

Sintesi delle osservazioni al documento di ricognizione  
**“Ricognizione in tema di strumenti di confrontabilità dei prezzi per il servizio elettrico e del gas”**

	Soggetti che hanno inviato contributi		Osservazioni generali	Risposte agli spunti di ricognizione
1	AceaElectrabel SpA	Operatore	x	
2	Aiget	Associazione Operatori	x	x
3	Altroconsumo	Associazione clienti finali	x	x
4	Anigas	Associazione Operatori		x
5	Assoelettrica	Associazione Operatori	x	
6	Assogas	Associazione Operatori	x	
7	Casa del Consumatore	Associazione clienti finali		
8	Confcommercio	Associazione clienti finali	x	x
9	PMI Energia (Confcommercio, Confartigianato, Confesercenti, CNA, Confapi e Confederazione Generale dell'Agricoltura)	Associazione clienti finali	x	x
10	Confindustria	Associazione clienti finali	x	
11	Dalmine Energie SpA	Operatore	x	x
12	Edison SpA	Operatore	x	x
13	Endesa Italia	Operatore	x	
14	Enel SpA	Operatore	x	
15	Exergia	Operatore	x	x
16	Federconsumatori	Associazione clienti finali	x	
17	Federestrattiva	Associazione operatori	x	
18	Federutility	Associazione operatori	x	x
19	Sorgenia SpA	Operatore	x	
20	Verivox GmbH	Soggetto che gestisce servizi di comparazione	x	x

## OSSERVAZIONI GENERALI

AceaElectrabel	<p>La valutazione sugli obiettivi è complessivamente positiva, tuttavia ritiene che il quadro regolatorio già disegnato possa disciplinare in modo apprezzabile il comportamento dei venditori nella fase pre-contrattuale. Auspica che le ulteriori misure siano su base volontaria. La corretta definizione di un servizio di comparazione dovrebbe autonomamente attirare il massimo grado di partecipazione. L'introduzione di ulteriori algoritmi per confronti numerici creerebbe oneri gestionali eccessivi rispetto ai benefici. Propone preliminarmente un'analisi costi/benefici.</p> <p>Ritiene che il Regolatore, istituzionalmente orientato ad altre attività, non sia il soggetto più indicato alla gestione diretta di sistemi complessi di comparazione delle offerte. L'Autorità dovrebbe invece rendere disponibile una tabella comparativa delle schede di confronto dei vari operatori redatte ai sensi della delibera 110/07, in linea con quanto previsto dal DL 73/07 convertito in legge. Per quanto riguarda il motore di calcolo, il modello di tipo c) è preferibile, con un sistema di controllo garantito dagli stessi gestori, ad adesione volontaria.</p> <p>Ritiene che gli strumenti di comparazione dovrebbero riferirsi al solo settore domestico, l'estensione al settore commerciale o industriale implicherebbe complessità di gestione per la molteplicità delle tipologie di offerta.</p> <p>L'informazione non deve essere in contrasto con quella delle schede di confrontabilità. Suggerisce di sottoporre a comparazione le sole componenti gestite dal venditore, mentre andrebbero standardizzate le voci relative ai costi passanti, attribuendo un valore stimato uguale per tutti gli operatori.</p> <p>Al cliente devono essere segnalati in modo chiaro tutti i limiti insiti nel calcolo di una spesa annua statica, che non può valorizzare i vantaggi di un'offerta a prezzo fisso rispetto ad un prezzo variabile.</p> <p>Segnala che se il prezzo di riferimento sul quale si offre la comparazione è il PE pubblicato dall'Autorità l'elemento sconto potrebbe non corrispondere ai valori effettivi dello stesso, perché la comparazione riguarda un prezzo del trimestre precedente e il nuovo prezzo determinato dal venditore sulla base di stime dei costi di approvvigionamento da spalmare su tutto l'anno. Propone che il raffronto debba avvenire tra i prezzi di riferimento del semestre precedente e il prezzo della commodity offerto dal venditore.</p>
Aiget	<p>Esprime gradimento per le iniziative in tema di confrontabilità ma ritiene che strumenti basati sul mero confronto di prezzo possono risultare riduttivi. Predilige strumenti volontari, sia dal punto di vista dei soggetti gestori che dal punto di vista dei venditori che aderiscono. Il Regolatore deve limitarsi a fissare condizioni e requisiti. Preferibile che i venditori possano valutare l'efficacia di tali strumenti e decidere se aderire.</p>

Anigas	<p>Non è contraria all'implementazione di un sistema di confronto tra le offerte e di valutazione di tutti gli elementi, anche non economici. Tuttavia occorre consentire ai venditori di proporre una molteplicità di offerte, anche di contenuto innovativo. Per questo il sistema dovrebbe evitare la standardizzazione eccessiva e permettere di trarre vantaggio dalla capacità di formulare offerte innovative. Un sistema obbligatorio porterebbe all'impoverimento delle proposte commerciali e della ricerca di marketing. Il sistema di comparazione proposto presenta una standardizzazione intrinseca delle offerte, per questo può essere rivolto ai soli clienti domestici, mentre nel segmento non domestico vi è una più elevata personalizzazione, l'estensione degli strumenti di comparazione sarebbe impropria e incentiverebbe comportamenti opportunistici da parte dei concorrenti e possibili effetti di imitazione. Per evitare tali effetti propone un modello di offerta standard rispetto a cui ogni venditore potrebbe presentare le sue condizioni di erogazione. Percepisce una scarsa attenzione agli aspetti diversi dal prezzo. Invece dovrebbero essere evidenziati tutti i fattori rilevanti per le decisioni di acquisto (risparmio energetico, brand, facilità di contatto). Osserva che non è opportuno prevedere sanzioni per chi non comunica i dati necessari al funzionamento del calcolatore.</p>
Assoelettrica	<p>Ritiene positiva l'iniziativa di introdurre degli strumenti che consentano il confronto delle offerte. Occorre tuttavia un approccio che consenta di analizzare compiutamente le problematiche connesse con l'adozione di ulteriori strumenti rispetto alle schede di confrontabilità già definite, al fine di valutare adeguatamente l'impatto delle diverse soluzioni. L'AEEG, orientata ad altre attività, non sembra il soggetto più indicato alla gestione diretta di sistemi complessi di comparazione delle offerte. Per il settore elettrico è già presente la scheda di confrontabilità; l'AEEG potrebbe perciò rendere disponibile una tabella comparativa delle schede, anche in coerenza con il DL 73/07. Eventuali sistemi aggiuntivi dovrebbero essere sviluppati sulla base dell'iniziativa di soggetti terzi, associato alla definizione di un Confidence Code, ad adesione volontaria. Non devono essere previste sanzioni per i venditori che non aderiscono e non forniscono le informazioni necessarie.</p> <p>Propone preliminarmente all'eventuale adozione di ulteriori strumenti di confrontabilità, l'effettuazione di specifici studi, comprensivi di analisi costi/benefici, volti ad accertare la fattibilità e la validità delle diverse soluzioni proposte. Eventuali sistemi aggiuntivi di comparazione delle offerte commerciali potrebbero essere sviluppati sulla base del "modello C" (iniziativa lasciata a soggetti terzi), associato però alla definizione, da parte dell'Autorità, di un Confidence Code (sistema UK) cui i gestori dei sistemi di comparazione potrebbero aderire su base volontaria entrando in tal modo in una lista "garantita" dal regolatore stesso.</p> <p>Gli elementi qualificanti del Confidence Code suggeriti sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- modalità di esposizione dell'offerta;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- indipendenza del gestore;</li> <li>- pubblicazione costi del gestore (se è richiesta una fee agli operatori);</li> <li>- divieto di pubblicità;</li> <li>- link ai siti web degli inserzionisti.</li> </ul> <p>Gli strumenti di comparazione delle offerte dovrebbero riferirsi solo al settore domestico. L'estensione al settore commerciale o industriale implicherebbe complessità di gestione, dovute all'elevata molteplicità delle tipologie d'offerta, che renderebbero le informazioni di difficile lettura e comunque soggette ad errate interpretazioni.</p> <p>I sistemi di confrontabilità devono focalizzare la loro attenzione essenzialmente sulle caratteristiche delle offerte non riportate nelle schede di confrontabilità (ad es. modalità di pagamento, tipo di prezzo, validità del prezzo, ...), in modo di consentire al cliente di fare una valutazione complessiva dell'offerta non basata solo sul prezzo.</p> <p>Le informazioni numeriche fornite dai gestori dei sistemi di comparazione non dovranno essere in contrasto con quanto riportato nelle schede di confrontabilità fornite dagli operatori ai clienti e pubblicate dall'Autorità. Diviene quindi importante che all'utente delle informazioni vengano segnalati in modo chiaro tutti i limiti insiti nel calcolo di una spesa annua "statica" che non è in grado di valorizzare i vantaggi di un'offerta a prezzo fisso rispetto ad una a prezzo variabile.</p> <p>Assoelettrica ritiene che non sussistano le condizioni per l'adozione di nuovi strumenti di confrontabilità quali quelli proposti. Per questo non sono state affrontate le specifiche questioni oggetto degli spunti di consultazione.</p>
Assogas	<p>Sostiene che sussista ambiguità circa la reale finalità del documento: la raccolta di spunti per valutare la necessità di implementare strumenti di confrontabilità o la definitiva volontà di introdurre tali strumenti, come richiesto dalle associazioni rappresentative dei clienti finali; nel documento sono infatti presenti spunti che richiedono già risposte ad aspetti di carattere tecnico.</p> <p>Secondo l'associazione non vi sarebbe invece una reale necessità di tali strumenti, in quanto il tasso di switch del mercato è ancora eccessivamente basso e non si è ancora sviluppata una adeguata concorrenza tra gli operatori.</p> <p>Il livello di visibilità di un'azienda è considerato una scelta strategica dell'impresa da attuare con le modalità ritenute adeguate e non da normare dall'esterno. L'eventuale adesione dovrebbe avvenire su base volontaria.</p> <p>La componente di prezzo non può essere considerata l'unico elemento di raffronto e uno strumento standardizzato non può rappresentare in modo chiaro le varie alternative alle strutture di prezzo e gli aspetti legati all'erogazione del servizio ideati dai vari venditori. Risulta difficoltoso coniugare la completezza delle informazioni con la facilità di comprensione delle medesime. Ad esempio non è possibile confrontare offerte a prezzo fisso o variabile, e le offerte sono costituite</p>

	<p>da molteplici aspetti contrattuali/qualitativi. Lo strumento di confrontabilità potrebbe essere utilizzato solo per le offerte standard, sostanzialmente solo per il mercato domestico.</p> <p>Ad ogni modo indica come modello preferibile quello di tipo a), purchè su base volontaria. Il modello dovrebbe avere caratteristiche di limitata onerosità e ridotto impatto operativo per le aziende, con particolare riferimento agli aggiornamenti.</p> <p>Individua quale causa dello scarso sviluppo del mercato retail la carenza di un mercato liquido nella fase <i>upstream</i> e ritiene che gli strumenti descritti possano avere utilità solo in mercati realmente competitivi.</p> <p>Per tali motivi non risponde puntualmente agli spunti di ricognizione.</p>
Confcommercio	<p>Ritiene che l'adozione di strumenti dinamici di confrontabilità possa arrecare indubbi vantaggi al mercato energetico in termini di maggior trasparenza e maggior fiducia nel mercato.</p>
Confcommercio/ Confartigianato/ CNA/Confapi/ Confesercenti/ Confederazione Generale Agricoltura	<p>Le sei confederazioni aderenti al Progetto Energia Intelligente per le PMI ritengono indispensabile l'adozione di uno strumento dinamico di confrontabilità dei prezzi dell'energia elettrica e del gas. Tale strumento infatti, una volta adottato, arrecherà indubbi vantaggi al mercato energetico in termini sia di maggiore trasparenza che di crescita della fiducia. Si dichiarano favorevoli all'implementazione del modello austriaco anche in Italia, così come fatto dalla maggioranza degli altri Paesi europei. In ogni caso, anche qualora la scelta italiana fosse quella di lasciare ai privati, su libera iniziativa, la possibilità di implementare servizi di confrontabilità occorrerebbe comunque garantire la veridicità delle informazioni pubblicate sui relativi siti.</p>
Confindustria	<p>Esprime apprezzamento per l'iniziativa dell'AEEG, che favorisce lo sviluppo del mercato in un contesto in cui i prezzi di salvaguardia potrebbero essere elevati.</p> <p>Ritiene che i modelli di tipo (a) e (b) siano da preferire perché è previsto un controllo da parte del Regolatore.</p> <p>Ritiene che gli strumenti non possano essere limitati in base al consumo o al livello di tensione, perché non necessariamente la dimensione del consumo crea automaticamente <i>know-how</i> sul mercato elettrico e capacità di orientarsi sull'argomento.</p> <p>Sottolinea che gli strumenti devono permettere una valutazione dinamica delle offerte (ad esempio consentendo la previsione di scenari, in relazione agli andamenti dei panieri di indicizzazione previsti), per evitare che la staticità del confronto crei confusione e fraintendimenti.</p>
Dalmine	<p>Esprime gradimento per le iniziative in tema di confrontabilità delle offerte, tuttavia ritiene che strumenti unicamente basati su raffronti di prezzo siano riduttivi. Gli strumenti predisposti dovranno tenere conto anche di elementi qualitativi. Ritiene fondamentale la volontarietà degli strumenti, con un approccio analogo a quello inglese. Il motore di calcolo potrà comunque incontrare limiti in termini di affidabilità e completezza, quanto meno per la necessità del suo continuo</p>

	aggiornamento.
Endesa	<p>Condivide l'opportunità di adottare misure che favoriscano la trasparenza e la completezza di informazione circa il contenuto delle offerte commerciali, tuttavia ritiene che tali strumenti devono essere di natura non obbligatoria, per non costituire una barriera all'ingresso. Per il settore elettrico sono già previsti strumenti obbligatori per il confronto delle offerte onerosi per gli operatori. Per questo è necessario che nuovi strumenti siano volontari soprattutto nel settore elettrico. Inoltre ritiene che le attuali divergenze tra settore elettrico e gas non consentano, al momento, una integrazione del quadro regolatorio.</p>
Enel	<p>Valuta positivamente l'iniziativa dell'Autorità tuttavia ritiene che la medesima, orientata ad altre attività, non sembra il soggetto più indicato alla gestione diretta di sistemi complessi di comparazione delle offerte. Per il settore elettrico è già presente la scheda di confrontabilità. L'AEEG potrebbe perciò rendere disponibile una tabella comparativa delle schede, anche in coerenza con il DL 73/07. Eventuali sistemi aggiuntivi dovrebbero essere sviluppati sulla base dell'iniziativa di soggetti terzi, associato alla definizione di un Confidence Code, ad adesione volontaria. Non devono essere previste sanzioni per i venditori che non aderiscono e non forniscono le informazioni necessarie.</p> <p>Segnala come elementi qualificanti del Confidence Code:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- modalità di esposizione dell'offerta;</li> <li>- indipendenza del gestore;</li> <li>- pubblicazione costi del gestore (se è richiesta una <i>fee</i> agli operatori);</li> <li>- divieto di pubblicità;</li> <li>- link ai siti web degli inserzionisti.</li> </ul> <p>Ritiene che gli strumenti di comparazione dovrebbero riferirsi solo al settore domestico, in quanto l'estensione al settore commerciale o industriale implicherebbe complessità di gestione dovute alla molteplicità delle tipologie di offerta. Il grado di personalizzazione può essere elevato, inoltre i settori non domestici presentano una autonoma capacità di analisi e valutazione delle offerte, che rende meno urgente l'introduzione di tali strumenti.</p> <p>Le informazioni fornite dal sistema di comparazione non dovranno essere in contrasto con quanto riportato nelle schede di confrontabilità. Dovranno inoltre essere evidenziate anche le caratteristiche più attinenti alla sfera dei servizi offerti dai venditori non quantificabili in denaro. Il confronto focalizzato sul prezzo è superficiale e parziale: impedisce ai clienti di cogliere le differenze qualificanti tra le offerte e frustra le iniziative dei venditori volte a sviluppare offerte innovative.</p> <p>Deve essere chiaro al cliente che la spesa annua calcolata è statica e non evidenzia i vantaggi delle offerte a prezzo fisso rispetto a quelle a prezzo variabile.</p>

Exergia	<p>Condivide l'attività dell'Autorità, tesa a definire metodi innovativi per comparare rapidamente le proposte commerciali dei venditori; si valuta altresì positivamente la ricerca attuata sugli strumenti più diffusi in Europa per il confronto dei prezzi delle offerte dei venditori di energia elettrica e di gas.</p>
Federconsumatori	<p>L'implementazione di strumenti di confronto dinamico dei prezzi non può che dare impulso alla crescita del mercato. Il ruolo attivo della domanda si estrinseca qualora non vi sia il timore di perdere le tutele del mercato vincolato. Ciò è possibile in presenza di informazioni complete e trasparenti su come scegliere. La gran parte delle famiglie misura il costo dell'elettricità in spesa in Euro al bimestre, in quanto comparare la "merce" energia elettrica non è semplice per molti. Proprio per questi clienti si rende maggiormente necessaria un'adeguata informazione.</p> <p>Lo strumento dovrà essere riferito al settore elettrico inizialmente rimandando l'analisi per il settore gas.</p> <p>Alle famiglie deve essere assicurato un servizio che fornisca la lista delle offerte, graduate in base alla convenienza economica espressa in rapporto alla spesa annua calcolata con il prezzo di riferimento stabilito dall'AEEG.</p> <p>Segnala l'esigenza di una campagna di informazione alle famiglie sul confronto delle offerte. Il semplice dato economico espresso da un calcolatore non è sufficiente per una scelta consapevole; sono necessari sportelli fisici di assistenza sul territorio per agevolare la comprensione.</p> <p>Indipendentemente dalla tipologia di strumenti di comparazione delle offerte la presenza di un supporto fisico sul territorio è indispensabile. Oggetto dell'offerta di vendita non può essere considerato solo il prezzo o lo sconto ma occorre valutare l'intera offerta economica. Talvolta gli sconti dichiarati variano in realtà in base al livello dei consumi, perché i corrispettivi sono progressivi.</p> <p>Ritiene che il modello da preferire è quello che vede un ruolo attivo dell'AEEG, sia pure in un ambiente aperto ad operatori di diversa natura. L'AEEG dovrebbe garantire la disponibilità e l'accesso ai dettagli economici delle offerte. La neutralità e l'affidabilità del calcolo da sviluppare potrebbero essere garantite tramite linee guida da rispettare per la realizzazione del software. Per garantire anche le informazioni fornite dagli sportelli territoriali occorre predisporre un manuale e un'adeguata formazione professionale per gli operatori di sportello delle associazioni.</p> <p>Il riconoscimento formale del ruolo delle associazioni per la promozione del mercato è fondamentale per rendere attiva la domanda, riducendo così i costi di funzionamento del sistema elettrico.</p> <p>I modelli di tipo misto dovrebbero fare riferimento ad un comune regolamento atto a disciplinare in maniera unitaria le specifiche minimali della comparazione.</p>
Federestrattiva	<p>Esprime soltanto osservazioni di carattere generale senza formulare</p>

	<p>risposte puntuali ai singoli spunti del documento. Evidenzia alcuni aspetti di rilievo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La necessità che lo strumento non consideri il solo elemento prezzo. Le previsioni di condizioni economiche fissate dall'AEEG deprime la spinta innovativa del venditore, promuovendo offerte a sconto sulla tariffa regolata. Ciò penalizza altri aspetti dell'offerta quali servizi a valore aggiunto in relazione alle esigenze dei diversi clienti.</li> <li>- La difficoltà per i venditori gas di avere informazioni sulle tariffe di distribuzione in vigore nei diversi ambiti in cui operano, dovuta all'alta frammentazione del settore limita le possibilità di formulare offerte di acquisire nuovi clienti, fungendo da barriera allo sviluppo del mercato. Per gli strumenti di confrontabilità ai venditori dovrebbe essere richiesto l'aggiornamento della sola parte commodity.</li> <li>- Il livello di concorrenza nel settore del gas è tuttora scarso; uno dei motivi è la scarsa consapevolezza dei clienti finali e la presenza di prezzi amministrati.</li> </ul> <p>Prima dell'implementazione degli strumenti di confronto è necessario che siano risolte le criticità descritte, in ogni caso segnala come più adatto il modello di tipo (c) (gestione da parte di un soggetto terzo), relativamente ai soli clienti domestici, in quanto i non domestici sono in grado di valutare autonomamente.</p> <p>Auspica la creazione di un apposito gruppo di lavoro anche per il settore gas.</p>
Federutility	<p>Condivide le finalità dell'AEEG tuttavia ritiene che il quadro regolatorio approntato disciplini già in maniera apprezzabile il comportamento dei venditori e quindi le necessità informative dei clienti finali. Auspica che ulteriori misure siano a partecipazione volontaria. Un servizio di comparazione efficiente costituisce già un incentivo alla partecipazione, come dimostrato nel modello austriaco. La complessità del sistema tariffario e dei meccanismi di funzionamento dei mercati dell'energia rendono poco leggibili le schematizzazioni delle offerte. Ritiene che di fatto gli strumenti già presenti in Italia forniscano informazioni già sufficienti ad orientarsi, tuttavia è importante attivare strumenti che aumentino la conoscenza dei mercati energetici.</p>
Sorgenia	<p>Non condivide la possibile introduzione di strumenti di comparazione, che non sarebbero significativi nell'attuale contesto, in cui i prezzi del mercato tutelato influenzano fortemente la formulazione di offerte.</p> <p>Ritiene opportuno un preventivo studio di fattibilità tecnico-economico per quantificare i costi/benefici derivanti, tenuto conto degli oneri operativi, gestionali ed economici che risulterebbero in capo ai venditori nel caso di partecipazione obbligatoria.</p> <p>Ritiene che gli esercenti attività commerciali/industriali siano in grado di valutare criticamente le offerte di vendita, senza l'ausilio di tali servizi.</p>

	<p>Il servizio deve esplicitare contestualmente all'esito della simulazione, in modo chiaro ed evidente, che i valori di spesa previsti si riferiscono ad un momento preciso e che il prodotto selezionato potrebbe determinare un livello di spesa diverso. Inoltre esistono elementi ulteriori, rispetto al prezzo, che possono determinare la scelta (ad esempio bonus in prodotti e/o servizi collaterali, prodotti per ridurre il consumo).</p>
--	--

## OSSERVAZIONI SPECIFICHE

**SR.1** *Si condivide l'individuazione delle caratteristiche dei modelli delineati o si ritiene di poter enucleare ulteriori modelli?*

Aiget	Esprime apprezzamento per la disamina degli strumenti di confrontabilità dei prezzi in funzione negli altri sistemi. Non condivide la valutazione circa la scarsa attendibilità delle iniziative private in tema di confrontabilità. In proposito il caso inglese appare di notevole interesse per limitare o poter addirittura escludere tale rischio. I limiti circa la completezza delle informazioni possono invece riguardare sia servizi attivati da privati che gestiti dal Regolatore. Il motore di calcolo è uno strumento dinamico, le difficoltà nell'aggiornamento dei dati che alimentano il sistema possono egualmente caratterizzare i differenti modelli.
Altroconsumo	Condivide l'individuazione dei modelli e delle loro criticità.
Anigas	Ritiene che i modelli delineati nel documento di ricognizione sono coerenti ed esaustivi rispetto alle finalità del servizio e pertanto non ne enuclea degli altri. Il sistema di confrontabilità delle offerte non può limitarsi ad una graduatoria redatta sulla base dello "sconto al metrocubo", ma dovrebbe anche considerare le qualità distintive delle offerte, dei servizi e del venditore.
Casa del consumatore	Condivide le caratteristiche individuate.
Confcommercio	Condivide le caratteristiche individuate.
Dalmine	Non condivide la valutazione circa la scarsa attendibilità delle iniziative private. Il caso inglese pare escludere tale rischio. I limiti riguardanti la completezza possono riguardare sia servizi privati che gestiti dal regolatore, (con particolare riguardo alla necessità di costante aggiornamento dei dati).
Endesa	Condivide.
Exergia	Condivide l'individuazione dei modelli e delle criticità.
Federutility	Ritiene l'analisi completa.
Verivox	Non sono identificabili altri modelli.

**SR.2** *Si condividono le criticità individuate per ciascuno dei modelli o si possono identificare criticità aggiuntive? Se sì, quali?*

Anigas	A prescindere dal modello di riferimento, sottolinea come
--------	---

	<p>particolarmente delicate le modalità e le tempistiche di aggiornamento delle singole offerte nello strumento di confronto, per quanto riguarda la riservatezza (comunicazione a terzi per il recepimento delle variazioni) e compatibilità commerciale (l'aggiornamento delle offerte dovrebbe garantire la concomitanza della visibilità nello strumento con il lancio sul mercato, senza necessitare di una "comunicazione dell'offerta con elevato anticipo, tenendo conto delle dinamiche aziendali di allestimento).</p>
Casa del Consumatore	<p>Ritiene che sia opportuno limitare la stima della spesa ad un orizzonte temporale in cui i prezzi rimangono invariati. Accanto allo strumento di comparazione è necessario fornire al cliente un set di altre informazioni sul mercato elettrico. Iniziative come il numero verde sulla liberalizzazione dovrebbero essere maggiormente pubblicizzate ed estese ad organismi privati ed indipendenti, sempre con il controllo degli operatori.</p> <p>L'intervento del Regolatore dovrebbe essere previsto per tutti i modelli, anche tramite la creazione di elenchi di soggetti idonei a prestare i servizi di assistenza al cliente e comparazione delle offerte. Preferibile è uno strumento di calcolo univoco per favorire la fiducia nei confronti del mercato elettrico.</p>
Endesa	<p>Condivide ed individua due ulteriori classi di criticità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la complessità di implementazione che rende indispensabile una valutazione costi/benefici;</li> <li>- il potenziale diverso impatto degli obblighi sugli operatori di minori dimensioni.</li> </ul>
Federutility	<p>Richiede di approfondire le implicazioni di ognuno in merito alla modalità di copertura dei costi e di valutare, rispetto ai diversi modelli, le condizioni di contesto in cui sono stati implementati ed i loro effetti.</p>
Verivox	<p>Individua le maggiori criticità per ciascun modello.</p> <p>Per il modello (a), gestito dal Regolatore, fa espresso riferimento all'esperienza del mercato danese e di quello austriaco, sottolineando però che questi due mercati sono molto piccoli e che perciò non presentano le stesse problematiche e le stesse complessità del mercato italiano. Ritiene che tale tipo di modello aumenti il rischio di offrire un servizio incompleto.</p> <p>Il Regolatore austriaco provvede solo al confronto del 90% delle offerte disponibili sul mercato. Ciò avviene ormai a distanza di sei anni dall'attivazione del servizio. Nonostante la normativa austriaca imponga a tutti i venditori di fornire al Regolatore l'aggiornamento dei prezzi, e di inviare in aggiunta ulteriori informazioni, di fatto alcuni venditori rimangono passivi e restii nel comunicare i propri aggiornamenti tariffari. In questi casi il Regolatore procede autonomamente all'inserimento dei dati mancanti senza purtroppo poter sempre garantire ai consumatori un panorama completo delle offerte effettivamente presenti sul mercato.</p> <p>Osserva che scopo primario di un servizio di comparazione tariffaria è quello di permettere ai consumatori di procedere ad un reale confronto di</p>

	<p>tutte le offerte di tutti i fornitori disponibili nel mercato della vendita al dettaglio: per questo occorrono massima precisione e tecnologie adeguate.</p> <p><b>Importanza di un servizio di assistenza e consulenza a completa disposizione dei consumatori</b></p> <p>Si considera indispensabile la creazione di un corposo call-center capace di crescere e di assecondare le continue esigenze di un mercato vasto come quello italiano. Spesso una struttura pubblica risulta sotto questo aspetto carente.</p> <p>Un buon servizio di comparazione tariffaria deve poter garantire ai consumatori la possibilità di risolvere immediatamente eventuali dubbi e perplessità sulle possibilità del mercato liberalizzato o sulle modalità di switching, tramite un servizio di assistenza sempre attivo durante la settimana e facilmente raggiungibile telefonicamente o via email.</p> <p>Il servizio deve essere facilmente raggiungibile soprattutto per via telefonica per permettere di usufruirne anche a quei consumatori non avvezzi alla consultazione di internet.</p> <p><b>Costi di struttura di un servizio pubblico.</b></p> <p>I costi di un servizio pubblico, apparentemente gratuito, si riversano indirettamente su tutti i consumatori, sia di quelli interessati alla comparazione sia di quelli che ignorano o non necessitano un tale servizio. La creazione di un servizio di comparazione comporterebbe molti costi: si pensi solo alla creazione di un sistema di calcolo, alla manutenzione quotidiana di una banca dati, alla formazione di personale per il call center, all'assunzione di informatici e di esperti nel settore. Il servizio privato invece si sobbarca per intero i costi strutturali garantendo comunque un servizio gratuito al consumatore finale.</p> <p><b>Burocrazia</b></p> <p>Un ultimo rischio che si potrebbe correre affidando la gestione del servizio di comparazione interamente al Regolatore è la lentezza nella ideazione dello stesso dovuta agli scogli burocratici da superare.</p> <p>I consumatori hanno bisogno di un intervento immediato nel mercato dell'energia elettrica; di chiarimenti e di informazioni e soprattutto di percepire i benefici e i vantaggi che derivano da un mercato liberalizzato. Per quanto riguarda i modelli (b) e (c) – gestiti da soggetti privati - non si ritiene di poter individuare rilevanti critiche.</p> <p>In riferimento al modello di tipo (b) si ritiene infatti che la coesistenza tra pubblico e privato possa funzionare senza problemi.</p> <p>Un'unica criticità potrebbe essere rappresentata dall'eventuale costo previsto per l'adesione.</p>
--	--

**SR.3** *In relazione al modello di tipo (a) quali sono le possibili motivazioni dei venditori contrarie all'implementazione di un servizio di comparazione gestito dal Regolatore o da un soggetto delegato?*

Aiget	Non individua motivazioni che possano far esprimere contro l'implementazione di un servizio di comparazione gestito dal Regolatore
-------	--

	o (meglio) da un soggetto delegato. Tale servizio di comparazione non deve tuttavia essere svolto in esclusiva, e prevedere sempre la volontarietà della partecipazione da parte dei venditori, che devono poter valutare i costi/benefici della partecipazione al sistema. Non sono infatti da sottovalutare gli adempimenti che richiederebbe l'alimentazione di un tale sistema laddove fosse previsto un obbligo di comunicazione delle caratteristiche delle offerte a carico ai venditori. A differenza degli operatori soggetti a regolazione tariffaria, e i cui adempimenti sono quindi esplicitamente remunerati, nel caso di soggetti operanti in segmenti liberi della filiera ogni ulteriore adempimento richiesto implica l'impiego di risorse altrimenti destinate ad attività a maggiore valore aggiunto.
Altroconsumo	-
Anigas	Un ostacolo all'implementazione del modello di tipo (a) potrebbe essere costituito dai costi di realizzazione e di manutenzione dello strumento (e la loro ripartizione tra gli attori del sistema gas con meccanismi per ora non noti) oltre alle citate motivazioni di riservatezza proprie dei casi di interazione con soggetti diversi dall'Autorità di cui alla risposta al punto precedente.
Casa del Consumatore	Probabilmente il timore che la propria offerta non venga correttamente interpretata, e si venga pertanto a creare un effetto fuorviante, oppure la volontà di non essere trasparenti o di non riuscire a competere con gli altri fornitori.
Dalmine	Non si riscontrano motivazioni contro l'implementazione di un servizio gestito dal Regolatore, purché questo non sia svolto in esclusiva e preveda una partecipazione volontaria dei venditori. Gli adempimenti richiesti sono infatti onerosi.
Endesa	Ritiene che nel settore elettrico esistano già sufficienti strumenti per il confronto delle offerte e che pertanto non debba essere implementato un sistema gestito dal Regolatore qualora questo comporti ulteriori obblighi a carico degli operatori.
Exergia	Non dovrebbero sussistere motivazioni dei venditori contrarie all'implementazione di un servizio di comparazione gestito dal Regolatore, se non quelle eventualmente legate alla obbligatorietà, con assoluta tempestività, degli elementi di aggiornamento. È necessario prevedere opportuni meccanismi che incentivino la collaborazione dei venditori, pensando all'introduzione di strumenti innovativi oltre a quelli delineati nel documento.
Federutility	Ritiene che i modelli di tipo (a) possono essere adatti a realtà in cui non sono disponibili altri strumenti di comparazione. Nella realtà italiana un sistema a partecipazione obbligatoria sarebbe troppo oneroso.

**SR.4** *In relazione al modello di tipo (a) si ritiene di poter individuare particolari incentivi con cui può essere incoraggiata la cooperazione da parte dei venditori?*

Aiget	Non ritiene possano o debbano essere individuati specifici incentivi. Esclusivamente la bontà del sistema dovrebbe far considerare preponderanti i benefici rispetto ai costi.
Altroconsumo	In un contesto come quello delineato dal modello (a), gli incentivi utilizzabili dal Regolatore possono essere i seguenti: 1. In primo luogo la trasparenza. Infatti, la pubblicazione delle proprie offerte in un modulo di calcolo gestito da terzi esprime una volontà di trasparenza e di possesso dei requisiti necessari per operare nel mercato in modo non lesivo della clientela finale. Oltre al vantaggio legato al proprio marchio, si evidenzia che un numero elevato di operatori che scelgono un comportamento trasparente è indice di un mercato a sua volta trasparente e quindi meritevole di fiducia nel suo complesso. Si può inoltre immaginare che nel futuro l'eventuale predisposizione di processi di <i>rating</i> delle società di vendita terrà in elevata considerazione la trasparenza dei comportamenti tenuti dalle società stesse; 2. Un ulteriore incentivo che deve essere messo in risalto è rappresentato dalla comunicazione della propria offerta alla clientela potenziale. È infatti importante sottolineare che, quanto più l'offerta è articolata, sia in termini di offerte commerciali, sia in termini di servizi aggiuntivi offerti ai clienti finali, tanto più sono necessari strumenti adatti a una divulgazione completa dell'offerta stessa. La descrizione delle esperienze degli altri Paesi europei, contenuta nel documento di ricognizione, permette di vedere che un modulo di calcolo con più gradi di approfondimento è un buono strumento per presentare un'offerta articolata; 3. Un ultimo incentivo è rappresentato dal fatto che un mercato trasparente e caratterizzato dalla possibilità di accedere a delle informazioni certe in modo semplice è sicuramente un mercato dinamico, in cui è possibile contendere la clientela e dove gli utenti finali sono disposti a prendere in considerazione la possibilità di cambiare il proprio fornitore. Tale incentivo è decisamente importante per tutte le Società di vendita che intendono rafforzare la propria presenza sui mercati energetici, o che si apprestano ad entrarvi per la prima volta.
Anigas	Per quanto riguarda il modello (a) ritiene che gli incentivi che potrebbero incoraggiare la cooperazione da parte dei venditori potrebbero essere la visibilità completa a tutti i fattori rilevanti di acquisto (e non solo alla componente economica), collegamenti (link) al sito del singolo venditore per consentire approfondimenti al consumatore/cliente e la non applicazione di sanzioni in caso di mancate comunicazioni.
Casa del Consumatore	La cooperazione dei venditori dovrebbe essere fortemente promossa se non addirittura imposta, pena l'applicazione di sanzioni. In ogni caso, quale forma di incentivazione, si potrebbe pensare alla pubblicazione di un elenco di fornitori "certificati" in termini di trasparenza dell'offerta commerciale presentata ai consumatori.
Dalmine	Esclusivamente la bontà del sistema può costituire un valido incentivo.
Verivox	Non solo in relazione al modello (a) ma a qualsiasi modello di comparazione ritiene che solo un servizio di confrontabilità che garantisca un panorama completo delle tariffe disponibili nel mercato,

	<p>puntualità e precisione nei dati e informazioni il più obiettive possibili, possa convincere i venditori a provvedere di propria iniziativa alla comunicazione delle proprie tariffe. Il fornitore deve veder soddisfatti nel servizio di comparazione anche propri interessi economici e deve avere l'impressione di assicurarsi attraverso il servizio maggiore notorietà e la possibilità di guadagnare nuovi clienti.</p> <p>La previsione di penalità e sanzioni da parte del Regolatore in caso di mancata collaborazione dei venditori nella comunicazione delle proprie tariffe sembra essere l'unica possibilità per ottenere collaborazione da parte dei venditori. In ogni caso è necessario imporre ai fornitori l'<u>obbligo di pubblicare</u> le proprie offerte, per assicurare trasparenza del mercato.</p>
--	--

**SR.5** *In relazione al modello di tipo (c) come può essere garantita l'indipendenza di tali soggetti? Quali sono i requisiti e le garanzie necessarie ad acquisire la fiducia da parte dei clienti finali?*

**SR.6** *In relazione al modello di tipo (c) come può essere garantita la completezza del servizio di comparazione dei prezzi (adesione del maggior numero possibile di venditori)? In relazione al modello di tipo (c) come può essere garantita l'affidabilità del calcolo?*

Aiget	<p>Nel caso di adozione del modello (c) l'iniziativa sull'implementazione del servizio è lasciata a soggetti terzi, che devono essere in un numero limitato e la loro indipendenza deve essere soggetta a un forte controllo da parte dell'Autorità che provvede ad accreditarli se non a certificarli. La fiducia dei consumatori/clienti finali verso lo strumento dovrebbe accrescersi non solo attraverso l'offerta di condizioni economiche favorevoli ma anche attraverso l'esposizione di altri elementi di valutazione (ad esempio i risultati di qualità commerciale raggiunti a fronte degli standard richiesti).</p> <p>Per garantire l'affidabilità del calcolo è necessario che i venditori abbiano la possibilità di condividere e di approvare le modalità con le quali le offerte vengono presentate.</p>
Altroconsumo	<p>L'indipendenza dei gestori privati di moduli di calcolo è garantita anzitutto dalle finalità del gestore stesso, indicate nello statuto che ne regola il funzionamento e dalla capacità di erogare autonomamente e professionalmente il servizio di comparazione. È inoltre importante la predisposizione di una struttura di requisiti da rispettare, inerenti le caratteristiche del soggetto stesso e il metodo di calcolo utilizzato. Tali requisiti dovrebbero essere controllati con continuità. La predisposizione di una serie di requisiti simili a quelli previsti nel Confidence Code e nella Confidence Code Guidance pubblicati da Energywatch per il Regno Unito, porterebbe sicuramente un elevato grado di fiducia da parte dei consumatori finali. L'attività di controllo dei requisiti stessi potrebbe</p>

	<p>essere svolta dall’Autorità per l’energia elettrica e il gas. Per garantire la completezza delle informazioni, l’Autorità dovrebbe in primo luogo porre in capo alle società di vendita e alle società di distribuzione, qualora non sia prevista la separazione societaria, l’obbligo di rendere disponibili all’Autorità stessa i dati necessari allo svolgimento delle comparazioni delle offerte. L’Autorità dovrebbe poi rendere accessibili tali dati agli altri gestori dei servizi di comparazione. Un altro incentivo tendente a massimizzare l’interesse delle società di vendita a fornire i dati relativi alla propria offerta commerciale ai gestori dei servizi di comparazione, è rappresentato dalla potenziale possibilità di effettuare switching da un fornitore di energia all’altro, direttamente dal sito del servizio di comparazione, come accade in numerose realtà europee rappresentate nel documento di ricognizione. D’altra parte bisogna riconoscere che nel contesto italiano bisognerebbe valutare attentamente la potenzialità di quest’ultimo incentivo, confrontandola con l’attitudine della clientela finale a concludere contratti di fornitura tramite Internet. In relazione alla garanzia di affidabilità del calcolo, si rimanda alle risposte ai quesiti sulle forme di controllo del servizio fornito.</p>
Casa del Consumatore	<p>Per garantire l’indipendenza dei soggetti preposti all’orientamento dell’utenza si dovrebbe vietare espressamente ogni forma di sovvenzione del servizio da parte di venditori nei confronti dei soggetti interessati, sia sotto forma di finanziamento che, a maggior ragione, sotto forma di provvigione per contratto concluso. Ritiene preferibile, in ogni caso, evitare che i venditori corrispondano provvigioni anche a seguito della stipula di contratti direttamente tramite lo strumento di calcolo.</p> <p>L’adesione dovrebbe essere resa obbligatoria almeno per quanto riguarda la comparazione delle offerte per l’utenza domestica. L’adesione ad un servizio di comparazione offerte consentirebbe maggiore visibilità ai vari venditori, come dimostra l’elevato numero di calcoli effettuati con gli strumenti comparativi in vari paesi della UE, e consentirebbe inoltre all’utenza di acquisire maggiore dimestichezza con il mercato elettrico liberalizzato. Entrambi questi aspetti sono favorevoli tanto all’utente finale quanto ai fornitori.</p>
Confcommercio	<p>Ritiene che i poteri conferiti all’AEEG dalla legge consentano di esercitare il controllo sulla corrispondenza tra le offerte pubblicizzate e i prezzi praticati sul mercato.</p>
Endesa	<p>Indipendenza, completezza e affidabilità possono essere garantiti con un sistema di accreditamento e controllo sulla falsariga dell’esperienza inglese. Il ruolo del Regolatore è la consultazione e la successiva deliberazione di linee guida per un Confidence Code.</p>
Exergia	<p>Ritiene che l’esperienza del Regno Unito illustrata sia da tenere in preminente considerazione. L’adesione dei venditori, seppur su base volontaria, deve essere considerata positivamente, così come la segnalazione come affidabili da parte di Energywatch dei siti di comparazione che volontariamente aderiscono al Confidence Code. Una organizzazione simile potrebbe essere attuata anche nel nostro Paese.</p>

	<p>I requisiti e le garanzie necessarie ad acquisire la fiducia da parte dei clienti finali sono, a titolo di esempio: la solidità finanziaria, la tempestività degli interventi, la tempestività nelle risposte a richieste, la correttezza di comportamento, l'eccellenza percepita nello svolgimento dell'attività, la visibilità nel panorama del settore, l'educazione attuata nei rapporti, la competitività delle tariffe proposte, i servizi aggiuntivi alla fornitura.</p> <p>La completezza del servizio di comparazione dei prezzi, intesa come adesione del maggior numero possibile di venditori, potrebbe essere garantita con la presenza/attuazione di un elenco/albo simile all'attuale l'elenco dei venditori per clienti domestici e non domestici in bassa tensione. Gli aderenti ad esso hanno già fatto avere al Regolatore tutti gli elementi di "serietà" che tutelano, teoricamente e potenzialmente, la clientela: si tratterebbe di pensare ad una ulteriore azione di consolidamento di tale elenco a guisa di rendere lo stesso "istituzionale". L'affidabilità del calcolo può essere garantita da controlli, periodici e sistematici, da parte dell'Autorità. Ciò potrebbe essere attuato con "trasferimento" in tempo reale degli elementi del motore di calcolo dei singoli venditori ad un centro di "convergenza" presso l'Autorità stessa, che ne avrebbe quindi immediata conoscenza e agibilità.</p>
Federutility	<p>Ritiene utile il riferimento al caso inglese. La strutturazione britannica consente di garantire l'indipendenza dei soggetti deputati al monitoraggio del meccanismo e di garantire il cliente finale in termini di affidabilità delle informazioni e completezza del servizio. Un meccanismo privatistico-volontario consente una maggiore articolazione dei contenuti e delle funzioni per la comparazione, mentre i sistemi obbligatori si configurano come più standardizzati e rigidi.</p>
Verivox	<p>Ritiene che il modello di tipo (c) riesca a garantire indipendenza e ad acquisire e mantenere la fiducia dei consumatori.</p> <p>Per garantire una completa indipendenza del servizio privato i soci/proprietari del gestore del servizio di comparazione devono rimanere estranei rispetto agli interessi che definiscono l'economia del mercato energetico.</p> <p>Non deve insorgere alcun conflitto di interesse tra il servizio fornito dalla società di comparazione ed eventuali interessi economici o politici.</p> <p>Il gestore privato deve trattare con imparzialità i fornitori di energia. Pur finanziandosi attraverso provvigioni ricevute dai venditori-partner, deve mantenere un forte interesse a non farsi influenzare da questi ultimi. Per questo è necessario rendere noto e pubblicare sul sito l'elenco dei cosiddetti partner, cioè di quei venditori da cui riceve commissioni. Il motore di calcolo della spesa annuale dell'energia elettrica e del gas, deve basarsi esclusivamente sui dati reali disponibili sul mercato, a beneficio del consumatore.</p> <p><i>Trasparenza e certezza del servizio</i></p> <p>Trasparenza e neutralità del servizio sono garantite dal costante monitoraggio del servizio di comparazione da parte degli stessi protagonisti del mercato energetico. Tutti gli attori hanno interesse nel</p>

	<p>vedersi correttamente rappresentati dal motore di calcolo. I fornitori esigono correttezza nella pubblicazione delle proprie tariffe e dei dati che riguardano i loro servizi e i loro prodotti. I consumatori esigono un servizio preciso ed efficiente. Le associazioni dei consumatori, lavorando al servizio del consumatore, pretendono di veder garantiti i diritti dei consumatori attraverso un servizio trasparente.</p> <p>Il servizio dovrà essere capace di trasmettere al consumatore affidabilità, credibilità e convenienza. Lo scopo di un servizio di confronto è quello di essere il più completo possibile e quindi di poter comparare tutte le tariffe disponibili sul mercato per dare la possibilità al cliente finale di scegliere consapevolmente l'offerta più adatta alle proprie esigenze domestiche. La completezza del servizio sarà garantita grazie all'aggiornamento costante e preciso delle tariffe presenti nella banca dati, che avviene attraverso la comunicazione delle tariffe da parte dei fornitori oppure attraverso la consultazione delle pagine web degli stessi. L'implementazione e manutenzione di un calcolatore tariffario comporta accurati studi del mercato energetico, particolareggiate analisi della struttura elettrica e del gas e soprattutto informatici competenti che riescono a trasformare ogni singola componente tariffaria in una formula matematica per calcolare con precisione la spesa annuale elettrica.</p>
--	--

**SR.7** *In relazione al modello di tipo (c) quali sono le forme di controllo che è necessario implementare? Quale ruolo dovrebbe avere il Regolatore?*

Altroconsumo	I gestori privati di servizi di comparazione dovrebbero rendere disponibili in modo trasparente delle schede di qualità in cui si descrivono le caratteristiche del gestore e del servizio. Potrebbe trattarsi di una <i>check-list</i> su una serie di requisiti simili a quelli stabiliti dal <i>Confidence Code</i> di Energywatch. Il regolatore dovrebbe avere la funzione di controllo dei requisiti.
Casa del Consumatore	Potrebbe essere percorribile una soluzione come quella dei Paesi Bassi, in cui il Regolatore eserciti un controllo annuale sulla completezza, accuratezza, trasparenza ed indipendenza del servizio, ovvero potrebbero essere regolamentate con precisione le modalità del servizio ed i requisiti dell'algoritmo di calcolo, o potrebbe anche essere imposto un algoritmo di calcolo sviluppato dal medesimo Regolatore, così come succede in Austria. Inoltre, potrebbe essere creato un elenco di soggetti preposti a tale servizio, che rispondano a determinati requisiti di indipendenza e competenza.
Exergia	Le forme di controllo che è necessario implementare potrebbero essere: sulle tariffe proposte, sulla regolarità ed esattezza del calcolo della spesa annua e del risparmio conseguente, sulla completezza dei calcoli, sulla attendibilità delle informazioni comunque fornite, sulle modalità e contenuti e comprensibilità dell'indicizzazione.

	Il Regolatore dovrebbe comunque avere un ruolo preminente ed essenziale.
Federutility	Il Regolatore può partecipare alla definizione del Codice di Condotta e monitorare annualmente i risultati prodotti dal sistema.
Verivox	<p>Ritiene che la principale forma di controllo consista nel costante monitoraggio del servizio di comparazione da parte degli stessi protagonisti del mercato. Gli stessi consumatori, venditori, associazioni di consumatori, nonché il Regolatore controllano che il gestore garantisca la trasparenza del servizio, la correttezza dei dati pubblicati, lealtà nei rapporti con gli altri protagonisti del mercato. È infatti interesse di tutti gli attori del mercato veder rappresentati correttamente i propri interessi. Il gestore privato considera indispensabile la collaborazione fornita dagli stessi consumatori.</p> <p>In caso di scorrettezza nella gestione delle informazioni, manipolazione e alterazione dei dati e delle tariffe, parzialità nei rapporti con i venditori, agevolazione di alcuni venditori piuttosto che altri, l'intero mercato farebbe in modo di rendere impossibile il proseguimento di un servizio sleale. La perdita di stima e credibilità corrisponderebbe alla rovina e alla fine dello stesso portale.</p> <p>Anche il Regolatore dovrà denunciare un eventuale comportamento sleale da parte del gestore privato.</p>

**SR.8** *In relazione al modello di tipo (b) è preferibile che esistano forme di controllo anche sui servizi offerti da servizi privati? Se sì, quali?*

Aiget	<p>Ritiene l'esempio inglese di indubbia efficacia e che un adattamento del Confidence Code al sistema italiano sia la migliore soluzione di intervento ex ante operabile dal Regolatore in tema di implementazione di strumenti di confrontabilità.</p> <p>Come nel caso della scheda di confrontabilità delle offerte allegata al Codice di Condotta per la vendita di energia elettrica, il regolatore potrebbe svolgere un ruolo fondamentale nella redazione di un Confidence Code in collaborazione con le associazioni di settore.</p>
Casa del Consumatore	Sì, come per la risposta allo spunto precedente.
Dalmine	Ritiene che il modello inglese sia il più efficace, abbinato ad uno strumento come il Confidence Code, da implementare a cura del Regolatore in collaborazione con le associazioni di settore.
Exergia	In relazione al modello di tipo (b) si ritiene preferibile l'attuazione di forme di controllo anche sui servizi offerti da servizi privati.
Verivox	In relazione al modello di tipo (b) in cui coesistono Regolatore e gestore privato, è più che plausibile la previsione di forme di controllo da parte del Regolatore sui servizi offerti dai privati per garantire la trasparenza delle informazioni ai consumatori. Dovrebbe prendersi ad esempio il modello inglese, dove il Regolatore fissa determinati criteri e requisiti a

	cui il gestore privato deve attenersi. Il Regolatore dovrebbe quindi provvedere ad un controllo annuale sulla completezza, trasparenza e indipendenza del servizio.
--	---

**SR.9** *Quali difficoltà possono essere riscontrate per l'implementazione di servizi di comparazione rivolti anche ai clienti non domestici?*

Aiget	Si ritiene che per clienti appartenenti differenti classi di consumo sussista una differente volontà e capacità di approfondimento delle caratteristiche delle offerte. Per ridurre i margini di inaffidabilità/incompletezza, si ritiene preferibile un sistema rivolto ai clienti finali domestici. Ciò consentirebbe di coniugare semplicità e tutela della categoria di soggetti che non acquisiscono energia nell'ambito della propria attività professionale e che si ritengono quindi meritevoli di protezione. Iniziative che riguardano altre categorie di consumatori dovrebbero essere invece sempre lasciate alla libera iniziativa, incentivando anche un ruolo attivo da parte delle associazioni rappresentative delle categorie.
Anigas	Ritiene che le offerte rivolte ai clienti non domestici hanno un contenuto ad elevato livello di personalizzazione; questa tipologia di offerta è pertanto difficilmente standardizzabile in elementi di confronto. Inoltre, i segmenti di mercato non domestico avendo maggior autonomia di analisi, privilegiano la formulazione di offerte commerciali ad hoc, pensate in relazione alle loro esigenze. Non si ritiene pertanto che l'utilizzo dello strumento di confrontabilità delle offerte debba essere esteso al segmento non domestico.
Casa del Consumatore	Auspica che l'utilizzo di sistemi di comparazione delle offerte possa essere esteso anche ad utenti non domestici i cui consumi annuali in kWh ricadano al di sotto di determinate soglie. Infatti molti fornitori standardizzano la loro offerta anche per utenti non domestici con soglie di consumo ben superiori ai 100.000 kWh annui, e quindi non sempre questa utenza finale accede ad offerta personalizzate da parte dei fornitori elettrici. In molti casi tale cliente non ha ancora maturato la necessaria competenza per la valutazione delle offerte, e si trova pertanto nelle medesime condizioni di vulnerabilità dell'utente domestico.
Confcommercio	Propone di implementare il servizio per tutte le offerte rivolte ad imprese con consumi annui al di sotto di 500.000 kWh per l'energia elettrica (anche se in media tensione) e 40.000 mc per il gas. Soglie più elevate rischiano di limitare offerte più personalizzate.
Confcommercio/ Confartigianato/ CNA/Confapi/ Confesercenti/ Confagricoltura	Ritengono di assoluta importanza che il servizio che si andrà a predisporre debba essere rivolto anche in favore delle imprese. In particolar modo si propone di implementare tale servizio per tutte le offerte che si rivolgono ad imprese con consumi annui al di sotto di: - 500.000 kWh per l'elettricità; - 40.000 m3 per il gas.

	Soglie più elevate rischiano di limitare, a svantaggio dello stesso mercato, le politiche di offerta personalizzate di quei grossisti che mirano ad acquisire clienti di più ridotte dimensione. Contrariamente soglie più ridotte, quali ad esempio 100.000 kWh per l'energia elettrica, non consentirebbero di estendere questo servizio anche a gran parte dei clienti in media tensione. Per le imprese con consumi più elevati risulterebbe utile costituire un <i>benchmark</i> ufficiale di riferimento in modo tale da comparare le offerte indicizzate e avere sempre la percezione del costo dei combustibili in un determinato momento.
Dalmine	Ritiene preferibile un sistema rivolto ai soli clienti domestici. Ciò consente di coniugare semplicità e tutela della categoria di soggetti maggiormente meritevoli di protezione. Per altre categorie di clienti, a parte i limiti di impiego a causa delle differenti esigenze, l'implementazione di strumenti analoghi va lasciata alla libera iniziativa, incentivando anche un ruolo attivo da parte delle associazioni rappresentative.
Endesa	Ritiene che la complessità e gli scarsi benefici non rendano opportuna l'estensione ai clienti non domestici.
Exergia	Ritiene che il servizio rivolto anche a clienti non domestici in bassa tensione al di sotto a una certa soglia di consumo o di tensione, non dovrebbe comportare, in sede di implementazione, sostanziali difficoltà.
Federutility	La possibilità di standardizzare offerte commerciali per clienti non domestici è molto limitata e non favorisce il cliente finale che desidera un'offerta personalizzata. Ritiene che strumenti di confronto ad adesione volontaria potrebbero spingere i venditori ad articolare servizi di comparazione ulteriori rispetto ai minimali richiesti ed offrire possibilità di confronto maggiori su offerte destinate anche al mercato non domestico.
Verivox	I clienti non domestici si distinguono in clienti alimentati in bassa tensione e le grandi industrie con consumi più elevati. Per i primi la comparazione tariffaria non presenterà particolari difficoltà e potrà essere strutturata come per i clienti domestici: per il calcolo della spesa annua si richiederà l'inserimento del codice di avviamento postale, del consumo annuo e della potenza installata. Per i secondi la più grossa difficoltà si riscontra nella sostanziale impossibilità di rappresentare questo tipo di mercato nella sua completezza. Nella maggior parte dei casi gli stessi venditori propongono tariffe personalizzate e adattate alle particolari esigenze del cliente finale.

**SR.10** *Quali sono i dati fondamentali che il cliente deve inserire nel motore di calcolo al fine di ottenere una comparazione completa ed attendibile?*

Altroconsumo	I dati fondamentali che l'utente del servizio dovrebbe inserire sono i seguenti: - strumento identificativo dell'ubicazione della fornitura;
--------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- consumo annuo. Nel caso dell'energia elettrica è bene anche specificare la suddivisione nelle diverse fasce orarie della giornata;</li> <li>- per quanto riguarda il gas è inoltre necessario specificare la tipologia di utilizzo del gas;</li> <li>- potenza elettrica installata;</li> <li>- caratteristiche dell'utenza: residente/non residente;</li> <li>- l'indicazione dell'attuale fornitore (può essere utile nel caso in cui la conoscenza di tale dato sia necessaria a evidenziare eventuali vincoli di all'attivazione di offerte presenti sul mercato).</li> </ul>
Anigas	Se lo strumento è destinato esclusivamente al mercato domestico è necessario limitare i dati da inserire nel motore di calcolo; in prima analisi si ritengono essenziali dati quali località, consumo annuo e tipologia di utilizzo.
Casa del Consumatore	I dati da inserire dovrebbero essere: consumo stimato mensile o bimestrale (eventualmente suddiviso per fasce o peak off peak letto sulla fattura del precedente fornitore), tensione (bassa o media), opzione tariffaria, metodo di pagamento preferito, preferenza prezzo fisso oppure indicizzato, regime IVA cliente, comune di residenza.
Exergia	I dati fondamentali che il cliente dovrebbe inserire nel motore di calcolo al fine di ottenere una comparazione il più possibile completa ed attendibile si ritiene possano essere: <ul style="list-style-type: none"> <li>- il codice postale</li> <li>- il consumo annuo eventualmente suddiviso per periodo temporale</li> <li>- la tipologia di contratto: a prezzo fisso o variabile</li> <li>- la modalità di pagamento preferita.</li> </ul>
Federutility	I dati da inserire sono quelli già individuati nel documento di ricognizione. Molto rilevante l'area dove è ubicato il cliente per l'esecuzione del calcolo relativo alle tariffe regolate del distributore.
Verivox	Per ottenere agevolmente una lista delle offerte dei diversi fornitori disponibili nella propria zona (o presenti sul mercato) si ritiene sufficiente dover indicare per quanto riguarda l'energia elettrica: il codice di avviamento postale, il proprio consumo annuo e infine la potenza installata. Per quanto riguarda il gas sarà necessario inserire altri elementi: il codice di avviamento postale, la società di distribuzione, i valori dei parametri M e PCS, la tipologia della fornitura del gas (cottura cibi/produzione acqua calda con o senza riscaldamento individuale). Per ottenere un calcolo più dettagliato, il motore di calcolo potrebbe richiedere l'inserimento di ulteriori dati. Per esempio di scegliere il metodo di pagamento, la durata del contratto, un prezzo bloccato per un determinato periodo, una opzione <i>dual fuel</i> , la scelta della fonte di energia preferita (rinnovabile o fossile), si richiede di indicare la ripartizione del consumo nel corso della giornata, o di leggere le valutazioni sui servizi offerti dai fornitori. Per qualsiasi altra informazione riguardante per esempio eventuali sconti e buoni previsti dalla singola tariffa sarà sufficiente rimandare alla consultazione di

	<p>apposite finestre. Un glossario per la comprensione della terminologia dovrà sempre essere disponibile. Il servizio dovrà garantire assistenza capace di risolvere ogni dubbio e curiosità del consumatore sul funzionamento del motore di calcolo.</p> <p>Il calcolo finale della bolletta elettrica e del gas dovrà infine tener conto delle imposte e dell'I.V.A. per generare la spesa esatta.</p>
--	---

**SR.11** *Quali sono i requisiti del servizio che possono agevolare la fruibilità da parte dei clienti finali ?*

Aiget	Se, come suggerito, il servizio venisse rivolto ai soli clienti domestici, la principale caratteristica dovrebbe essere la semplicità di utilizzo. Infatti, in relazione alla diversa volontà di approfondimento delle caratteristiche delle offerte, non crediamo sia agevole prevedere requisiti per una fruibilità generalizzata.
Altroconsumo	Il primo requisito essenziale è rappresentato dalla facilità di accesso al modulo di calcolo, anche grazie all'attivazione di un servizio telefonico a favore di coloro che non hanno la possibilità di connettersi a Internet. In secondo luogo è necessario trovare il giusto equilibrio tra completezza delle informazioni nell'inserimento del profilo di consumo e velocità e semplicità dell'inserimento stesso. Le informazioni da inserire devono essere infatti di facile reperimento e l'inserimento dei dati deve avvenire in un tempo ragionevole.
Anigas	Ritiene che per agevolare la fruibilità del servizio da parte del consumatore/cliente questo debba essere gratuito, facilmente accessibile, <i>user-friendly</i> , avere tempi rapidi di risposta ed un risultato di calcolo affidabile e confrontabile con quello rilevabile sul documento di fatturazione.
Casa del Consumatore	Occorre consentire varie modalità di accesso al sistema, tramite internet, posta elettronica, numeri verdi di associazioni di consumatori interessate a prestare questo tipo di servizio, eventuali sportelli dell'energia pubblici o privati. Sarebbe inoltre necessario dare un'ampia risonanza al servizio, tramite comunicati stampa oppure spot radiofonici o televisivi.
Dalmine	Nel caso di strumento rivolto ai soli clienti domestici la principale caratteristica è la semplicità di utilizzo.
Exergia	La fruibilità da parte dei clienti finali può, essere agevolata da: <ul style="list-style-type: none"> <li>- facilità di accesso</li> <li>- semplicità dei dati da inserire;</li> <li>- semplicità di utilizzo.</li> </ul>
Verivox	Il servizio <i>online</i> dovrà offrire molti strumenti (finestre, pop-up e hyperlink e un buon glossario) per permettere al consumatore di navigare con maggior intuizione nel sito internet. Considerata la complessità del mercato elettrico e del gas, il consumatore si troverà nella maggior parte dei casi spaesato e privo di un sufficiente

	<p>bagaglio informativo per affrontare consapevolmente una scelta corretta capace di soddisfare pienamente le sue esigenze. Il portale dovrà quindi garantire esaurienti informazioni e spiegazioni sul mercato energetico. Spesso le spiegazioni fornite on line non saranno ritenute sufficienti perciò il servizio dovrà garantire un team di esperti raggiungibile via e-mail, via posta e via telefono preparato a rispondere a domande, richieste, perplessità del consumatore. Tale servizio dovrà essere fruibile durante la settimana e possibilmente anche al sabato e ovviamente dovrà offrire competenza e disponibilità.</p>
--	---

**SR.12** *Quali sono le principali informazioni che il cliente deve ricevere tramite il servizio di comparazione e con quale livello di approfondimento?*

Altroconsumo	<p>L'utente dovrebbe visualizzare anzitutto le informazioni relative a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- spesa complessiva annua, comprensiva delle imposte;</li> <li>- risparmio o incremento di spesa rispetto all'offerta utilizzata come riferimento (il modulo di calcolo sviluppato da Altroconsumo usa come riferimento la tariffa prevista dall'Autorità per il servizio di maggior tutela);</li> <li>- esistenza di clausole contrattuali o condizioni particolari necessarie all'attivazione dell'offerta;</li> <li>- esistenza di sconti e/o bonus;</li> <li>- indicazione del fatto che si tratti di una tariffa che prevede la fornitura di energia verde certificata;</li> <li>- per ogni Società di vendita, devono essere fornite informazioni sul mix produttivo e sugli eventuali servizi aggiuntivi offerti alla clientela finale.</li> </ul> <p>È possibile inoltre prevedere un livello di approfondimento ulteriore, tale che l'utente, attraverso l'apertura di finestre, possa reperire informazioni relative ai diversi aspetti dell'offerta. È necessario quindi implementare una scheda per ogni contratto, che fornisca informazioni dettagliate circa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la durata del contratto e le modalità di recesso;</li> <li>- le caratteristiche del contratto; in particolare è opportuno indicare se si tratta di un contratto che prevede il prezzo fisso o il prezzo variabile e le clausole più importanti;</li> <li>- il mix produttivo;</li> <li>- gli eventuali servizi aggiuntivi offerti alla clientela finale.</li> </ul>
Anigas	<p>Il cliente necessita di informazioni sugli operatori, sul prezzo, sulle condizioni di fornitura e di pagamento, sulla qualità del servizio e sulle eventuali iniziative promozionali e di fidelizzazione legate alle offerte, affinché sia in grado di effettuare la scelta che ritiene più adatta a soddisfare le sue esigenze.</p>
Casa del Consumatore	<p>Stima della spesa mensile per la fornitura di energia elettrica, suddivisa in materia prima, trasporto, oneri passanti, imposte ed IVA, durata contrattuale, recesso, ripensamento e disdetta, modalità per il cambio del</p>

	<p>fornitore, enti da avvisare in caso di malfunzionamento o guasto della rete elettrica o del misuratore. Il programma di calcolo potrebbe poi contenere un link al sito dell'AEEG in modo che l'utente possa facilmente ricavare le informazioni di interesse con diversi livelli di approfondimento, nonché i riferimenti dei venditori, in modo da poterli contattare.</p>
Confcommercio	<p>Le informazioni minime obbligatorie sono: prezzo energia, prezzo dispacciamento, valorizzazione del costo delle perdite di rete, componenti che incidono sul consumo di energia (CO2, UC1, ecc), costo annuo presunto, per la sola voce energia, in base al consumo dell'anno precedente. Per il gas è sufficiente: materia prima e corrispettivi variabili di commercializzazione e vendita al dettaglio. Il cliente deve poter stimare il costo che sosterrà nell'anno successivo per la fornitura energetica al netto di imposte ed oneri che non dipendono direttamente dal venditore.</p>
Confcommercio/ Confartigianato/ CNA/Confapi/ Confesercenti/ Confagricoltura	<p>Il servizio di confrontabilità specifico del settore elettrico, differenziabile per bassa tensione e media tensione e quindi per fasce orarie e non, dovrebbe contenere le seguenti informazioni minime obbligatorie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezzo energia (PE);</li> <li>- prezzo dispacciamento (PD);</li> <li>- valorizzazione del costo delle perdite di rete;</li> <li>- indicazioni di tutte le componenti che in maniera variabile e a discrezione del venditore incidono sul consumo di energia (UC1 – CO2 – PPE);</li> <li>- costo annuo presunto, per la sola voce energia, calcolato sulla base del consumo dell'anno precedente.</li> </ul> <p>Per il gas è sufficiente indicare il costo della materia prima e i corrispettivi variabili di commercializzazione e vendita al dettaglio. Si ritiene infatti che il cliente debba essere posto nella condizione di stimare per l'anno al quale si riferisce l'offerta, sulla base dei consumi dell'anno precedente, il costo che sosterrà per l'erogazione della fornitura energetica (gas ed elettricità) al netto di imposte e oneri di altro tipo che non dipendono direttamente dal venditore di energia.</p>
Exergia	<p>Si ritiene che le principali informazioni che il cliente si attende di ricevere tramite il servizio di comparazione siano: informazioni quanto più possibile trasparenti ed esatte sui prezzi e sulle tariffe vigenti con possibilità di poter scegliere con immediatezza l'offerta risultante più conveniente. Per quanto riguarda il livello di approfondimento, esso deve risultare adeguatamente "contenuto".</p>
Federutility	<p>Ritiene che per generare informazioni aggiuntive rispetto a quelle che gli strumenti della regolazione in vigore già consentono, è necessario che il sistema sia simile al sistema adottato nel Regno Unito.</p>
Verivox	<p>Il cliente deve ricevere innanzitutto informazioni circa i vantaggi scaturenti da un mercato liberalizzato e dallo switching, che può concretizzarsi in un risparmio rispetto alla tariffa con il vecchio fornitore o nella scelta di un mix di approvvigionamento di energia prodotta da fonti rinnovabili. Il cliente dovrà senz'altro ottenere tramite il servizio di</p>

	<p>comparazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- il calcolo della spesa annuale (elettrica o del gas);</li> <li>- il risparmio effettivo rispetto alla vecchia tariffa;</li> <li>- il mix di approvvigionamento dell'energia fornita;</li> <li>- il profilo del venditore scelto;</li> <li>- il profilo della tariffa scelta (sconti e buoni);</li> <li>- la durata del contratto;</li> <li>- il metodo di pagamento;</li> <li>- suggerimenti in tema di uso razionale dell'energia.</li> </ul> <p>La descrizione dell'offerta dovrà essere di facile comprensione e non troppo dettagliata. Nel caso in cui il cliente sia interessato ad ottenere un maggior approfondimento potrà consultare altre pagine del sito che propongono spiegazioni più dettagliate.</p>
--	--

**SR.13** Con quali modalità il cliente finale deve essere avvisato circa i limiti del servizio o i possibili errori?

Aiget	Principalmente tramite un chiaro <i>disclaimer</i> che avvisi circa la possibilità che le informazioni contenute sono comunque soggette a continui cambiamenti. Per tale motivo non dovrebbe essere previsto alcun profilo di responsabilità circa le informazioni restituite dal soggetto che gestisce il servizio.
Altroconsumo	Il modulo di calcolo deve indicare nella pagina iniziale e/o nella pagina dei risultati, che i risultati stessi sono delle stime elaborate sulla base delle informazioni inserite dall'utente e sulla base delle ipotesi assunte nel calcolo della spesa.
Anigas	Apposite comunicazioni circa l'affidabilità dei calcoli ed i limiti del confronto tra le offerte, la variabilità o meno insita nelle stesse ed i termini di validità devono accompagnare i risultati del confronto.
Casa del Consumatore	Con messaggi contenuti nei medesimi programmi di calcolo comparativo.
Dalmine	Tramite <i>disclaimer</i> che avvisi circa la possibilità che le informazioni cambino in relazione agli aggiornamenti. Nessuna responsabilità in proposito va in imputata a chi gestisce il servizio.
Exergia	<p>Si ritiene di utilità che l'avvio del servizio debba essere portato a conoscenza del cliente finale a mezzo di un atto promozionale/informativo attivato con un obbligo dell'Autorità verso le imprese distributrici competenti per territorio, ed anche con una notazione da parte dei soggetti, venditori – imprese distributrici, che emettono le bollette, sulle bollette medesime.</p> <p>Congiuntamente all'informativa dell'avvio della disponibilità del servizio, potrebbe essere inserita un'annotazione con la quale il cliente finale viene anche informato in merito alle modalità, ai limiti del servizio nonché sui possibili errori.</p>

Federutility	Oltre all'inevitabile staticità dell'informazione fornita occorre consentire di ampliare la confrontabilità ad aspetti diversi dal prezzo del servizio, di carattere qualitativo.
Verivox	Ritiene opportuno che il cliente, attraverso una finestra dedicata per esempio alle condizioni di utilizzo, sia avvisato che, nonostante l'aggiornamento e il monitoraggio costante delle notizie e delle informazioni potrà sempre presentarsi l'eventualità di un minimo margine di errore. Per esempio il portale tedesco è ormai capace di confrontare oltre 15.000 tariffe e nonostante il grosso impegno rivolto a garantire la massima funzionalità del calcolo della spesa elettrica e del gas annua e soprattutto la rispondenza al vero dei dati, è sempre in agguato la possibilità di compiere piccoli errori. In questi rari casi sono gli stessi venditori e gli stessi consumatori che con una breve comunicazione via email o per telefono prontamente indicano al gestore l'errore da correggere.

**SR.14** *Quali sono i possibili benefici e quali i potenziali effetti negativi dell'implementazione di servizi di comparazione dei prezzi per l'energia elettrica e per il gas?*

Aiget	I potenziali benefici sono evidentemente connessi all'incentivo che tali misure rappresentano in termini di incremento del numero di <i>switch</i> . Come espresso in premessa, il potenziale effetto negativo concerne invece la limitatezza di un confronto che prescinde da altre caratteristiche dell'offerta, difficilmente misurabili ma spesso altrettanto importanti per il cliente nella fornitura di prodotti energetici. Non comprende come elementi qualitativi possano essere valorizzati.
Altroconsumo	I benefici derivanti dall'implementazione di tali servizi sono rappresentati dalla maggiore quantità di informazioni relative ai mercati energetici, messe a disposizione degli utenti finali. Laddove il servizio è erogato in condizioni di indipendenza e professionalità, non si riscontrano effetti negativi potenziali legati all'implementazione di tali moduli di calcolo.
Anigas	La liberalizzazione del mercato fa sì che le tipologie di offerte possano moltiplicarsi e distinguersi per contenuti, tra i quali il prezzo è solo una delle variabili utili per il confronto, che, se fosse ad esso limitato, sarebbe superficiale e incompleta. Il rischio da evitare è che l'implementazione di un tale sistema limiti la capacità propositiva dei venditori, non valorizzando adeguatamente offerte dai contenuti innovativi. Inoltre la quota vendita (per le motivazioni della risposta al punto SR15) rischia di restare l'unico elemento preso in considerazione dagli operatori nella formulazione delle proprie offerte commerciali. Infine l'impossibilità di valorizzare ed evidenziare il livello di servizio

	garantito dalle offerte e dai diversi venditori potrebbe ridurre la valutazione e la scelta del consumatore/cliente finale ad un mero calcolo di convenienza economica, peraltro non sempre certa.
Casa del Consumatore	<p>Potenziati benefici dell'introduzione di tali servizi sono connessi alla diffusione della cultura della liberalizzazione del mercato elettrico; significativa in tal senso l'esperienza dei Paesi Bassi, che in soli tre anni dall'avvio della piena liberalizzazione, ha sperimentato una percentuale pari al 52% dei consumatori che hanno cambiato fornitore elettrico avvalendosi di un sistema di comparazione delle offerte.</p> <p>I potenziali effetti negativi potrebbero manifestarsi laddove tali strumenti vengano esercitati o peggio ancora sviluppati in maniera non corretta da soggetti improvvisati, sprovvisti della necessaria competenza del settore elettrico, con l'effetto di fornire ai consumatori informazioni fuorvianti o false. Tali strumenti dovrebbero essere sviluppati o perlomeno controllati dal Regolatore e forniti ai soggetti interessati ad effettuare il servizio.</p>
Dalmine	I benefici sono connessi all'incentivo in termini di incremento del numero di switching. Il potenziale negativo concerne la limitatezza del confronto che prescinde da caratteristiche dell'offerta qualitative e perciò non misurabili.
Endesa	Per stabilirli è necessaria un'accurata indagine costi/benefici.
Exergia	Si ravvisano solamente effetti positivi per il cliente finale ed anche, se il percorso è attivato positivamente, per il venditore.
Verivox	<p>I benefici dell'implementazione di servizi di comparazione dei prezzi si possono riassumere come segue:</p> <p>1. <i>Molteplicità di tariffe.</i>  Il consumatore dal primo luglio 2007 si è trovato potenzialmente di fronte a una molteplicità di offerte. Il servizio di comparazione dei prezzi è un aiuto molto importante per orientarsi e per compiere una scelta soddisfacente e corrispondente alle proprie esigenze domestiche.</p> <p>2. <i>Promozione della liberalizzazione</i>  Un efficiente servizio di confronto tariffario non può che aiutare a promuovere l'avvio di un'effettiva liberalizzazione del mercato energetico. La possibilità di poter confrontare tutte le tariffe induce lo stesso venditore a ragionare in un'ottica concorrenziale, portandolo a migliorare il proprio servizio e rendendolo più sensibile alle reali esigenze dei clienti finali. Se un venditore è in grado di proporre una tariffa conveniente garantendo anche un buon servizio avrà più probabilità di vincere una nuova fetta di mercato.</p> <p>3. <i>Costi di transazione</i>  Grazie ad un buon servizio di comparazione e consulenza, i venditori del mercato vanno incontro ad un significativo risparmio su tutti quei costi definiti di transazione: cioè i costi di tempo e denaro per definire l'accordo tra cliente e venditore, costi di ricerca di informazioni riguardanti il mercato e i suoi agenti, il tempo che verrebbe speso per confrontare i diversi prezzi senza adeguati mezzi.</p>

	<p>4. <i>Ingresso di nuovi protagonisti nel mercato energetico</i> Un mercato aperto dovrebbe incentivare l'ingresso nel mercato di nuovi fornitori, di nuovi servizi e prodotti di buona qualità rendendo</p> <p>5. <i>Possibile confronto delle opzioni dual fuel</i> Con il servizio di comparazione sarà possibile confrontare anche le opzioni congiunte.</p> <p>6. <i>Maggiore informazione</i> Sempre più consumatori verranno sensibilizzati e informati sulle problematiche del mercato liberalizzato ma soprattutto sul consumo razionale dell'energia elettrica e del gas, quali beni primari comuni e sull'incentivo all'utilizzo di energia da fonti verdi.</p>
--	--

**SR.15** *Quali sono i requisiti di contesto necessari all'implementazione di servizi di comparazione delle offerte? Quali sono le principali criticità da superare e le esigenze da tenere in considerazione?*

Altroconsumo	Affinché l'implementazione del servizio abbia successo è necessario che ci sia un adeguato grado di informazione rispetto al servizio stesso. Infatti, gli utenti del mercato energetico devono essere informati della volontà di offrire un servizio di comparazione. La prima esigenza è quindi la corretta e massiccia divulgazione dell'iniziativa. Un secondo aspetto è la necessità che il servizio sia offerto da soggetti a cui è riconosciuta credibilità e competenza da parte degli utenti finali. Tale requisito è infatti essenziale al fine di garantire la bontà delle informazioni, la trasparenza del mercato e la conseguente fiducia degli utenti stessi.
Anigas	Anigas ritiene che un requisito di contesto necessario all'implementazione di servizi di comparazione delle offerte sia innanzi tutto la "stabilità" del quadro regolatorio di riferimento. Infatti, il prezzo finale che il consumatore/cliente percepisce come applicato è frutto di una serie di componenti determinate dal sistema regolatorio, che meno è soggetto a specifiche "variazioni" più il consumatore/cliente può avere un riscontro fedele tra quanto esposto nel documento di fatturazione ed il prezzo proposto nelle offerte. A questo proposito Anigas non sottovaluta la possibilità che si vengano a generare situazioni di divergenza tra offerto e fatturato che portino a contestazioni, reclami, contenziosi nei confronti del venditore o del gestore dello strumento di confrontabilità.
Exergia	E' necessaria la disponibilità "leale" di tutti i soggetti coinvolti. La principale criticità è la univoca disponibilità dei soggetti; le esigenze da tenere in considerazione potrebbero essere i costi indotti dalle operazioni di implementazione ed i tempi necessari, presumibilmente non troppo elevati, per attivare le stesse.
Casa del	Innanzitutto a nostro avviso una piena partecipazione da parte delle

Consumatore	società di vendita di energia elettrica, una maggiore sensibilizzazione dell'utenza al processo di liberalizzazione del mercato elettrico, una maggiore stabilità tariffaria, in modo da rendere più agevole la manutenzione del sistema di calcolo delle offerte senza che si impongano continui ritocchi al programma di calcolo. Le principali criticità sono secondo noi legate alla possibilità che tali strumenti di calcolo possano essere sviluppati in maniera errata o fuorviante, quindi sarebbe auspicabile che il regolatore attuasse un serrato controllo su tali strumenti di calcolo.
Verivox	In relazione al primo punto si ritengono necessari i seguenti requisiti di contesto all'implementazione di servizi di comparazione: <ul style="list-style-type: none"> <li>- informazione: i consumatori devono essere informati il più possibile sulle dinamiche del nuovo mercato liberalizzato per poter coglierne i vantaggi;</li> <li>- più tariffe: un servizio di confronto tariffario presuppone l'esistenza sul mercato di più tariffe in grado di essere confrontate. I venditori devono essere messi nella condizione di proporre un prezzo concorrenziale;</li> <li>- facilità di switching: il mercato non deve creare ostacoli allo switching deve essere agile e senza complicazioni;</li> <li>- risparmio: il passaggio da un fornitore ad un altro deve offrire un reale risparmio ai consumatori.</li> </ul> Un'altra grande criticità da superare riguarda indubbiamente la difficoltà nel confrontare le tariffe del gas e l'impossibilità da parte dei consumatori di poter scegliere un'alternativa al proprio distributore locale.

**SR.16** *Quali sono le fasi necessarie all'implementazione di servizi di comparazione delle offerte? Quali sono le possibili forme di collaborazione tra i soggetti per l'introduzione di tali strumenti?*

Aiget	In primo luogo la stesura di un confidence code in collaborazione con le associazioni di settore e in secondo luogo l'individuazione di un soggetto, meglio se dedicato, che attui le disposizioni circa i requisiti minimi per garantire l'attendibilità dei sistemi di comparazione delle offerte.
Altroconsumo	Il lavoro di implementazione può essere strutturato nelle seguenti fasi: <ul style="list-style-type: none"> <li>- analisi dei mercati;</li> <li>- elaborazione degli algoritmi;</li> <li>- realizzazione dei moduli di calcolo on line e dell'interfaccia Internet.</li> </ul>
Anigas	Anigas non può non auspicare la costituzione di gruppi di lavoro formati dagli operatori di settore, anche in forma associata, dall'Autorità e dalle associazioni dei consumatori.
Casa del	Segnala le seguenti fasi.

consumatore	<p>Individuazione e definizione dell'utenza che si intende servire con questi strumenti di comparazione.</p> <p>Individuazione, all'interno del segmento di clienti individuato, delle società di vendita di energia che intendono sviluppare, oppure hanno già sviluppato offerte destinate al tipo di utenza individuata.</p> <p>Studio delle offerte dei fornitori elettrici.</p> <p>Individuazione dei soggetti interessati all'erogazione del servizio di orientamento dell'utente (associazioni di consumatori, ecc.).</p> <p>Regolamentazione del servizio di assistenza nella comparazione delle offerte.</p> <p>Promozione dell'utilizzo del servizio attraverso campagne di comunicazione.</p> <p>Le associazioni dei consumatori interessate potrebbero collaborare alla sensibilizzazione dell'utenza nei confronti della liberalizzazione del mercato elettrico e potrebbero erogare il servizio di comparazione delle offerte elettriche e di orientamento dell'utente finale.</p>
Dalmine	<p>La stesura di un Confidence Code in collaborazione con le associazioni di settore e l'individuazione di un soggetto che attui le disposizioni circa i requisiti minimi di attendibilità dei sistemi di comparazione.</p>
Exergia	<p>Si ritiene che le fasi necessarie possano essere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definizione delle attività al riguardo del Gruppo di lavoro insediato;</li> <li>- definizione dell'attività di scelta da parte dell'Autorità;</li> <li>- coinvolgimento informativo, da parte dell'Autorità, dei soggetti coinvolti nell'operazione;</li> <li>- predisposizione dei motori di attività;</li> <li>- attività informativa verso i clienti finali interessati.</li> </ul> <p>Le forme di collaborazione tra i soggetti per l'introduzione degli strumenti indicati, su indicazione dell'Autorità, devono essere le più ampie e strette ipotizzabili.</p>
Verivox	<p>In relazione al primo punto, le fasi essenziali per l'implementazione di un servizio di comparazione si riassumono come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analisi approfondita della struttura del mercato;</li> <li>- raccolta dei dati (offerte e informazioni riguardanti i fornitori);</li> <li>- banca dati capace di contenere e di elaborare i dati inseriti;</li> <li>- personale esperto e specializzato capace di gestire la banca dati;</li> <li>- motore di calcolo;</li> <li>- un sito web di facile intuizione;</li> <li>- un servizio di consulenza ed assistenza gestito da personale formato, facilmente raggiungibile durante la settimana.</li> </ul> <p>In riferimento al secondo punto, il problema della collaborazione tra soggetti potrebbe agevolmente essere superato una volta compresi i molteplici benefici apportati da un servizio di comparazione tariffaria.</p>

**SR.17** *Esistono, nell'esperienza italiana, servizi di comparazione delle offerte di energia elettrica e gas messi a disposizione da soggetti privati o Associazioni? Se sì, si prega di fornirne i riferimenti e descriverne il funzionamento.*

Anigas	<p>Uno strumento di comparazione delle offerte è stato messo a punto dalla CONSIP che è una società per azioni del Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF), che ne è l'azionista unico, ed opera secondo i suoi indirizzi strategici, lavorando al servizio esclusivo delle pubbliche amministrazioni.</p> <p>I riferimenti della CONSIP e la descrizione del funzionamento del modello adottato da questa società sono reperibili all'indirizzo web: <a href="http://www.consip.it/on-line/Home.html">http://www.consip.it/on-line/Home.html</a></p>
Altroconsumo	Nella situazione attuale non si è a conoscenza di servizi analoghi a quello offerto da Altroconsumo.
Federutility	Segnala il sistema di CONSIP per l'acquisto di gas da parte delle PA. È un sistema in cui le società di vendita, volontariamente, segnalano le quantità disponibili per località ed i prezzi.
Verivox	<p>L'unico servizio attivo che propone un confronto delle tariffe dell'elettricità e del gas è Altroconsumo. Purtroppo questo servizio offre solo un confronto tariffario e nessun tipo di consulenza o assistenza al cliente finale.</p> <p>Il cliente in questa fase delicata della storia del mercato energetico si sente molto confuso e necessita perciò di una assistenza personale e competente, che lo guidi a intraprendere la scelta più adatta alle proprie esigenze.</p>

**SR.18** *Esistono, nell'esperienza italiana, servizi di comparazione delle offerte relativi ad altri servizi che potrebbero essere adattati al settore gas ed elettrico?*

Altroconsumo	Il settore della telefonia è caratterizzato dalla presenza di diversi servizi di comparazione. D'altra parte, i settori elettricità e gas sono caratterizzati da peculiarità quali l'elevato grado di regolazione; si tratta di un aspetto molto importante ai fini del calcolo, ma anche ai fini dell'esposizione dei risultati. Tale aspetto non è presente in altri settori come la telefonia e non può essere messo in secondo piano nel momento in cui si desidera implementare un servizio di comparazione delle offerte presenti su tali mercati.
Casa del consumatore	Osserva che il settore elettrico presenta peculiarità (come ad esempio la variazione trimestrale delle tariffe e dei parametri elettrici) tali da rendere difficilmente adattabili strumenti sviluppati per la comparazione delle offerte di altri servizi. Inoltre il fatto di essere servizio essenziale implica aspetti talmente delicati da rendere necessario lo sviluppo di strumenti di calcolo ad hoc.
Verivox	Nell'esperienza italiana, in seguito alla liberalizzazione del mercato delle

	<p>telecomunicazioni, stanno nascendo numerosi servizi on line per la comparazione delle tariffe telefoniche e di adsl. Tali servizi sono gestiti esclusivamente da privati senza il controllo dell'Autorità competente. E' importante far presente che il moltiplicarsi delle offerte di servizi di telefonia, oltre a favorire un allargamento delle possibilità di scelta per i consumatori, ha indotto una sostanziale riduzione dei prezzi della telefonia, in particolare per quanto concerne le chiamate internazionali, interurbane e verso i numeri dei cellulari. I benefici di queste nuove offerte si sono estesi sia alle imprese, che avevano già potuto godere dei vantaggi della liberalizzazione dei servizi di trasmissione dati e di telefonia per gruppi chiusi di utenti, sia alle famiglie, che hanno per la prima volta avuto modo di scegliere tra diversi operatori di telefonia fissa.</p>
--	--