzato gestito da AU che favorisce l'incontro tra clienti e fornitori dal 1 gennaio 2017 fino al superamento, per legge, della MT. Possono partecipare al meccanismo tutti i clienti serviti in MT, oltre ai clienti aventi diritto alla MT in caso di voltura o attivazione di un nuovo punto di prelievo. L'esclusione dei clienti che abbiano già scelto un fornitore sul mercato libero è coerente con la finalità della TS, che non consiste nell'aggiungere un'ulteriore offerta a quelle già presenti sul mercato libero, ma nel favorire la progressiva uscita dalla MT dei clienti attraverso la creazione di un contesto garantito.

Lato offerta, possono partecipare alla TS tutti i fornitori ammessi da AU sulla base di una serie di requisiti di solidità economico-finanziaria, onorabilità e di natura operativa. In particolare, la solidità economico-finanziaria è valutata sulla base dei rapporti con Terna: è richiesto che il venditore (o l'utente del dispacciamento che rifornisce il venditore) abbia versato l'intera garanzia per il servizio di dispacciamento 2017 e che il ritardo medio di pagamento delle fatture per il servizio di dispacciamento sia limitato a tre giorni nel corso degli ultimi quattro mesi. Altri indici inizialmente proposti in fase di consultazione, quali quello relativo alla reclusione, sono invece stati ritenuti fuorvianti in quanto almeno in parte dipendenti da fattori esogeni al campo di azione dei fornitori. Per quanto riguarda le caratteristiche di natura operativa, attenzione è posta alla taglia del venditore, che deve essere in grado di allargare in un periodo di tempo limitato il numero dei clienti da lui serviti. Il fornitore che intende aderire alla TS, al 30 settembre 2016, deve quindi servire (come esercente la MT o sul mercato libero) almeno 50,000 clienti finali nel settore elettrico aventi diritto alla MT o almeno 100,000 clienti finali nei settori elettrico o gas aventi diritto ai rispettivi servizi di tutela. Tutti i requisiti richiesti ai fornitori in fase di ammissione devono essere mantenuti per tutto il periodo di erogazione del servizio; spetta all'AU vigilare sul rispetto delle condizioni ed eventualmente escludere i fornitori inadempienti, informandone l'Autorità.

LE OFFERTE

Al fine di favorire la comparabilità delle offerte, i fornitori sono obbligati a proporre nell'ambito della TS offerte caratterizzate da una struttura di prezzo e condizioni contrattuali standard predefinite dall'Autorità. L'offerta infatti consiste in uno sconto rispetto alle condizioni di MT, in modo che il consumatore possa agevolmente effettuare una comparazione con i prezzi che per lui costituiscono il riferimento principale e cogliere il vantaggio derivante dall'abbandono del meccanismo di MT. Coerentemente con il principio di comparabilità, non è prevista la possibilità di offrire servizi aggiuntivi alla fornitura di elettricità. Inoltre, data la natura transitoria della TS, le offerte hanno durata limitata a un anno; l'idea è infatti che il cliente sia accompagnato nell'uscita dalla MT, stimolando al contempo alla scelta attiva e consapevole di un fornitore sul mercato libero.

La scelta dell'Autorità di semplificazione della struttura delle offerte di TS (durata predefinita, divieto di proporre prodotti e servizi aggiuntivi e, come si vedrà più avanti, standardizzazione della struttura di sconto) va in una direzione opposta a quella indicata recentemente dall'Antitrust inglese, che ha ritenuto che vincoli eccessivi sulle offerte di vendita abbiano l'effetto negativo di ridurre le possibilità di scelta per il consumatore (**Box**). Tuttavia, tale direzione può essere ritenuta giustificabile se applicata al solo contesto di TS, che svolge la funzione di introdurre i consumatori, limitatamente ad una prima fase, in un mercato complesso e plurale (mentre in Gran Bretagna la semplificazione è stata imposta a tutte le offerte sul mercato libero).

³ DCO 75/2016/R/eel.

Tuttavia, dal disegno del meccanismo dell'Autorità emerge il rischio che le offerte in MT e in TS non siano in realtà del tutto comparabili come promesso dall'Autorità. La delibera apre infatti alla possibilità che il corrispettivo tariffario PCV a copertura dei costi di commercializzazione dei venditori sia differenziato tra i 2 regimi, per tenere eventualmente conto dei maggiori costi in capo al fornitore in TS rispetto all'esercente la MT. L'introduzione del corrispettivo PCR a copertura dei rischi connessi all'approvvigionamento sul mercato all'ingrosso, riconosciuto ai fornitori in TS in aggiunta ai costi riconosciuti ad AU, è invece compensato dalla non applicazione, ai clienti in TS, del corrispettivo PPE a copertura degli squilibri del sistema di perequazione dei costi di acquisto e dispacciamento dell'energia elettrica in MT. L'Autorità stabilisce infatti che il corrispettivo PPE 2017 sia posto pari a PCR.

L'ammontare dello sconto applicato in TS rispetto al prezzo di MT è scelto liberamente da ciascun fornitore in fase di ammissione al meccanismo (entro l'11 novembre 2016), ma non può essere modificato per tutto il periodo di vigenza del meccanismo (ossia fino al superamento definitivo della MT), quindi per un periodo di tempo potenzialmente anche piuttosto lungo, soprattutto se le tempistiche previste dal DdL Concorrenza saranno prorogate. Lo sconto inoltre deve obbligatoriamente essere definito dal fornitore in €/punto di prelievo e deve consistere in una misura una tantum, a riduzione dell'importo della prima fattura. La modalità una tantum è stata ritenuta preferibile rispetto ad altre opzioni (ad esempio pro die) in quanto fornisce un segnale di risparmio più forte ai consumatori, incentivando all'uscita dalla MT. Tuttavia, rischia di mettere in una situazione di debolezza il venditore a fronte di comportamenti opportunistici dei clienti, che potrebbero aderire alla TS al solo fine di beneficiare dello sconto iniziale, recedendo in breve tempo dal contratto, o potrebbero successivamente risultare inadempienti al pagamento. La possibilità per il fornitore di richiedere la restituzione pro quota del bonus una tantum in caso di recesso anticipato del cliente finale sembra una soluzione debole a fronte di comportamenti morosi e potrebbe di conseguenza influire negativamente sull'ammontare del bonus offerto. Occorre a questo proposito considerare che, in caso di sconti ridotti, in presenza di una differenziazione del livello della PCV tra TS e MT, il vantaggio per il consumatore che aderisce alla TS potrebbe essere sostanzialmente nullo o, nei casi più estremi, potrebbe trasformarsi in un aggravio di costi rispetto alla MT.

Data la funzione di accompagnamento all'uscita dalla MT, la TS ha una durata limitata tassativamente a un anno, senza possibilità di rinnovo automatico o di proroga. Il comportamento attivo del consumatore di ricerca di un nuovo contratto di fornitura sul mercato libero viene stimolato da apposite comunicazioni del venditore di TS in prossimità della scadenza della fornitura. Allo stesso tempo, però, viene disincentivato il comportamento attivo durante l'anno di fornitura del servizio, in quanto, in caso di recesso anticipato, il consumatore deve restituire parte dello sconto ricevuto all'inizio.

In caso di inerzia del consumatore alla scadenza del contratto, l'Autorità intende evitare che il consumatore, che ha fatto un primo passo verso il mercato libero aderendo alla TS, ritorni automaticamente in MT, sostenendo tra l'altro condizioni economiche peggiorative. Al termine della TS è quindi previsto che il cliente che non compie una scelta attiva rimanga automaticamente con il suo fornitore di TS, il quale applica le condizioni contrattuali ed economiche da lui previste sul mercato libero, secondo una struttura standard definita dall'Autorità (di cui l'Autorità dovrà necessariamente fornire una disciplina di dettaglio prima che trovi applicazione). Tuttavia, imposizioni analoghe di applicazione di strutture tariffarie standard nel mercato elettrico *retail* sono state recentemente bocciate dall'Antitrust inglese (**Box**). D'altra parte, l'imposizione di una struttura standard potrebbe di per sé non essere sufficiente a garantire i consumatori dalla non applicazione di condizioni peggiorative da parte dei propri fornitori, se non affiancata da un'adeguata campagna di comunicazione.

IL TETTO INDIVIDUALE

La TS rappresenta quindi un indubbio vantaggio per i fornitori che, una volta acquisito un nuovo cliente grazie allo sconto una tantum rispetto alle condizioni di MT, hanno gli strumenti, in particolare grazie alle regole relative ai consumatori inattivi alla scadenza del servizio, per consolidare il nuovo rapporto di fornitura. Per evitare che la TS porti di fatto a una redistribuzione dei clienti finali in favore dei venditori di maggiore dimensione, presumibilmente in grado più degli altri di offrire sconti maggiori, e stimolare invece la pluralità del mercato, l'Autorità ha introdotto un tetto massimo di

clienti che ciascun fornitore può servire nell'ambito della TS, pari a 500,000 punti di prelievo (livello che potrà essere rivisto al rialzo dall'Autorità tenuto conto del grado di adesioni da parte dei consumatori). I fornitori, in fase di richiesta di ammissione alla TS, potranno indicare anche un tetto individuale minore, in ogni caso sulla base di questa norma ad essi è consentito incrementare i punti di prelievo serviti (aventi diritto alla maggior tutela) fino a 10 volte rispetto alle dimensioni attuali⁴, con il rischio, in caso di successo del meccanismo, di elevati stress nella gestione del portafoglio clienti.

IL SITO CENTRALE

Il servizio di TS potrà essere attivato esclusivamente via *web*, una scelta dell'Autorità che sancisce la volontà di superare i canali commerciali tradizionali. Di fatto vengono quindi esclusi a priori dalla TS i consumatori che non hanno accesso o hanno accesso limitato al *web*, i quali probabilmente corrispondono alla classe di consumatori maggiormente passivi, in quanto dispongono di meno strumenti per l'analisi e la comparabilità delle offerte.

Il sito *web* realizzato e gestito da AU svolge un ruolo chiave nel meccanismo, data la scelta dell'Autorità di optare per un disegno centralizzato: la conclusione del contratto di TS può avvenire infatti esclusivamente attraverso l'interazione con il Sito Centrale. La centralizzazione del meccanismo risponde all'esigenza di evitare confusione tra l'offerta di TS e le altre offerte a mercato dei fornitori, favorire la comparabilità delle offerte in un contesto neutrale e istituzionalizzato e offrire garanzie sul meccanismo e sui soggetti coinvolti. In particolare, il Sito Centrale opera nella fase precontrattuale della TS. Esso fornisce al cliente finale informazioni sulla TS e l'elenco di tutti i fornitori ammessi al meccanismo, con i relativi sconti rispetto alle condizioni di MT e il numero di clienti servibili da ciascuno, al fine dell'analisi comparativa delle offerte. Nel caso il cliente manifesti l'interesse a sottoscrivere il contratto di TS con un fornitore, il sito rilascia un codice di prenotazione valido 15 giorni.

L'intervento del fornitore si inserisce a monte (promozione) e a valle (conclusione del contratto), ma in entrambe le fasi la sua libertà di azione è dettagliatamente normata, al fine di distinguere il più chiaramente possibile le offerte di TS dalle altre proposte. Ad esempio, norme specifiche sono previste in caso di promozione da parte dei fornitori di offerte di TS tramite propri *call center*. Per quanto riguarda la conclusione del contratto, essa avviene su una piattaforma *web* predisposta dal fornitore ed esclusivamente dedicata alla TS, a cui è possibile accedere esclusivamente attraverso il Sito Centrale gestito da AU da parte dei clienti che hanno ricevuto il codice di prenotazione. La conclusione deve realizzarsi nell'arco di un massimo di 15 giorni, un tempo ritenuto ragionevole sia per evitare che i clienti prenotati "occupino" troppo a lungo la capacità del fornitore fissata attraverso il tetto individuale, sia per consentire ai fornitori di valutare l'opportunità di rifiutare il cliente.

IL RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI

L'impianto generale della TS sembra in generale bilanciato nel sostenere le esigenze sia lato domanda che lato offerta nella fase di transizione verso la completa liberalizzazione. Tuttavia, la garanzia derivante dall'istituzionalizzazione del meccanismo non sembra un fattore sufficiente a spingere i clienti ancora in MT, quindi i più passivi tra gli aventi diritto alla MT, ad affacciarsi sul mercato libero. Il successo della TS dipenderà piuttosto dall'attività di promozione del meccanismo presso i consumatori finali in MT. Né la promozione da parte dei fornitori, soggetta a numerose limitazioni, né le comunicazioni (ancora da definire nella forma e nella sostanza) a carico degli esercenti la MT potrebbero però rivelarsi adeguati a sostenere la diffusione della TS. L'Autorità affida piuttosto la promozione, e quindi di fatto il successo, del nuovo meccanismo a soggetti terzi, ossia alle associazioni dei consumatori e delle piccole e medie imprese.

Le associazioni accreditate da AU⁵ sono tenute a svolgere il ruolo di facilitatori, promuovendo la TS attraverso canali propri e indirizzando i consumatori finali interessati a sottoscrivere il contratto di TS sul Sito Centrale. Per ciascun contratto concluso grazie al loro intervento hanno diritto a un corrispettivo. L'Autorità deve ancora definire sia il livello, sia le modalità di copertura del corrispettivo, ma ha già specificato che questo non potrà essere a carico del consumatore finale; presumibilmente, pertanto, sarà posto

⁴ Nel caso di un fornitore che si collochi sulla soglia minima di 50,000 punti di prelievo attualmente serviti.

⁵ L'elenco sarà reso disponibile sul Sito Centrale.

a carico dei fornitori di TS, che di fatto ne terranno conto nella definizione del livello di sconto.

In Italia quindi il ruolo delle associazioni, nell'ambito della TS, di meri facilitatori non va confuso con quello dei gruppi di acquisto. Secondo le regole stabilite dall'Autorità le associazioni non possono infatti svolgere il ruolo di negoziatori, contrattando con uno o più fornitori uno sconto ulteriore a quello già proposto dai fornitori sul Sito Centrale (come invece inizialmente proposto in fase di consultazione); ne consegue che il corrispettivo dovrà necessariamente essere a carico di tutti i fornitori di TS. Inoltre, in Italia il livello del corrispettivo dovrà tenere conto dei costi dell'attività di promozione svolta dalle associazioni che non si conclude con la stipula del contratto. Il rischio è che, se il corrispettivo sarà elevato al fine di sostenere un'ampia campagna di promozione, questo si ripercuota sull'ammontare dello sconto offerto dai fornitori; per contro, se il corrispettivo sarà contenuto, l'attività di promozione potrebbe non essere sufficiente a garantire il successo della TS.

CONCLUSIONI

In conclusione, i consumatori dovrebbero essere spinti ad aderire alla TS soprattutto dalle condizioni economiche offerte, migliorative rispetto a quelle loro applicate nell'ambito della MT e con queste facilmente confrontabili. Sicuramente l'ammontare dello sconto offerto sarà centrale nel vincere l'inerzia dei consumatori al cambiamento, e in questo senso l'erogazione dello sconto interamente sulla prima bolletta può avere maggiore efficacia persuasiva. D'altra parte, la durata limitata del contratto potrebbe generare apprensione tra i consumatori, soprattutto quelli meno propensi a un comportamento attivo.

Lato fornitori, la rigidità nella struttura dell'offerta e nelle condizioni commerciali (livello di prezzo riferimento, modalità di erogazione dello sconto, divieto di erogare servizi aggiuntivi), oltre che nelle modalità di promozione (rigida distinzione tra i canali destinati alle offerte di TS e quelle dedicate alle offerte sul mercato libero), potrebbe scoraggiare dalla partecipazione al nuovo meccanismo, anche se l'Autorità sembra intenzionata a tenere conto dei costi specifici di commercializzazione dei fornitori in TS rispetto agli esercenti la MT. Inoltre, il margine di manovra nel definire lo sconto sembra limitato dall'imposizione di un corrispettivo a carico dei fornitori a favore delle associazioni. Tuttavia, la durata limitata del contratto di TS, e in particolare le regole da applicarsi a fine contratto ai consumatori passivi, possono determinare un importante vantaggio competitivo per i fornitori che hanno avuto successo nel sottoscrivere i contratti di TS.

BOX - GRAN BRETAGNA: L'ANTITRUST CHIEDE AL REGOLATORE DI CORREGGERE LA RIFORMA DEI MERCATI RETAIL

In Gran Bretagna i mercati al dettaglio di energia elettrica e gas sono liberalizzati da circa tre decenni, ma l'obiettivo della concorrenza non è stato raggiunto appieno: il livello di coinvolgimento dei clienti è basso, e le analisi della *Competition and Markets Authority* (CMA) rivelano un forte potere di mercato dei fornitori, che si trovano nella condizione di poter discriminare i clienti inattivi. I clienti sono prevalentemente serviti con tariffe di *default*, mediamente più alte delle offerte alternative. Le indagini sui clienti mostrano scarsa consapevolezza sulle opportunità di negoziazione delle condizioni economiche e di cambio di fornitore, e segnalano perciò tempi lunghissimi di permanenza con lo stesso fornitore.

La CMA ha recentemente concluso un'indagine sui mercati dell'energia¹, in esito a cui ha formulato alcune raccomandazioni molto pesanti sulla regolazione dei mercati *retail*. Le più importanti si pongono in contrasto con le decisioni che l'Autorità per l'energia, OFGEM, ha preso nel 2013 nell'ambito di una riforma dei mercati al dettaglio. Questa si è fondata su tre pilastri:

- semplicità delle offerte per favorire la scelta dei clienti
- chiarezza delle informazioni sulle condizioni economiche, in fase di negoziazione e fatturazione/comunicazione periodica
- equità di trattamento dei clienti, attraverso il rafforzamento delle regole di condotta commerciale per i fornitori.

L'Antitrust ha criticato in particolare le principali misure che costituiscono il primo asse di intervento, ossia una regola che impone una struttura standard per tutte le tariffe offerte dai fornitori, una norma che limita a quattro il numero di offerte praticabili da ciascun fornitore e una che pone limiti agli sconti praticabili dai venditori. Le suddette regole, disegnate per semplificare e favorire la confrontabilità delle offerte, restringono eccessivamente, secondo la CMA, la discrezionalità del fornitore e il ventaglio di scelte disponibili per il cliente. L'argomentazione di fondo è legata all'omogeneità dei prodotti elettricità e gas, per cui la concorrenza si gioca essenzialmente sul prezzo, e l'innovatività trova sbocco essenzialmente nel disegno di un'ampia gamma di strutture tariffarie. Inoltre, l'esperienza della riforma della regolazione dei mercati al dettaglio ha dimostrato come, a fronte di un trascurabile miglioramento del *engagement* dei clienti, numerosi consumatori abbiano subito un peggioramento delle condizioni economiche a seguito dell'eliminazione di offerte innovative e della riduzione della gamma di sconti offerti. Le prospettive future sono quelle che più preoccupano la CMA: le restrizioni alla formulazione di un'ampia gamma di offerte può limitare i benefici conseguibili dallo sfruttamento dei principali strumenti di coinvolgimento dei clienti, ossia il contatore intelligente e la possibilità di effettuare azioni di *demand-response*, la cui diffusione su larga scala è prevista nel breve-medio termine.

Tutte le suddette considerazioni hanno spinto l'Antitrust a raccomandare la rimozione delle regole di semplificazione introdotte nel 2013, e l'adozione di uno stile regolatorio più basato su principi che su regole tassative.

Un altro importante aspetto su cui la CMA interviene riguarda gli intermediari tra fornitori e clienti, ai quali evidentemente è riconosciuto un ruolo cruciale nel favorire la partecipazione attiva dei consumatori al mercato. L'attenzione è soprattutto rivolta ai siti di confronto di prezzi, per cui l'Antitrust prevede un ruolo più attivo di negoziazione con il fornitore, che sarà favorito dalla rimozione del vincolo al numero di offerte, e per cui chiede, sempre al Regolatore, di alleggerire le regole che attualmente impongono il confronto *whole-of-the-market*, ossia la copertura di tutte le offerte disponibili, e di permettere l'accesso più ampio ai dati dei clienti, ad esempio per poter fornire valutazioni più precise sui risparmi potenziali dell'adesione a nuove offerte.

Un'ulteriore proposta, questa volta a favore dei fornitori, è l'istituzione di un registro dei clienti serviti in regime di *default*.

Infine, l'Antitrust abbandona l'idea più radicale, considerata nel corso dell'investigazione, di proporre un *cap* transitorio alle tariffe praticate ai clienti in *default*, che avrebbe costituito un passo indietro importante (ancorché transitorio) ad opera del primo paese europeo a liberalizzare i mercati dell'energia, e che aveva già destato attenzione a livello internazionale.

¹ CMA, *Energy Market Investigation – Final Report*, Giugno 2016.