

mondo energetico

Il vero obiettivo della liberalizzazione

di Claudio F. Fava





L'AU aiuta i consumatori-famiglie a comprendere i meccanismi della liberalizzazione lato domanda. Occorre catturare la complicità del consumatore affinché si consumi meglio e meno per un vivere più tranquillo, con una prospettiva di futuro maggiormente serena per quanto riguarda un bene primario come l'energia.



Mai in passato l'Unione Europea aveva affrontato la questione energetica in maniera tanto vasta e complessa come nell'ultimo anno, prima con la Comunicazione della Commissione del 10 gennaio scorso, quindi con il Consiglio dell'8-9 marzo e la definizione delle linee generali di una Politica Energetica per l'Europa.

Questo perché le sfide da affrontare nei prossimi decenni sono impegnative: cambiamenti climatici, dipendenza energetica accresciuta verso l'estero, aumento dei prezzi primari dell'energia. Il DL 18 giugno 2007 in parte ha cercato di dare delle risposte, almeno per quanto riguarda le misure urgenti sulla liberalizzazione. E visto che non si può parlare in Italia di nucleare, rigassificatori, VAS (valutazione Ambientale Strategica), carbone, eolico di grandi dimensioni e termovalorizzatori, vale la pena di fare una considerazione importante sul significato della parola "liberalizzazione". Di fatto come si può chiamare liberalizzazione la filosofia di un mercato in cui la materia prima è saldamente nelle mani della Gazprom, mentre in Francia e in Germania il 70% dell'energia elettrica è prodotta dalle sole due risorse carbone-nucleare? È evidente che la parola liberalizzazione, per quanto riguarda una platea di venditori potenziali di energia elettrica (gli ex 165 distributori ante 1° luglio 2007), dovrebbe essere rappresentata da una maggiore capacità produttiva di generazione, più ampia di quella pur cresciuta nell'ultimo quinquennio passando da circa 60.000 a 90.000 MW.

Per correttezza dobbiamo dire che ciò che ha ottenuto il mercato elettrico nazionale in questa fase è la razionalizzazione della commercializzazione: importantissima, ma parte del processo di automatismo che richiede una "liberalizzazione di mercato".

Certo gli elettrodotti, le infrastrutture, la rete, le fonti di energia rinnovabile sono cantieri aperti che necessitano di maggiore capacità di valutazione da parte dei beneficiari: ma tant'è, in Italia, spesso le grandi soluzioni sono inversamente proporzionali alla capacità di comunicazione dei loro ideatori. Il semestre cosiddetto provvisorio, iniziato il 1° luglio 2007, che prevede la promulgazione di una legge che sistemi definitivamente le complessità della materia energetica italiana, servirà a chiarire alcuni aspetti, ma non a risolvere tutti i problemi. Per questo occorrono riflessioni più partecipative

che solo con il tempo produrranno i loro effetti in linea con le esigenze del mercato.

Nel frattempo, e per dare seguito ai problemi appena accennati, relativamente all'insufficiente utilizzo dell'informazione per fare cultura in un mercato di massa che non può maturare autonomamente, vediamo gli effetti che potrebbe avere il radicamento della cultura del risparmio inteso come modifica dello stile di vita di tutti i grandi protagonisti nella filiera del consumo dell'energia elettrica. La più grande riserva di energia elettrica del nostro Paese è l'utente finale. La nostra Gazprom, la nostra Sonatrach, la nostra centrale nucleare è composta dall'insieme di risparmi ottenibili nei cicli di produzione a tecnologia obsoleta, o negli uffici della Pubblica Amministrazione, nei negozi, nelle aule di scuola, nelle case, soprattutto nelle case dove si vota "no" al nucleare e si lascia accesa la tv tutta la notte, tanto per fare un esempio.

Cosa può fare AU

Cosa può fare AU di fronte a uno scenario così complesso? Per statuto o per missione, e quindi per volontà comunicata dal MSE e dall'AEEG, AU, oltre ad acquistare energia elettrica a prezzi competitivi deve informare e per fare ciò ha istituito un call-center, definito da tutti neutrale. Neutrale nel senso che non potendo entrare nella tenzone commerciale dei vari competitors della vendita di energia elettrica, aiuta i consumatori-famiglie, prevalentemente, a comprendere i meccanismi relativi a come si trasferisce un contratto da un fornitore ad un altro, a quale sarà il nuovo iter amministrativo per il pagamento della fattura, a quanto tempo ci vuole per cambiare fornitore. Cosa per altro utile anche nel mercato del gas, tuttora sprovvisto di tale servizio.

Ma ciò non basta, perché occorre ottenere un servizio più condiviso, più coinvolgente, più partecipativo e quindi più efficace ed utile per il Paese. Catturare la complicità del consumatore nel consumare meglio e meno per vivere più tranquillo e con una prospettiva di futuro più serena per quanto riguarda un bene primario come l'energia, sia essa energia elettrica o gas.

Ecco uno dei tanti compiti che potrebbe svolgere soltanto AU e nessun altro dei potenziali concorrenti sul mercato libero, interessati, per ora, prevalentemente a convincere chiunque ad accettare una loro proposta, successivamente a guadagnare la loro fiducia, quindi il loro contratto, non si sa fino a quando. In tutto questo le Associazioni dei Consumatori potrebbero rendersi oltremodo utili esplicitando le statistiche di quanti clienti abbiano cambiato venditore di energia elettrica, pur all'interno dell'elenco dei venditori facenti parte del mercato delle offerte private. Questo sì, sarebbe un segno di liberalizzazione matura e non una razionalizzazione del "reparto vendita energia elettrica al dettaglio". E