

COMMISSIONE X
ATTIVITÀ PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

26.

SEDUTA DI MARTEDÌ 8 OTTOBRE 2019

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE LUCA CARABETTA

INDICE

	PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:	
Carabetta Luca, <i>Presidente</i>	3
INDAGINE CONOSCITIVA SULLE PROSPETTIVE DI ATTUAZIONE E DI ADEGUAMENTO DELLA STRATEGIA ENERGETICA NAZIONALE AL PIANO NAZIONALE ENERGIA E CLIMA PER IL 2030	
Audizione di rappresentanti di Illumia:	
Carabetta Luca, <i>Presidente</i>	3, 6, 7, 8
Benamati Gianluca (PD)	7
Bernardi Marco, <i>Presidente di Illumia</i>	3, 7

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: MoVimento 5 Stelle: M5S; Lega - Salvini Premier: Lega; Forza Italia - Berlusconi Presidente: FI; Partito Democratico: PD; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva: IV; Liberi e Uguali: LeU; Misto: Misto; Misto-Cambiamo !-10 Volte Meglio: Misto-C10VM; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Noi con l'Italia-USEI: Misto-NcI-USEI; Misto+Europa-Centro Democratico: Misto+E-CD; Misto-MAIE - Movimento Associativo Italiani all'Estero: Misto-MAIE.

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
LUCA CARABETTA

La seduta comincia alle 12.15.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati, nonché la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati.

Audizione di rappresentanti di Illumia.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulle prospettive di attuazione e di adeguamento della Strategia energetica nazionale al Piano nazionale energia e clima per il 2030, l'audizione di rappresentanti di Illumia.

Nel dare la parola al dottor Marco Bernardi, presidente di Illumia, ricordo che l'audizione odierna è finalizzata esclusivamente ad ottenere elementi istruttori utili ad approfondire le tematiche oggetto del programma dell'indagine conoscitiva.

MARCO BERNARDI, *Presidente di Illumia*. Buongiorno. Ringrazio la Commissione dell'invito perché per Illumia è assolutamente importante poter portare un contributo in un momento così cruciale del mercato elettrico. Innanzitutto partirei raccontandovi chi è Illumia. Illumia è un'azienda atipica rispetto a quelle che avete incontrato fino ad oggi nel corso dell'indagine conoscitiva, perché è un'azienda familiare, nata più di dieci anni fa, nel 2006, a cavallo del processo di liberalizzazione, nel momento in cui si è aperto il mercato

anche al segmento domestico. È una proprietà al 100 per cento italiana. Oggi vanta circa 200 collaboratori di un'età media di 33 anni. Ha sede a Bologna e a Milano. Quando siamo partiti abbiamo fatto una scelta molto chiara, abbiamo deciso di posizionarci sulla parte della vendita; siamo quindi dei grossisti e non abbiamo produzione di energia elettrica. All'interno della filiera dell'energia elettrica noi ci posizioniamo sulla vendita al mercato finale, quindi al segmento domestico e anche a quello *business*, e ovviamente anche a controparti sul mondo all'ingrosso. Oggi abbiamo circa 300.000 clienti. Abbiamo distribuito nel corso della nostra storia 500.000 lampadine a *led*, che sono state un po' il nostro marchio di fabbrica quando ci siamo presentati sul mercato. Vendiamo 5 terawattora di energia elettrica e 180 milioni di metri cubi di gas. L'Autorità di regolazione per energia, reti e ambiente (ARERA), nel *report* che ogni anno emana sul mondo *retail*, ci posiziona al quindicesimo posto nel *ranking* dei primi gruppi societari nel mercato elettrico. È interessante questa classifica perché racconta, a nostro parere, già gran parte della storia che vorremmo in qualche modo raccontare; si può infatti notare che gli operatori sopra di noi, sopra il quindicesimo posto, sono per la maggior parte operatori dello stesso gruppo del distributore. Abbiamo alcuni gruppi societari esteri, ma gruppi privati italiani si possono contare veramente sulle dita di una mano. Da questo punto di vista, come gruppo privato italiano indipendente, noi siamo al secondo posto.

Illumia nel corso degli ultimi dieci anni ha cambiato modello di *business* e tutt'ora è in continua evoluzione. Perché? Perché quando siamo entrati sul mercato la condizione era molto diversa, gli operatori

erano molto meno di quelli attuali e il modello prevedeva, ad esempio, sul canale di vendita un bilanciamento sbilanciato sulla parte di canali indiretti. Per canali indiretti intendo agenzie e *call center*, mentre per canali diretti intendo venditori propri. Questo era possibile tanto tempo fa, oggi il mercato è cambiato e l'evoluzione di Illumia è cambiata, tant'è che si sono invertiti i bilanciamenti. Attualmente siamo al 70 per cento di canali diretti, dove per canale diretto intendo in particolare *web*, venditori diretti e un *call center* di proprietà. Per quanto riguarda il 30 per cento indiretto desideriamo identificare due progetti che riteniamo molto interessanti, non solo per la vita di Illumia, ma anche a livello regolatorio nazionale. Abbiamo dato il via nell'ultimo anno a due iniziative che hanno funzionato molto bene. Innanzitutto siamo stati il primo venditore di energia a pubblicare sul nostro sito i numeri di telefono autorizzati a chiamare. Questo perché è importante? Sembra assolutamente banale, ma non lo è. Infatti nell'esperienza di tanti accade di essere contattati a nome di un operatore e poi concludere invece il contratto con un altro operatore. Il fatto di dare pubblicazione assoluta di quali sono i numeri di telefono dà la possibilità al cliente di verificarli ed eventualmente contattarci, in modo tale da intervenire.

Il secondo intervento che abbiamo fatto in termini di qualità della vendita è quello di farci certificare il processo di acquisizione dei clienti da un ente esterno. Noi abbiamo scelto due associazioni di consumatori e questo è stato molto interessante, sia per la validazione del plico contrattuale, sia per i tipi di *feedback* e di condivisione di problemi e di opportunità che sono emersi all'interno di questo dialogo. Quindi questa è Illumia.

Illumia ha deciso di rispondere alle idee e alle proposte del PNIEC, focalizzandosi essenzialmente su due punti. Il primo è quello ovviamente della decarbonizzazione, elemento che ovviamente ci trova favorevoli, ma con un'attenzione particolare agli oneri di sistema; infatti guardiamo tutto quello che accade nel mondo della produzione da questo originale punto di vista,

cioè dalla parte di chi deve poi vendere e non ha produzione. Il secondo, ovviamente, è il tema della liberalizzazione, che proprio nel PNIEC tocca alcuni elementi chiave e che vorremmo in qualche modo toccare all'interno di questa breve presentazione. In particolare la prevenzione del potere di mercato, un'attenzione all'*unbundling*, le procedure più accelerate di *switching*, l'attenzione a ridurre i venditori attraverso un elenco e un carotaggio, un *focus* particolare sui canali di vendita.

Partiamo dal mondo delle rinnovabili. Noi abbiamo apprezzato e condiviso gli obiettivi ambiziosi che si hanno per il 2030 sul mondo delle rinnovabili. Abbiamo anche letto con attenzione il decreto FER e dobbiamo dire che, all'interno di una condivisione sostanziale sugli obiettivi che ci sono, nutriamo delle preoccupazioni per quello che riguarda gli oneri generali di sistema. Abbiamo fatto alcune analisi interne e quello che è emerso è che questi nuovi obiettivi, questi nuovi 4 giga di rinnovabili da portare, avranno sì una riduzione in termini di battente massimo cumulato di incentivi, pari a 5 miliardi, ma andranno a compensare la riduzione della coda precedente. Quindi, sostanzialmente, la proiezione che noi abbiamo è che nei prossimi dieci anni gli incentivi alle rinnovabili si attesteranno intorno ai 10 miliardi di euro. Questa è una cifra importante che sottolineiamo perché ha per noi due risposte, due conseguenze particolari, che sono per noi due elementi di criticità. Il primo è che quanto più aumentano gli oneri di sistema, tanto più si riduce la percezione dei vantaggi del mercato libero. Il secondo invece è come questa politica, l'aumento degli oneri di sistema, impatta la morosità.

Per quanto riguarda il primo fenomeno, come sapete, noi rispondiamo essenzialmente del 44 per cento della bolletta, dove possiamo intervenire, e il nostro valore aggiunto, la possibilità di portare convenienza al cliente è sulla parte della materia prima. Negli ultimi dieci anni il prezzo di energia all'ingrosso è sceso del 10 per cento, ma questo beneficio non si è visto nelle bollette dei clienti finali, anche a causa di un aumento importante degli oneri di si-

stema. Quando il prezzo dell'energia è sceso del 30, gli oneri di sistema sono aumentati quasi del 200 per cento. Da questo punto di vista la percezione del vantaggio che noi possiamo portare è annacquata in una bolletta molto larga, che fa perdere di convenienza la materia prima. È quindi necessario ridurre l'impatto degli oneri di sistema, in modo tale da far tornare protagonista la materia prima attraverso cui poi portare dei benefici al cliente finale. Come incentivare e favorire quindi le rinnovabili? Abbiamo trovato due esempi a nostro parere positivi. Uno è sicuramente il mondo dei PPE (prezzo perequazione energia), a patto che non vengano troppo regolati, quindi devono essere lasciati al mercato. E poi, come nel decreto crescita, il meccanismo per cui c'è una cessione del credito di imposta, ci pare un meccanismo virtuoso a cui siamo favorevoli. Ovviamente avremmo preferito mantenere i cinque anni di ammortamento e non i dieci e suggeriamo una modalità di processo semplificata, perché oggi per il cliente finale avere una finestra temporale molto stretta con delle procedure un po' complicate non aiuta questo tipo di incentivazione. Per quanto riguarda l'impatto sulla morosità, se noi possiamo portare un valore aggiunto sul mondo materia prima, però rispondiamo in solido del 100 per cento della bolletta. Il restante 56 per cento, che è caratterizzato dagli oneri di sistema, dalle imposte, dalle accise, dai costi di rete, è un elemento critico per l'operatore che ne risponde direttamente agli enti istituzionali, a cui deve questi oneri. Tutto questo nonostante il Consiglio di Stato con una sentenza del 2017 abbia sancito che la riscossione di queste voci non possa essere in capo al venditore. Tuttavia da anni continuiamo a farlo.

Noi vorremmo sottolineare, come sottolineeremo anche per il processo di liberalizzazione, un elemento chiave. L'elemento chiave per noi, la variabile prioritaria, è il tempo. Per tanto tempo abbiamo avuto confronti tra noi operatori su quale fosse la modalità migliore, ma abbiamo perso tempo, mentre avremmo bisogno invece di intervenire velocemente. Le proposte che sono sul tavolo da un certo punto di vista vanno

tutte bene, sia quella di riconoscere un agio ai grossisti per i servizi di riscossione, oppure quella di una centrale pubblica di incasso. In entrambi i casi siamo favorevoli, a patto che si intervenga velocemente. Ovviamente bisogna distinguere tra morosità consapevole e invece quello che riguarda la povertà energetica, sulla quale siamo favorevoli a un *bonus* automatico. Per quanto riguarda invece la morosità consapevole è necessario intervenire tracciando i flussi e intervenendo non solo sul POD (punto di prelievo dell'elettricità), ma anche sull'intestatario del contratto, perché altrimenti ci sono degli *escamotage* tramite volture che permettono di non pagare la bolletta.

Per quanto riguarda il mercato libero noi crediamo essenzialmente che tutto sia rappresentato da tre indicatori, che hanno un *trend* molto chiaro, costante e diverso. Il primo è l'aumento degli operatori, il secondo è una lenta migrazione dal mercato di maggior tutela al mercato libero e il terzo è una staticità del tasso di concentrazione. Gli operatori aumentano ogni anno del 17 per cento. Il 4 per cento è rappresentato invece dal caso di migrazione dalla maggior tutela al mercato libero, quindi molto lento, per quanto leggermente migliorato quest'anno, dato che negli anni scorsi si era addirittura ristretto. Un elemento di concentrazione del mercato particolarmente alto, il 70 per cento, rappresenta la quota di mercato dei primi tre operatori. Per quanto riguarda l'aumento degli operatori siamo già a 460. Siamo in un mercato libero, è chiaro che non possiamo limitare l'entrata, però dobbiamo contenere le conseguenze. Conseguenze che essenzialmente, per il fatto che tanti operatori competono su una fetta di mercato piccolissima, riguardano aggressività commerciale e pratiche commerciali scorrette.

Come poter intervenire? Albo dei venditori, con criteri e vincoli finanziari e industriali e attraverso l'esclusione degli operatori che hanno reiterato comportamenti commerciali scorretti. Non è però sufficiente, ma riteniamo che si debba intervenire anche sui *call center*, creare un albo, esattamente come per i venditori e

magari utilizzando alcune idee che Illumia ha già sviluppato nel corso di quest'anno, ossia rendendo obbligatoria la pubblicazione dei numeri di telefono e rendendo obbligatorio un *audit* da parte di certificatori terzi. Il passaggio dalla tutela al libero mercato è del 4 per cento all'anno, ma l'aspetto più interessante, per noi critico, è che di questo 4 per cento il 60 per cento dei clienti rimane nel gruppo del distributore, creando una situazione di mercato che è estremamente concentrata. Da questo punto di vista noi richiamiamo un rafforzamento dell'*undbundling* di *brand*. Quando parlo di *brand* mi riferisco anche al *layout* grafico e all'*undbundling* funzionale, cioè bisogna rimuovere i vantaggi informativi rafforzando la vigilanza sulle commistioni all'interno dei gruppi integrati. L'esito, ne abbiamo già parlato, è una forte concentrazione del mercato. Il primo operatore ha più del 50 per cento, i primi tre quasi il 70. Tutto il mercato libero è detenuto per l'80 per cento da operatori integrati. Su questo noi crediamo che per non ottenere come esito di un processo di liberalizzazione un copia-incolla dell'attuale maggior tutela sia necessario inserire dei tetti *antitrust*. Ci sono però delle proposte sul tavolo che credo possano aiutarci in questo lavoro e in questo percorso.

In questa sede ci piace rafforzare e condividere con voi una proposta recentissima. Due settimane fa l'Autorità ha aperto un DCO, un documento di consultazione, il 397, con il quale fa una proposta che noi riteniamo molto pragmatica e concreta, che segue un po' la logica precedente. Non è la nostra prima scelta, ma è una proposta chiara che riteniamo assolutamente fattibile. Sostanzialmente l'Autorità propone agli operatori di valutare se possono essere interessanti ad un'apertura del mercato al primo luglio 2020, rendendo contendibile un nuovo contenitore della salvaguardia. Coloro i quali non avranno scelto un operatore sul mercato libero al primo luglio 2020, avranno la possibilità di entrare in un nuovo contenitore, che è un nuovo mercato di salvaguardia, con una particolare caratteristica, cioè che questo contenitore sarà aperto e contendibile a nuovi opera-

tori, o meglio agli operatori che oggi sono presenti sul mercato libero. È sostanzialmente un'altra proroga, ma che si mette in una direzione di apertura del mercato che pragmaticamente a noi sembra positiva. A onor del vero l'Autorità ritiene di dare priorità agli utenti *business*, che sono circa 3 milioni rispetto a quelli domestici, che sono 16,5. Noi ovviamente riteniamo che di proroghe ce ne sono già state tante, quindi preferiremmo un'apertura complessiva e totale al primo luglio 2020. Ma questo tipo di procedura, questa apertura, questa resa contendibile del mercato di salvaguardia, la riteniamo assolutamente positiva, anche perché poi di fatto ingloba delle proposte che facevamo precedentemente. I vincoli per entrare in questo mercato di salvaguardia sono solidità finanziaria, vincoli di tipo reputazionale, onorabilità, professionalità, adeguatezza delle forme societarie e solidità operativa. Può intervenire in questo mercato solo chi ha già esperienza di gestione di centinaia o decine di migliaia di clienti. La durata del servizio sarebbe circa di tre anni e si parla anche in questo caso di tetti *antitrust*.

Dovendo quindi concludere, i punti che noi sottolineiamo sono essenzialmente tre: sì alle rinnovabili, ma attenzione al *trader* con gli oneri di sistema; favoriamo PPE senza troppa regolazione e sono positivi i criteri di cessione del credito di imposta; alleggeriamo gli operatori dalla responsabilità in solido dell'insoluto sugli oneri, senza per questo socializzarli, ovviamente, ai clienti finali. Il mercato libero è libero solo sulla carta, in realtà è ancora molto concentrato. È molto urgente approvare l'albo dei venditori e introdurre un albo dei *call center*. Dobbiamo rafforzare l'*undbundling* ed il *brand* funzionale e inserire tetti *antitrust*. Da dove partire? Partiamo dal DCO dell'Autorità, che è recente, è concreto ed è una buona strada per un'apertura complessiva del mercato, che dovrà essere, a nostro parere, non più tardi di luglio 2020.

PRESIDENTE. Do la parola ai colleghi che intendono intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

GIANLUCA BENAMATI. Intanto mi complimento con Illumia perché recentemente ho visto una valutazione degli operatori in termini di offerta e chiarezza e prezzi sul mercato libero, non dirò chi ha fatto quell'analisi, ma la vostra azienda risulta fra le migliori.

Io ho da porre alcune questioni molto brevi. La prima è una richiesta addizionale: se ci fate avere qualcosa in più sulla stima di oneri che avete fatto sul prosieguo dell'attività di penetrazione delle rinnovabili nel settore della generazione elettrica. Voi conoscete le scelte che sono state fatte sulla SEN, ancorché siano variamente discusse, poi riprese comunque dal PNIEC, in termini di crescita delle rinnovabili più o meno lineare, perché la SEN prevedeva, sostanzialmente, uno scalino, la crescita a un certo punto, poi le aste in questo biennio e i PPE. Questo è fatto per avere anche un'ottimizzazione dei costi che ricadono sugli utenti. Mi piacerebbe quindi avere più informazioni su quei 10 miliardi annui, se ho ben capito, che si riversano in bolletta, le condizioni con cui avete fatto questa simulazione, perché poi alla fine sono queste le cose che contano.

La seconda questione: sono molto d'accordo sul tema di estendere la regolazione anche ai *call center*, questo può essere un punto importante. Vorrei qualche indicazione in più, perché mentre il tema dell'albo venditori è noto, sul tema di estendere anche ai *call center* una specie di regolazione, almeno comportamentale, mi pare corretto avere qualche delucidazione in più.

L'ultimo punto è sulla posizione dell'Autorità, tanto questa è un'audizione pubblica. Credo che l'Autorità abbia emesso un documento di indirizzo che va attentamente valutato. Io capisco la posizione delle aziende venditrici, come ci siano il tema del tetto, il tema di come evitare delle concentrazioni. Non so se la posizione che l'Autorità ha assunto è coerente con la legge, perché la proposta di porre chi non sceglie in un servizio di salvaguardia, che è il servizio per sua natura più difficoltoso per i clienti, naturalmente difficoltoso per coloro i quali si trovano ad avere condizioni

particolari, spesso anche il più costoso, e poi su questo fare delle aste, era qualcosa che la legge aveva evitato. Era stato abolito un passaggio, un comma in cui questa assimilazione era consentita. Allora torno all'*incipit*, perché ci stiamo ancora girando attorno. Il passaggio certamente deve evitare delle conformazioni di aggregati di aziende che ovviamente mantengono, detengono uno *stock* di clienti elevatissimo, quindi formazione di oligopolio e mantenimento di oligopolio, ma nello stesso tempo deve garantire e tutelare il cittadino, che non deve trovarsi in condizioni di difficoltà, soprattutto quando una legge questo lo avrebbe evitato. Poi sarà un discorso che si aprirà, abbiamo chiesto anche di audire l'Autorità su questi aspetti. Vorrei chiedere, perché poi il punto è sempre quello e siamo anche un po' in ritardo, quali sono le modalità in alternativa alla transumanza del cliente in una scatola che poi viene messa all'asta fra aziende, quale può essere, se lo avete elaborato - visto che avete una certa abilità, che non è usuale nel vostro mondo, e ve ne do atto -, un meccanismo da suggerire che contemperi la piena consapevolezza e coscienza del consumatore e la libertà ovviamente del consumatore medesimo con la competitività delle aziende, evitando di provocare ingiustamente la formazione dei monopoli, di più monopoli nel settore, anche sparsi territorialmente. Potete rispondere subito o anche riflettere e rispondere successivamente con una nota scritta.

PRESIDENTE. Do la parola al dottor Bernardi per la risposta.

MARCO BERNARDI, *Presidente di Illumia*. Grazie delle domande, tutte molto competenti. Tecnicamente non è semplicissimo rispondere in un lasso di tempo breve, ma cercherò di dare qualche linea guida.

Partiamo dal mondo *call center*. Sì, siamo assolutamente d'accordo. L'esperienza da cui partiamo noi è un'esperienza che ha selezionato operatori virtuosi, quindi il fatto di poter valutare inserendo dei vincoli di qualità alle *performance*, certificati da un ente terzo, in particolare associazioni dei

consumatori, è un elemento che favorisce una buona pratica e se questo diventasse una *best practice* da aprire a tutti, sicuramente il mercato ne beneficerebbe.

Il tema oneri, sul quale mi riservo di inviare una nota più tecnica. Tendenzialmente il processo è piuttosto semplice, anche perché è stato abbastanza sorprendente notare come, se il battente è circa di 10 miliardi, nei prossimi 10 anni il 70-80 per cento di questi 10 miliardi sono solo la coda dei precedenti incentivi. Chiaramente sono in discesa, abbiamo toccato un picco a 15. Quindi è chiaro che sono in discesa, è chiaro che negli ulteriori vent'anni la parte degli incentivi andrà a scendere. C'è un *gap* che per legge penso sia di 5 miliardi. È chiaro che la nostra preoccupazione è che a questo *gap* non si vadano a sommare altri interventi.

Per quanto riguarda il tema della liberalizzazione, noi abbiamo un approccio estremamente pratico. Sono tanti anni che parliamo di apertura, ma siamo sempre fermi allo stesso punto, quindi a me piacciono tutti gli interventi che hanno un elemento di pragmaticità e di concretezza nel breve periodo. È chiaro che il nostro *desiderata* numero uno sarebbe una campagna di informazione importante, che permettesse al cliente finale di decidere in autonomia qual è il suo fornitore preferito e che questa apertura avvantaggiasse o comunque favorisse soprattutto i canali digitali. Oggi l'elemento digitale è un elemento

strategico per noi, che abbiamo dedicato un'azienda in particolare a vendere energia elettrica al mercato finale solo tramite il *web*. È chiaro che oggi la cultura dell'acquisto su *internet* in Italia è un po' indietro rispetto all'Europa e quindi bisognerebbe in qualche modo incentivarlo. Tutte le altre proposte che sono state messe sul tavolo sull'apertura, si parla di aste, si parla di *crowdfunding*, si parla di questa proposta dell'Autorità, a mio parere devono essere modellate in modo tale da rendere consapevole il cliente finale. Ma non è attraverso una costante minaccia di un mercato che si trasformerà come un *far-west* che, sostanzialmente, riusciamo a migliorare il mercato. Abbiamo bisogno che a fronte di un'analisi critica del mercato, si facciano conseguire delle decisioni. Noi preferiamo una decisione rispetto al fatto di rinunciare al nostro *desiderata*, alle nostre preferenze assolute, ma una decisione, una regola chiara con la quale noi possiamo fare i conti, confrontarci e dare il nostro contributo.

PRESIDENTE. Saluto e ringrazio da parte di tutta la Commissione il rappresentante di Illumia S.p.A.

Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 12.45

*Licenziato per la stampa
il 20 novembre 2019*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



18STC0080370