

REPORT STRATEGICO

// 2023



Tutti i Numeri dell' **EN3RG14**

Le decisioni giuste nascono dai dati.

Il report che guiderà le tue decisioni: **trend**,
mercato e **consumatori**, tutto ciò che
serve per te che lavori nell'energia.

2023

**Tra Crisi e
Liberalizzazione.**

Tra Crisi e Liberalizzazione.

Il **2023** è stato un anno di profondi cambiamenti per il settore energetico, segnato da sfide senza precedenti e da opportunità dettate dalla liberalizzazione dei mercati. Le crisi energetiche globali hanno messo a dura prova la stabilità del sistema, spingendo governi e aziende a rivedere le proprie strategie.

Allo stesso tempo, la spinta verso la liberalizzazione ha aperto nuove possibilità di innovazione e competitività, trasformando il modo in cui l'energia viene prodotta, distribuita e consumata.

Questo report ti guida attraverso i principali avvenimenti e tendenze, aiutandoti a comprendere le implicazioni di questo periodo di trasformazione.

Introduzione

Ci eravamo lasciati con i dati del 2022, l'**annus horribilis** per il settore energetico.

Ma com'è andato il 2023?

Il 2023 potrebbe essere visto come **l'anno della transizione**, nel quale si è passati dall'emergenza della crisi energetica alla liberalizzazione del mercato, passando, in quella che molti definiscono, **"la normalità"**.

Nonostante i valori di mercato si siano stabilizzati rispetto ai picchi del 2022, continuano comunque a rimanere sopra la media storica, richiedendo agli operatori e ai consumatori un continuo adattamento. Nel frattempo, è proprio in questo clima che si è assistito a un ulteriore **step di liberalizzazione**, dove le microimprese¹ e i clienti non domestici, diversi dalle microimprese, hanno abbracciato il mercato libero, consolidando maggiormente il **mercato libero**, portando una maggiore consapevolezza nei consumatori e una competizione più agguerrita tra i fornitori, i quali si trovano sempre più chiamati a innovare, semplificare e trasmettere fiducia per rispondere a un panorama in continua evoluzione.

Il detto **"si stava meglio, quando si stava peggio"** potrebbe essere facilmente rivisto in "si sta meglio, nonostante il peggio", difatti seppur i valori di mercato rimangono abbastanza sostenuti i consumatori sembrerebbero essersi abituati a "questa nuova normalità".

A fine 2021 **Giuseppe Dell'Acqua Brunone** scriveva:

¹ Aziende con meno di 10 dipendenti e fatturato annuo non superiore a 2 milioni di euro, titolari di soli punti di prelievo con potenza contrattualmente impegnata non superiore a 15kW.

“Ci siamo abituati all’inimmaginabile, all’impossibile, all’imprevedibile - riferito al Covid-19 - così come ci abitueremo a vendere un prezzo dell’energia a 150-200-300 €/MWh e quando ci renderemo conto che oggi sarà la nuova normalità, allora ci guarderemo negli occhi e penseremo solo a quanto siamo stati fortunati ad esserci ancora (a vendere)”.

Per certi versi un luminare, un visionario, visto e considerato come stiamo affrontando oggi (o come abbiamo affrontato il 2023) il tutto.

Superata la fase più acuta della crisi dei prezzi, che ha avuto (forse) l'unico effetto positivo di aumentare la consapevolezza dei consumatori sulle tematiche energetiche e sui costi, a Ravello 2023 (5-6 Ottobre) abbiamo cercato di comprendere quale **futuro per l'energia**.

Giuseppe era del parere che oltre al dover ragionare di puro marketing, è necessario iniziare a capire che è necessario fare fare quello **step tecnologico in più**, c'è bisogno della tecnologia e c'è bisogno di dare quell'esperienza che il cliente chiede.

È necessario investire in innovazione, semplicità e trasparenza, costruire la fiducia con i propri clienti.

I temi cardine di **Ravello Festival dell'Energia**² sono stati:

- ***Dove sta andando il mercato dell'energia?***
- ***Quali modelli di business funzionano oggi?***
- ***Quali funzioneranno in futuro?***

Il futuro dell'energia è un argomento molto ampio e complesso, ma ci sono alcune **tendenze chiave** che sono oggetto di discussione e lo saranno sempre di più, negli anni a venire. La cosiddetta **transizione** verso le energie rinnovabili è un punto ormai fermo nel dibattito, nonché nelle politiche energetiche. Le tecnologie delle energie rinnovabili stanno diventando sempre più competitive in termini di costo ed efficienza.

La **decarbonizzazione**, infatti, implica una maggiore adozione di fonti energetiche a basse emissioni di carbonio, come le energie rinnovabili, l'energia nucleare e l'uso combinato di tecnologie di cattura e stoccaggio di carbonio.

Le **smart grid** e le reti energetiche stanno diventando sempre più intelligenti e interconnesse e le tecnologie di comunicazione e l'automazione stanno consentendo una migliore gestione e un puntuale monitoraggio delle reti.

L'**efficienza energetica** rimane un aspetto chiave per ridurre il consumo e lo spreco di energia. Ci sono sforzi in corso per sviluppare tecnologie e pratiche che migliorano l'efficienza dei sistemi energetici, dai trasporti all'edilizia, all'industria. Per fronteggiare l'emergenza della crisi energetica, e ridurre

² Ravello Energy Festival è un evento creato ed organizzato da Stantup Service. Scorpi di più sul sito **www.ravelloenergyfestival.it**

l'impatto dei costi sui clienti finali e sull'economia nel suo complesso, diversi Paesi Europei hanno adottato **misure straordinarie e temporanee** per contenere gli eccezionali aumenti dei prezzi dell'energia con lo stanziamento di risorse provenienti dal bilancio dello Stato.

Oggi siamo molto lontani da quei valori, ma nel corso dell'estate 2024 per certi versi le paure e i timori sono tornati a galla.

Si può continuare nell'ottica di rimediare al peggio con sussidi statali o sarebbe necessario rivedere la **strategia energetica nazionale**?

La domanda è retorica, ma nella realtà tutto ciò sembrerebbe non essere così evidente agli occhi di chi "detiene il potere".

Il mondo, anche quello dell'energia, sta cambiando.

Le abitudini e l'approccio dei consumatori, le procedure del settore sono in continuo mutamento. L'intera filiera giorno dopo giorno è in costante evoluzione.

Proprio per questo abbiamo voluto rinnovare il report **"Tutti i numeri"**, estrapolando i principali registrati nel 2023 in relazione ai consumi, ai prezzi, ai reclami e a tanto altro, estrapolando i dati ufficiali dalla consueta **relazione annuale di ARERA**.

Il report ha l'obiettivo di **fornire una visione** quanto più dettagliata e basata su dati ufficiali riguardanti i cambiamenti nel settore post crisi energetica. Avere accesso a questi dati permetterà di comprendere meglio **i trend** e di prendere decisioni informate per affrontare le **sfide future** o cogliere **opportunità**.

“ Il futuro dell’energia non è un prodotto che si pagherà. L’energia sarà qualcosa di gratuito o perché saremo in grado di produrlo, talmente tanto, oppure perché il bene non sarà il chilowattora ma l’informazione, cosa ci faccio con quel chilowattora. A fronte di energia gratuita, accettano di sapere cosa ci fai con quell’energia. Un’informazione fondamentale per chi vende prodotti come elettrodomestici, automobili, tecnologia... ”



Giuseppe Dell'Acqua Brunone
CEO di Stantup Service

Qual è l'obiettivo?

Aumentare la conoscenza e la consapevolezza del lettore sul mondo dell'energia.

Avremo modo di approfondire argomenti come:

- ***l'oscillazione dei prezzi di mercato e il confronto con il resto dell'Europa;***
- ***l'andamento dei consumi;***
- ***dove sono ricadute le scelte dei consumatori;***
- ***gli strumenti di tutela;***
- ***gli aggiornamenti previsti nel settore; e tanto altro.***

Gli argomenti che toccheremo sono tanti, quindi mettiti comodo, non avere fretta e goditi questo viaggio insieme.

Iniziamo!

653

***Le imprese attive nel mercato finale
della vendita elettrica nel 2023.***

→ ***I mercati dell'energia***

In questo report è doveroso partire da un'analisi approfondita della composizione del mercato, il quale vede un numero complessivo di **765 fornitori**, i quali operano secondo la seguente suddivisione:

- **106** nel servizio di maggior tutela
- **707** nel mercato libero
- **7** nel servizio a tutele gradualali per le micro-imprese
- **4** nel servizio a tutele gradualali per le piccole imprese
- **3** nella salvaguardia.

Tuttavia, il totale complessivo di **765** non rispecchia l'effettivo numero di fornitori attivi, poiché alcune aziende operano contemporaneamente in più mercati.

Esempi di tali imprese sono **A2A Energia** ed **Hera Comm**, presenti in tutti i cinque mercati, o **Acea Energia**, **Agsm Aim Energia** e **Iren Mercato**, che operano in tre mercati.

Da un'analisi più approfondita risulta infatti che delle 707 imprese attive nel mercato libero, 594 hanno partecipato all'indagine annuale dell'Autorità, di cui **48** hanno dichiarato di non aver svolto attività nel corso dell'anno.

Se a questo aggiungiamo che **47** società vendono energia sia nel mercato libero che in quello tutelato, e che alcune operano anche nei segmenti della salvaguardia e dei servizi a tutele gradualali, a conti fatti si può affermare che le imprese attive nel mercato finale della vendita elettrica nel 2023 risultano pari a **653**³.

³ Nello scaglione di vendita comprese tra 1 e 5 TW, si è registrato un incremento di 5 imprese, passando da 16 a 21 con nuovi ingressi come Exergia, Met Energia Italia e Shell Energy Italia.

Questo numero a sua volta è suddiviso nei seguenti **cluster di mercato**:

- **operatori di grande dimensione⁴**
i quali ricoprono una quota di mercato almeno pari del 5%;
- **operatori di dimensione medio grande**
con quota di mercato da 2% a 5%;
- **operatori di dimensione medio piccola**
con quota di mercato da 0,5% a 2%;
- **operatori di piccola dimensione**
con quota di mercato inferiore a 0,5%

A questi si aggiunge una sorta di “**élite**” ovvero quei fornitori le cui vendite hanno superato la soglia di 10 TWh, definiti di “grandissima dimensione”, i quali nel 2023, sono aumentati a cinque:

- **Enel Energia**
- **A2A Energia**
- **Edison**
- **Axpo Italia**
- **Hera Comm**

con quest'ultima che ha superato la soglia delle 10 TWh di vendite.

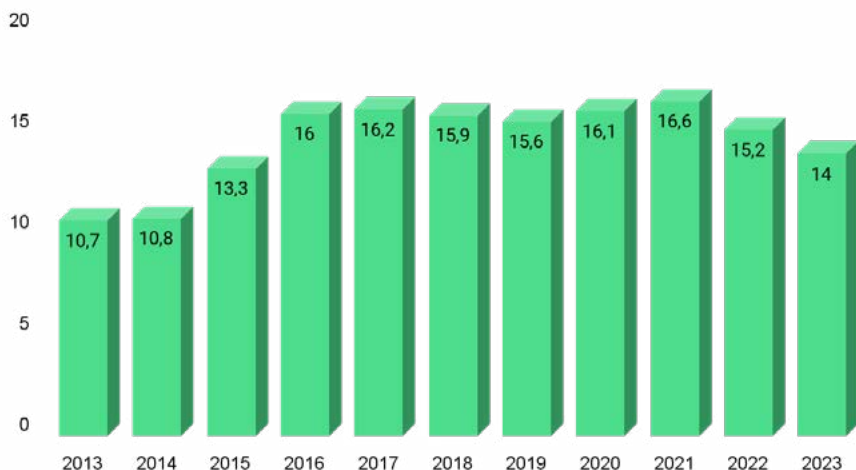
Il gruppo **Enel rimane l'operatore dominante** del mercato elettrico italiano, nonostante una lieve diminuzione della sua quota, scesa al **33,8%** nel 2023 dal **36,3%** del 2022, con perdite significative nei segmenti dei clienti **non domestici in bassa tensione** (-15,5%), media tensione (-13,3%) e domestico (-9,5%). Tuttavia, Enel ha registrato un aumento delle vendite ai clienti in alta tensione (+7,2%), che non è stato sufficiente a compensare le perdite negli altri settori. Al secondo posto troviamo A2A, la quale conferma la posizione con una quota del **9,1%**, mantenendo il sorpasso sul gruppo **Edison**.

⁴ vendite tra 5 e 10 TWh.

Il **Edison**, con una quota complessiva del **5,4%**, invece, è sceso dalla terza alla quarta posizione. sorpassato dal **gruppo Hera** con una quota del 5.9% del mercato totale, le cui vendite complessive nel 2023 sono cresciute del 19,7%. Nel contempo, il numero di venditori di grande dimensione è sceso a due, di cui fanno parte **Eni Plenitude** ed **Engie Italia**. Mentre le classi dei piccoli e dei più piccoli venditori hanno registrato una riduzione, rispettivamente di 7 e 10 unità rispetto al 2022⁵.

Nel seguente grafico possiamo vedere come negli ultimi 10 anni la percentuale della quota di mercato ricoperta dagli operatori di piccola dimensione si è mantenuta pressoché stabile.

Percentuale quote di mercato operatori di piccola dimensione



⁵ Complessivamente le prime 28 imprese, corrispondenti al 5,1% dei venditori attivi, hanno coperto l'88,6% delle vendite totali nel mercato libero nel 2023, in crescita rispetto all'87,1% del 2022, quando il totale era distribuito tra 25 imprese.

Anche per quanto riguarda il mercato del gas si è verificata una riduzione del numero di venditori attivi nel mercato al dettaglio, per la prima volta dall'inizio degli anni 2000.

Difatti, delle **898 imprese** registrate come operative nel mercato del gas (sia all'ingrosso che al dettaglio), 702 hanno risposto all'Autorità. Di queste, 68 imprese hanno dichiarato di essere rimaste inattive durante l'anno, per un totale di **634 aziende**, di cui 153 si sono concentrate esclusivamente sul **mercato all'ingrosso**.

Al netto degli operatori che operano in più regimi il totale dei **venditori attivi** nel **mercato al dettaglio** è stato di **481**, con una riduzione di **34** rispetto al 2022.

Il calo nel numero delle imprese di vendita si è manifestato in tutte le classi nelle quali gli operatori vengono suddivisi, con l'eccezione di quella dei venditori di media dimensione, il cui numero è rimasto invariato rispetto al 2022.

Punti di prelievo attivi

È importante analizzare non solo gli attori del mercato energetico, ma anche l'infrastruttura che rende possibile il trasporto, nonché il consumo, dell'energia elettrica.

Nell'ultimo anno, per andare incontro alle esigenze energetiche del Paese, sono stati necessari degli ampliamenti alla **rete di distribuzione elettrica**, la quale è cresciuta di quasi **5.600 km** tra:

- **Bassa tensione:** +2.600 km
- **Media tensione:** +2.900 km
- **Alta e altissima tensione:** +18 km (praticamente invariata)

Questa crescita infrastrutturale risponde alla richiesta energetica

di **37,3 milioni di punti di prelievo** attualmente allacciati alla rete elettrica nazionale. Di questi, una larga maggioranza – pari all'**80,9%** – è rappresentata da **utenti domestici**, mentre il restante **19,1%** riguarda **utenti non domestici**, tra cui attività commerciali e industriali.

L'equilibrio tra l'espansione delle reti e la gestione efficiente della domanda energetica è un tema centrale per il futuro del settore. La capacità di mantenere una rete capillare, ma soprattutto di alta qualità è fondamentale per sostenere la **transizione energetica** in corso.

Per quanto riguarda la distribuzione geografica, la **Lombardia** è la principale regione con più volumi di energia consumati, con il **22,7%** del consumo nazionale. A seguire abbiamo:

- **Veneto**: 10,3%
- **Emilia-Romagna**: 8,7%
- **Lazio**: 7,6%
- **Piemonte**: 7,5%

Volendo andare ancora più nello specifico della tipologia dei punti di prelievo emerge che il **79,4%** dei **clienti domestici** ha una tariffa **domestico residente** e consuma l'**87,5%** dell'energia elettrica distribuita alle famiglie. Mentre i **clienti non residenti** rappresentano solo il **20,6%** del totale, con un consumo energetico pari al **12,5%** del complessivo prelievo domestico. Tuttavia, nonostante l'implementazione della rete elettrica, i consumi medi hanno subito una flessione, dove il prelievo medio per un'utenza domestica⁶ è sceso a **1.869 kWh**, il livello

6 Volendo approfondire i consumi energetici delle famiglie italiane, differenziandoli tra mercato tutelato e mercato libero, si nota che le famiglie nel mercato tutelato registrano un consumo medio annuale inferiore rispetto a quelle del mercato libero (1548 kWh vs 1977 kWh).

più basso dalla liberalizzazione del 2007. Con tutta probabilità a causa del persistere di prezzi elevati e una crescente attenzione al **risparmio energetico**, ma anche alle **questioni ecologiche**⁷. Esaminando i comportamenti di consumo energetico dei consumatori finali si può notare, per ovvietà di cose, che i clienti residenti tendono a consumare significativamente di più rispetto ai non residenti: **il consumo medio dei residenti** si attesta a **2.058 kWh**, mentre per i non residenti è inferiore, fermandosi a **1.140 kWh**. Questa tendenza si conferma in quasi tutte le classi di potenza:

- nella classe da **1,5-3 kW**, i clienti residenti registrano un consumo medio di **1.839 kWh**, quasi il doppio rispetto agli **874 kWh** dei non residenti;
- da **3-4,5 kW**, i residenti consumano in media **2.963 kWh**, contro **1.850 kWh** dei non residenti;
- da **4,5-6 kW**, il consumo medio dei residenti è di **3.599 kWh**, rispetto ai **2.471 kWh** dei non residenti.

L'unica **"voce fuori dal coro"** emerge nell'ultima classe di potenza, quella superiore a **15 kW**, dove i non residenti registrano un consumo superiore rispetto ai residenti, con una differenza di circa **3.300 kWh**. Questo dato lascia intendere l'uso di abitazioni non residenziali come seconde case di grandi dimensioni, o strutture destinate ad attività non domestiche

⁷ Nel 2023, le famiglie italiane hanno acquistato 56 TWh di energia, registrando un calo del 4% rispetto al 2022. Anche il settore non domestico ha visto una diminuzione del 4,5%, passando da 193,9 TWh a 185,2 TWh. Entrambi i settori continuano a distanziarsi dai livelli pre-Covid del 2019, quando il settore non domestico aveva raggiunto 198 TWh..

*Curiosità: Il **Veneto** si distingue come la regione con il consumo più alto, superando la **media nazionale** di 181 kWh. Al contrario, il **Molise** registra il consumo unitario più basso, con 414 kWh in meno rispetto alla media⁸.*

Spostandosi sul fronte della potenza è possibile notare come la maggior parte dei punti di prelievo domestici (84,7%) ha un contratto con una **potenza impegnata** compresa tra **1,5 e 3 kW**, di cui il **68,2%** è costituito da residenti, mentre il **16,5%** da non residenti⁹.

Andando nel dettaglio dei **clienti non domestici "altri usi"** in **bassa tensione**, e suddividendo le classi di potenza, emerge che il **45,7%** ha una potenza impegnata fino a **3 kW**, ma prelievi che rappresentano solo il **5%** del totale.

In termini di punti di prelievo servi la classe più rappresentativa è quella compresa tra **4,5 e 6 kW** (17,3%), mentre la classe di potenza oltre **50 kW** risulta, per forza di cose, la più rilevante in termini di **prelievi energetici** (26,4%), nonostante rappresenti solo l'1,5% degli utenti. Questi numeri, seppur possano sembrare inizialmente poco significativi, in realtà offrono una visione dettagliata e strategica delle diverse **esigenze di consumo** tra clienti residenti e non residenti, offrendo spunti per sviluppare **strategie di marketing e vendita** più precise, migliorando la competitività nel rispondere alle esigenze specifiche dei loro clienti.

⁸ Altre regioni che superano la media nazionale includono la Campania (+167 kWh), la Sardegna (+133 kWh), e la Sicilia (+127 kWh). In negativo, le regioni con consumi più bassi rispetto alla media sono la Liguria (-375 kWh), la Basilicata (-346 kWh), e il Piemonte (-256 kWh).

⁹ In termini di volumi di elettricità, tali utenti consumano il 74,8% del totale: i residenti prelevano il 67,1% dell'energia, mentre i non residenti contribuiscono al 7,7% del consumo totale.

Per esempio, i **clienti residenti**, che mostrano consumi medi più elevati in quasi tutte le classi di potenza, tendono ad avere una maggiore necessità di stabilità e probabilmente un interesse più elevato verso offerte che garantiscano **tariffe fisse** o **servizi aggiuntivi** (vedremo meglio questo aspetto nei capitoli più avanti). Questi utenti potrebbero essere attratti da **piani tariffari flessibili**, come per esempio tariffe basate su fasce orarie o agevolazioni legate al consumo di energia durante le ore serali e nei fine settimana, quando l'utilizzo dell'energia tende ad aumentare.

Al contrario, i **clienti non residenti**, che tipicamente registrano consumi inferiori e concentrati in determinati periodi dell'anno, potrebbero trarre vantaggio da **pacchetti dedicati a seconde case**, come offerte di tipo stagionale o soluzioni con tariffe variabili in base all'uso effettivo.

18,9%

Circa il 18,9% dei clienti domestici, pari a 5,7 milioni di punti di prelievo, ha cambiato fornitore almeno una volta durante l'anno.

→ **Mercato libero**

Nel 2023, il mercato dell'energia elettrica in Italia ha continuato il suo percorso verso la liberalizzazione, facendo crescere le percentuali di clienti finali nel mercato libero in tutto il Paese¹⁰. In particolar modo le regioni **Valle d'Aosta, Umbria, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia e Lombardia** si sono distinte per il raggiungimento delle quote più elevate di clienti nel libero mercato, superando la media nazionale di più di tre punti percentuali.

Le regioni con la penetrazione più bassa del mercato libero rimangono la Calabria, con una percentuale di apertura dell'80,6%, seguita dalla Campania (83,1%) e dal Lazio (85,3%). Queste due regioni si distinguono inoltre per l'elevato utilizzo dei servizi a tutela graduale, sottolineando una tendenza più lenta verso l'adozione del mercato libero.

L'anno 2023 ha fatto registrare un altro record: la quota di clienti domestici nel mercato libero ha raggiunto almeno il 65% in tutte le regioni, rispetto alle sole otto regioni che avevano superato questo valore nel 2022¹¹. La percentuale più alta a livello nazionale si registra in Umbria con il 78,7%.

Con ciò si registra un tasso di crescita delle famiglie passate al

10 Nel 2023 17 regioni hanno raggiunto e/o superato l'85% di clienti attivi nel mercato libero, un miglioramento rispetto al 2022 dove erano solamente 13 le regioni che avevano raggiunto questa soglia.

11 Nove regioni hanno visto il 70% dei punti di prelievo domestici serviti nel mercato libero, rispetto alle sole Umbria ed Emilia-Romagna del 2022.

mercato libero, tra il 2022 e il 2023, mediamente del **5,9%**, con **Sardegna (+8,7%) e Basilicata (+8,3%)**, le quali hanno avuto una crescita maggiore. Questo trend è strettamente collegato all'aumento del **tasso di switching** che ha segnato un incremento di un punto percentuale rispetto all'anno precedente, sia in termini di punti di prelievo che di volumi di energia.

Nel dettaglio, **circa il 18,9% dei clienti domestici**, pari a 5,7 milioni di punti di prelievo, ha cambiato fornitore almeno una volta durante l'anno¹².

Negli ultimi anni, si è osservata una **netta accelerazione nell'attività di switching** delle famiglie, in contrasto con il trend più moderato degli anni precedenti al 2018¹³, segnando anche una **significativa uscita dal servizio di maggior tutela**¹⁴ dove circa 1,7 milioni di clienti hanno abbandonato il servizio, pari a una riduzione del 16,4%¹⁵.

Anche tra i **clienti non domestici**, l'attività di switching è stata rilevante. Il **23,2%** dei clienti in media tensione ha cambiato fornitore, rappresentando il 29,3% del volume complessivo di energia prelevata. Tra i clienti in alta o altissima tensione il **25,9%** ha optato per un nuovo fornitore, influenzando circa il 13% del volume totale di

¹² I volumi di energia associati a questi clienti rappresentano il 24,5% del totale, in aumento rispetto al 2022, quando il 17,9% dei clienti aveva cambiato fornitore, corrispondente al 23% dell'energia prelevata

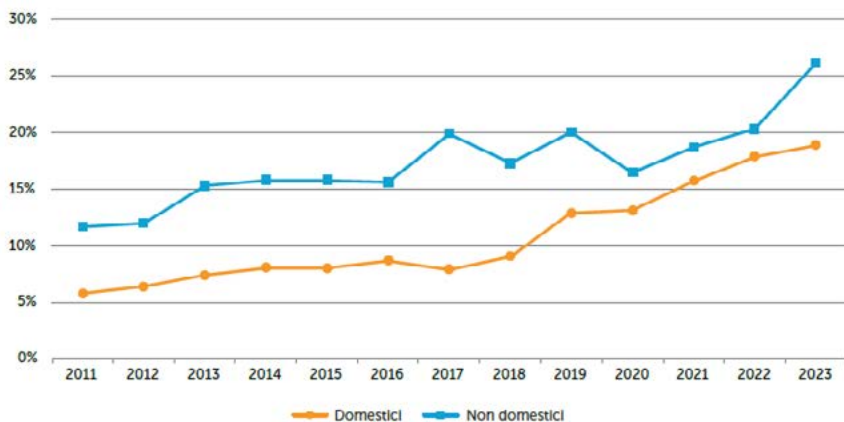
¹³ Un fattore rilevante nell'aumento delle attività di switching è stata, senza dubbio, la graduale eliminazione del servizio di maggior tutela per la clientela non domestica, iniziata nel 2021 e conclusa nel 2023. Questo ha portato a un significativo aumento del tasso di switching, passando dal 18,4% nel 2020, al 29,4% nel 2021, fino a toccare il 33,8% nel 2023.

¹⁴ La maggior tutela ha perso 2,9 milioni di punti, mentre il mercato libero ne ha guadagnati 2,2 milioni, la salvaguardia circa 9.000 punti e i servizi a tutela graduale ne hanno acquisiti nel complesso 783.000 in più rispetto al 2022.

¹⁵ Il calo è stato più marcato tra i residenti, con 1,4 milioni di clienti che hanno optato per il mercato libero (-17,8%), mentre i non residenti hanno registrato una diminuzione dell'11,5%.

energia prelevata. Complessivamente, nel 2023, quasi **1,8 milioni** di punti di prelievo non domestici ha cambiato fornitore.

FIG. 2.17 Tassi di switching nel settore elettrico dal 2011



Fonte: ARERA, Indagine annuale sui settori regolati e SII.

Questi dati ci mostrano come pian piano il mercato libero in Italia stia crescendo, con la speranza che possa essere sempre più **aperto e competitivo**. Non è solo una questione di numeri, ma negli ultimi anni segue una tendenza più profonda, dove i consumatori sono diventati sempre più consapevoli e attenti a navigare nelle migliaia di offerte che il mercato può offrire, dimostrando un pizzico di maturità in più rispetto al passato.

Ma, come spesso accade, non tutto il Paese viaggia alla stessa velocità. Se da un lato vediamo regioni come l'Umbria e la Lombardia che "guidano" il passaggio al mercato libero, dall'altro ci sono realtà, soprattutto nel Sud, che fanno più fatica, come nel caso della Calabria e Campania, regioni che si distinguono per l'elevato utilizzo del servizio a tutela graduale. Situazione dovuta, con tutta probabilità, non solo al grado di conoscenza e informazione verso il mercato libero, ma anche ad un discorso

legato all'affidabilità creditizia (**credit-check**) rilevata dai vari fornitori del mercato libero¹⁶.

A mio avviso si può dire che il processo di liberalizzazione è sempre più vivo, tuttavia non basta un crescente tasso di switching per poter dire che il mercato è libero, ma, sarà importante lavorare assiduamente sulla **trasparenza e sulla semplicità** dei contratti e delle offerte, temi per certi versi ancora scottanti per i consumatori.

¹⁶ La Calabria continua a registrare la percentuale più bassa di apertura al mercato, con l'80,6%, seguita da Campania (83,1%) e Lazio (85,3%).

Turismo energetico

con analisi di **Diego Pellegrino** Portavoce di A.R.T.E.

Se da una parte abbiamo un crescente tasso di switch, dall'altra bisogna anche considerare chi cambia fornitore con il solo obiettivo per non pagare le bollette.

Seppur oggi il termine “turismo energetico”¹⁷ è meno utilizzato, i numeri rappresentati nella relazione ARERA fanno emergere che vi sono tante criticità in merito.

Nonostante siano diversi i fornitori che cercano di limitare i danni grazie all'implementazione di alcune **valutazioni pre acquisizione**, vedi per esempio verifica del numero di cambio fornitore negli ultimi 12 mesi, voltura o sospensione per morosità, negli ultimi 10 anni i casi di turismo energetico, tra luce e gas, viaggiano ad **una media di più di 100 mila casi**. Solo nel 2023 si è arrivati a **182.562**.

È opportuno ricordare che il sistema indennitario, è stato introdotto dal 2009¹⁸ a **tutela degli esercenti alla vendita**, proprio con l'obiettivo di limitare gli effetti negativi derivanti dal mancato incasso dei crediti da parte dei clienti finali morosi, permettendo agli esercenti la vendita di recuperare i crediti insoluti attraverso il corrispettivo di morosità.

¹⁷ È considerato un turista energetico il cliente finale che riceve almeno 2 CMOR consecutivamente.

¹⁸ Delibera ARG/elt 191/09 e successivamente regolamentato dal Testo integrato del sistema indennitario (TISIND) tramite la delibera 593/2017/R/com.

Dal 2011 fino a dicembre 2023, il settore elettrico ha visto l'emissione di oltre **2 milioni di richieste di indennizzo**, per un valore complessivo di **830,5 milioni di euro**, a fronte di crediti insoluti pari a **1.014,8 milioni di euro**.

Nel settore del gas, invece, tale procedura è stata introdotta solamente nel 2019 e al 31/12/2023 le richieste di indennizzo hanno raggiunto quasi il mezzo milione, con un valore complessivo di CMOR pari a **168,8 milioni di euro**, rispetto a crediti insoluti di **195,2 milioni di euro**¹⁹.

Grazie a questo meccanismo i fornitori hanno potuto ridurre l'incidenza dei crediti insoluti, registrando una diminuzione del **82% nel settore elettrico** e del **86% nel settore del gas** per i crediti per cui è stata richiesta l'applicazione del CMOR. Tuttavia, nonostante lo strumento sulla carta si mostri abbastanza efficace, nella realtà uno degli aspetti centrali da parte dei fornitori riguarda le **tempistiche di incasso dei crediti**, dove si registrano tempi medi di incasso dei crediti abbastanza dilatati, con stime che vanno tra **tra i 7 e i 19 mesi**.

Questo intervallo, pur permettendo agli esercenti di avvalersi dei canali standard di riscossione prima dell'attivazione del CMOR, evidenzia come i tempi di recupero possano ancora rappresentare un fattore critico per la liquidità delle imprese di vendita.

¹⁹ Solamente nel 2023 gli indennizzi medi mensili sono stati pari a 23,3 milioni di euro per il settore elettrico e 5,2 milioni di euro per il settore del gas.

A coltempo può capitare che nel giro di poco tempo il cliente finale moroso si ritrovi a **dover fronteggiare due richieste di recupero credito:**

- 1) canali standard, come il recupero del credito;
- 2) la fatturazione del CMOR dal fornitore attuale.

Sul campo si è potuto riscontrare che l'informazione in merito è ancora molto limitata nei clienti finali i quali non comprendono il meccanismo di funzionamento del CMOR.

Senza ombra di dubbio anche su questo fronte, lato Autorità, c'è diverso lavoro da fare, sia per **ridurre le tempistiche d'incasso** da parte dei fornitori, sia per **limitare i disagi dei clienti finali**, seppur morosi.

A tal proposito abbiamo voluto chiedere a **Diego Pellegrino - Portavoce dell'Associazione Reseller e Trader Energia (ARTE)**, di parlarci di com'è vissuto all'interno dell'Associazione e dei Reseller il tema CMOR e Sistema Indennitario.

“Desidero ringraziare Stantup per aver ritagliato uno spazio per dar voce agli artisti di ARTE in merito a questa tematica da cui fin dal primo giorno ci siamo battuti. Testi come questo dovrebbero essere più frequenti nel nostro settore per arricchire sempre più le conoscenze di un settore con diverse sfaccettature e punti di vista, ed è quello che, giorno dopo giorno, facciamo anche all'interno dell'Associazione.

La questione sollevata sulla tempistica della Cmor (Corrispettivo di Morosità) rappresenta una sfida centrale per gli operatori del mercato dell'energia elettrica e del gas in Italia.

L'analisi proposta mette in evidenza un punto critico: i tempi troppo lunghi per il recupero delle somme attraverso questo meccanismo, che impongono un gravoso impatto sulle finanze degli operatori.

Da un lato, è vero che il sistema della Cmor, istituito per tutelare gli operatori dalle morosità dei clienti, è un'innovazione apprezzata e unica nel panorama europeo. Tuttavia, i 19 mesi necessari per ottenere il rimborso risultano del tutto incompatibili con le esigenze di liquidità delle aziende, specialmente in un contesto in cui gli operatori devono già anticipare mesi di importi per le forniture.

La situazione è particolarmente aggravata dall'incertezza e dalla perdita di fiducia che ha caratterizzato il periodo post-pandemia e la crisi energetica del 2021-2022. Le condizioni economiche e di fiducia sono drasticamente mutate, con molti settori che ora optano per pagamenti "a vista", lasciando ancora più vulnerabili gli operatori energetici che devono far fronte a ritardi nei pagamenti da parte dei clienti.

L'attuale dinamica, in cui gli operatori spesso si trovano a percorrere entrambe le strade — il ricorso alla Cmor e il recupero giudiziale —, non è né sostenibile né efficiente. La sovrapposizione delle due fasi, con il conseguente disservizio per i clienti, è il risultato di una gestione che non tiene conto delle reali tempistiche di recupero necessarie a un settore così cruciale.

La soluzione, come suggerito, appare piuttosto chiara: accorciare i tempi di presentazione della richiesta Cmor e quelli di liquidazione. Questo consentirebbe agli operatori di allinearsi meglio alle esigenze di flusso di cassa richieste dal mercato. Oltre a migliorare la gestione finanziaria degli operatori, questa

modifica contribuirebbe a garantire una maggiore continuità operativa e a ridurre la necessità di far ricorso a percorsi giudiziari, spesso altrettanto lenti e costosi.

L'associazione, in questo senso, si trova in prima linea nella difesa di questa causa. Rendere più tempestivo ed efficiente il sistema della Cmor non è solo una necessità tecnica, ma un obiettivo prioritario per la sostenibilità delle attività quotidiane degli operatori, specialmente in un mercato sempre più complesso e competitivo."



Diego Pellegrino
Portavoce A.R.T.E.

26,4

Per i clienti domestici, la media delle offerte commerciali disponibili è passata da 22,5 nel 2022 a 26,4 nel 2023, mentre per i clienti non domestici si è registrato un lieve calo, da 31,6 a 30.

→ Mercato, offerte e pricing

In questo capitolo ci addentriamo nell'analisi dell'andamento dei **prezzi medi dell'energia elettrica** per i consumatori domestici nell'Unione Europea, un aspetto che ha subito importanti variazioni nel corso del 2023. Gli scenari mostrano tendenze contrastanti, con aumenti significativi in alcuni Paesi e riduzioni in altri. Da un lato, troviamo i **Paesi Bassi**, dove i prezzi dell'energia elettrica sono esplosi con un aumento impressionante del **+518%**, mentre dall'altro, la **Danimarca** ha visto una riduzione del **-27%**, una delle più marcate tra i Paesi europei.

Concentrandoci sulle **nazioni più popolate dell'Area Euro**, i dati rivelano che la **Germania** ha registrato i prezzi più alti, con un costo di **0,4203€/kWh**, seguita da **Francia** e **Spagna**, rispettivamente a **0,2365€/kWh** e **0,2602€/kWh**. In **Italia**, il prezzo dell'energia elettrica è cresciuto del **6,1%**, passando da **0,3643€/kWh** a **0,3864€/kWh**. Questa crescita è stata in gran parte guidata dall'aumento degli **oneri e imposte**, dovuto alla revoca dei provvedimenti straordinari che erano stati introdotti per alleggerire gli effetti della crisi energetica.

Alla luce di queste dinamiche, le domande sorgono spontanee: ***Come si sono mossi i fornitori in risposta a queste variazioni di prezzo? Quali strategie commerciali hanno adottato per attrarre e mantenere i consumatori in un contesto di prezzi in aumento?*** In questo capitolo esploreremo le risposte del mercato a queste sfide, analizzando le offerte proposte e i trend nelle politiche sia di vendita che di acquisto.

Offerte commerciali

Per comprendere appieno l'evoluzione delle dinamiche di offerta nel mercato energetico, è essenziale esaminare i dati relativi alle **offerte commerciali** proposte nel 2023. Queste informazioni sono fondamentali per comprendere come le imprese di vendita abbiano adattato le proprie strategie in risposta alle sfide del mercato e alle nuove esigenze dei consumatori.

Nel 2023, il numero medio di **offerte commerciali** proposte dalle imprese di vendita ai potenziali clienti ha evidenziato una crescita significativa, sia per la clientela domestica che per quella non domestica. In particolare, per i **clienti domestici**, la media delle offerte disponibili è passata da **22,5** nel 2022 a **26,4** nel 2023, mentre per i **clienti non domestici** si è registrato un lieve calo, da **31,6** a **30**.

L'incremento del numero medio di offerte commerciali proposte, soprattutto per la clientela domestica, evidenzia un mercato energetico in evoluzione, in cui i **fornitori stanno diversificando** sempre più le opzioni disponibili, anche in virtù della completa liberalizzazione del mercato.

Nel settore del **gas**, invece, la media delle offerte per i clienti domestici è aumentata a **17,1**, rispetto alle **14,1** del 2022, mentre per i condomini e i clienti non domestici sono state rispettivamente di **7,7** e **14,1**. Tuttavia, nonostante l'aumento dell'offerta, il **22% dei venditori** ha proposto solo una singola offerta ai clienti domestici, mentre il **51%** ha messo a disposizione almeno quattro opzioni.

Un altro dato interessante emerso dall'analisi riguarda l'aumento delle offerte acquistabili **esclusivamente online**. Difatti su una media di **26,4** offerte disponibili per i clienti domestici, ben **17,7** erano disponibili solo tramite piattaforme digitali, un aumento rispetto alle **11,7 del 2022**, nonostante **la quota di venditori** che offre almeno una proposta online si è mantenuta stabile al **23%**²⁰.

Nonostante la crescente disponibilità di offerte online, il **tasso di adesione alle offerte digitali** da parte dei consumatori domestici è rimasto limitato: solo il **7,2%** ha scelto di sottoscrivere un contratto online, in calo rispetto al **9,9%** del 2022. La tendenza è simile per i clienti non domestici, dove solo il **2,9%** ha optato per un'offerta online, nonostante la media di **19,8 offerte** digitali disponibili per questa categoria. Cosa ben diversa nel settore gas, dove il **13,4%** dei clienti domestici ha scelto di sottoscrivere contratti online, in crescita rispetto al **10,1%** del 2022²¹.

Questi numeri contrastanti tra le utility luce e gas, in merito al mercato online, lasciano spazio a delle riflessioni, dove in un settore, o più complessivamente in un mondo, orientato sempre più al digitale e alla tecnologia, fa riflettere come nonostante ci sia stato un aumento di disponibilità delle offerte online **il tasso di adesione alle offerte online fa difficoltà a decollare**.

²⁰ Tuttavia, la maggior parte delle imprese presenta un numero di offerte online inferiore rispetto a quelle totali, dimostrando che non tutte le aziende stanno accogliendo le opportunità che il web offre: solamente il 26,4% dei fornitori ha invece reso disponibile l'intera gamma di offerte online.

²¹ Questa modalità rimane meno diffusa tra i condomini (2%) e i clienti non domestici (20,2%).

A mio avviso è da escludere che questo calo possa essere dovuto ad una mancanza di fiducia o familiarità con gli strumenti online da parte dei consumatori, in quanto guardando altri settori, come quello delle assicurazioni, recenti ricerche²² dimostrano come il numero di persone che ha acquistato polizze online è arrivato a quota **57%**, mentre erano solo il **10%** nel 2010. Mentre, con tutta probabilità, riguarda la scarsa capacità dei clienti finali di poter mettere a confronto due offerte e valutare la convenienza, visto il modo e la complessità con cui vengono descritti contratti e offerte. Non a caso, l'Autorità ci dira, nella relazione retail del primo semestre, che è cresciuta significativamente la quota di clienti che hanno scelto un'offerta fortemente non conveniente (a prezzo variabile **22,63%** e **43,57%** a prezzo fisso)²³.

Pricing

In termini di **tipologia di prezzo** il **66,8%** dei clienti domestici ha preferito sottoscrivere contratti a **prezzo fisso**, mentre il **33,2%** ha optato per contratti a prezzo variabile, una quota in crescita rispetto al **23,3%** del 2022. Mentre per i clienti non domestici la tendenza verso il prezzo variabile è stata ancora più marcata: il **68,3%** ha scelto questa opzione, rispetto al **53,1%** dell'anno precedente. Questo anche perché le offerte a prezzo fisso per i non domestici sono ancora limitate dopo la crisi energetica. Un ulteriore elemento di interesse è la **presenza di sconti e abbuoni** che vede il **33,7%** dei clienti domestici sottoscrivere

²² Ricerca "Consumatore digitale" realizzata da Italian Insurtech Association con Join Business Management Consulting.

²³ Monitoraggio sull'evoluzione dei mercati di vendita al dettaglio dell'energia elettrica e del gas - Rapporto di aggiornamento di luglio 2024.

contratti con sconti, spesso legati a promozioni specifiche come la domiciliazione bancaria della bolletta o programmi di referral. In particolar modo tra i contratti a **prezzo fisso**, il **31,8%** dei consumatori ha beneficiato di uno sconto, mentre tra i contratti a **prezzo variabile** la percentuale sale al **37,6%**. Per i clienti non domestici, la quota di contratti con sconto è stata inferiore, attestandosi al **15,9%**, con una prevalenza di sconti nei contratti a prezzo fisso (**21,2%**), rispetto a quelli a prezzo variabile (**13,4%**).

L'indagine annuale ha anche approfondito la presenza di **servizi aggiuntivi** nei contratti di fornitura energetica. Tra i clienti domestici che hanno sottoscritto contratti a **prezzo fisso**, ben l'**80%** ha scelto opzioni che includono combinazioni di servizi aggiuntivi, mentre solo il **29%** di coloro che hanno optato per contratti a prezzo variabile ha fatto lo stesso. I servizi più richiesti continuano a essere l'acquisto di energia da **fonti rinnovabili (51,7%)** e i **servizi energetici accessori (37,6%)**.

Per quanto riguarda i **clienti non domestici**, il **71,3%** di coloro che hanno sottoscritto contratti a prezzo fisso ha scelto opzioni senza servizi aggiuntivi. Di contro il **28,7%** ha mostrato interesse per opzioni come la **garanzia di energia rinnovabile (25,1%)**, mentre un numero esiguo ha optato per servizi energetici accessori o programmi di raccolta punti.

Volendo anche quest'anno riproporre **l'identikit del consumatore medio²⁴ di energia elettrica italiano** lo stesso ha subito un leggero cambiamento, principalmente geografico. Mantenendo la potenza del contatore a **3 kW** è un consumo di circa **2060 kWh**, vede mutare la sua regione di residenza, passando dalla Sardegna alla **Puglia**.

24 L'identikit del consumatore medio tiene conto della regione italiana con il più alto tasso di switching, della percentuale più alta in relazione alla potenza del contatore e al relativo consumo di un domestico residente. Tale identikit può rappresentare un punto di riferimento per le analisi di mercato e i confronti sui consumi energetici delle famiglie italiane.

6.606

Nel 2023, le rettifiche di fatturazione sono state complessivamente 6.606, registrando una riduzione del 37,5% rispetto all'anno precedente.

→ Qualità dei servizi, reclami e indennizzi

Dopo aver fatto una carrellata di **statistiche, dati e confronti** e aver individuato l'identità del consumatore medio, è giunto il momento di approfondire ulteriori numeri riguardanti gli **standard di qualità** inerenti al settore e quindi le relative tematiche come reclami, disservizi, segnalazioni e quant'altro.

L'Autorità, nel corso della sua regolamentazione, ha realizzato un documento il cui acronimo è **TIQV** che sta per **T**esto **I**ntegrato della regolazione della **Q**ualità dei servizi di **V**endita di energia elettrica e di gas naturale.

In breve questo testo disciplina il settore energetico, nonché gli obblighi di fornitori e distributori e la relativa qualità commerciale, con l'obiettivo di garantire dei servizi sempre più di qualità e tutela ai clienti finali.

Ogni procedura all'interno del settore energetico prevede uno standard qualitativo espresso in giorni, entro i quali la controparte interessata deve **svolgere il lavoro** per cui è chiamato in causa, pena il **riconoscimento di un risarcimento**, identificato in un indennizzo²⁵, a favore del cliente finale.

²⁵ Tali indennizzi sono automatici e dovranno essere riconosciuti nella prima fatturazione utile o comunque entro 8 mesi dal mancato rispetto delle tempistiche.

Sia lo standard che l'indennizzo variano in base alla tipologia di prestazione richiesta.

Per esempio: una **risposta al reclamo** prevede un tempo massimo di risposta di 30 giorni solari, i quali decorrono dal momento in cui il venditore ha ricevuto il reclamo scritto. Superato questo termine il cliente finale avrà diritto al relativo indennizzo fino ad un massimo di 60€ per l'energia elettrica e 75€ per il gas.

Il valore dell'indennizzo è sempre proporzionato al ritardo dell'esecuzione dei lavori, fino ad un massimo pari ad oltre il triplo del tempo previsto dallo standard.

Una cosa che è opportuno precisare è che se **nell'anno solare il cliente finale abbia già ricevuto un indennizzo** della stessa tipologia o se il mancato rispetto degli standard non sia riconducibile alla controparte interessata, lo stesso non dovrà essere erogato.

Questi standard si dividono:

- **Standard specifici di qualità commerciale:** sono riferiti alla singola prestazione da garantire al cliente finale e vengono definiti come tempo massimo entro cui la prestazione deve essere effettuata dalla Società. Il mancato rispetto di tali tempistiche comporta la corresponsione al cliente finale di specifici indennizzi;
- **Standard generali di qualità commerciale:** sono riferiti al complesso delle prestazioni rese dalla società e vengono definiti come soglie percentuali minime da rispettare.

Il Testo Integrato della Regolazione della Qualità dei Servizi di Vendita di Energia Elettrica e di Gas Naturale (**TIQV**) stabilisce **standard minimi** e **indicatori di qualità commerciale** a tutela dei clienti finali. Le società di vendita di energia elettrica e gas sono obbligate a rispettare questi standard, che si dividono in **indicatori generali** e **specifici**. Gli **indennizzi automatici** sono previsti per i clienti nel caso in cui le società non rispettino tali standard, in particolare per:

- **Reclami scritti**
- **Rettifiche di fatturazione**
- **Doppia fatturazione**
- **Richieste scritte di informazioni**

Se un venditore non rispetta gli standard specifici, il cliente riceve un **indennizzo automatico** con la prima fattura utile. L'indennizzo è di **25 euro**, ma raddoppia se la prestazione viene eseguita con un ritardo superiore al doppio del tempo standard e triplica se il ritardo supera il triplo del tempo previsto. Tuttavia, l'indennizzo non è dovuto in determinate circostanze, come nel caso di **cause di forza maggiore**, reclami con **informazioni incomplete**, o quando il **cliente o terzi** sono responsabili del problema.

Nel **2023**, un totale di **512 imprese** ha comunicato i dati relativi alla qualità commerciale dei servizi di vendita nel settore dell'energia elettrica, servendo complessivamente **32,5 milioni di clienti elettrici**. I **tempi medi di esecuzione** delle prestazioni commerciali (risposta ai reclami, richieste di informazioni, rettifiche di fatturazione) sono risultati **inferiori agli standard previsti**.

TAV. 2.98 Prestazioni del servizio di vendita nel settore elettrico e tempi medi effettivi nel 2023 (in giorni solari e valori percentuali)

PRESTAZIONI	STANDARD SPECIFICI	% STANDARD GENERALI	TEMPI MEDI EFFETTIVI
Tempo massimo di risposta motivata ai reclami scritti	30	-	18,79
Tempo massimo di rettifiche di fatturazione	60 o 90 ^(A)	-	26,37
Tempo massimo di rettifiche di doppia fatturazione	20	-	19,51
Risposte a richieste scritte di informazione inviate entro il tempo massimo di 30 giorni solari	-	95%	10,06

(A) 90 giorni in caso di fatture con periodicità quadrimestrale.

Fonte: ARERA, elaborazioni su dati dichiarati dagli operatori.

Le **richieste di informazione** ricevute dalle imprese sono state **329.429**, segnando un aumento del **5,2%** rispetto all'anno precedente. Di queste, la maggior parte (**71,14%**) proveniva da clienti domestici, mentre il **19,56%** da clienti non domestici. Il **77,6%** delle richieste proveniva da clienti del mercato libero, con un **60,90%** di queste provenienti da clienti domestici. I clienti del mercato tutelato rappresentano una quota minore (**11,39%**), e i clienti multisito hanno contribuito con l'**8,52%**.

Per quanto riguarda le **richieste di informazioni scritte** nel settore gas, **la fatturazione** ha dominato con il **46,68%** delle richieste, seguita dalle **questioni contrattuali** (**17,8%**) e dalle **tematiche di mercato** (**8,7%**).

Nel 2023, le **rettifiche di fatturazione** sono state complessivamente **6.606**, registrando una riduzione del **37,5%** rispetto all'anno precedente.

Queste rettifiche hanno riguardato principalmente:

- **55,8%** i clienti domestici del mercato libero
- **28,28%** clienti non domestici del mercato libero
- **10,07%** clienti multisito

- **3,45%** clienti domestici in tutela
- **1,91%** clienti in media tensione
- **0,5%** clienti non domestici in tutela.

Proseguendo nell'analisi dell'oggetto dei reclami abbiamo le rettifiche per **doppia fatturazione** causate da errori nelle procedure di **switching**, le quali risultano essere **1.320**, un incremento del **+85,1%** rispetto all'anno precedente. Sebbene questo aumento sia significativo, il numero di rettifiche rimane comunque limitato rispetto al totale degli switch effettuati nell'anno.

Queste rettifiche hanno interessato principalmente i clienti domestici (**89,01%**), di cui:

- **circa il 60%** si trovava nel mercato tutelato;
- **il 30,3%** nel mercato libero;
- **il 7,35%** clienti non domestici
- **il 3,41%** ha coinvolto i clienti multisito.

Un aspetto significativo emerso dai dati è che, nel **98,85%** dei casi, il **mancato rispetto degli standard specifici** per la gestione delle rettifiche è stato attribuito a responsabilità diretta dell'impresa. Solo **l'1,14%** dei casi è stato causato da terzi, e un irrisorio **0,01%** è riconducibile a cause di forza maggiore.

Questi dati fanno comprendere come nella **gestione interna delle operazioni di switching** dei vari fornitori ci sia ancora da lavorare e margine di miglioramento per evitare errori che impattano direttamente sui clienti.

Nel settore del gas, invece, le **rettifiche di doppia fatturazione** hanno mostrato una **diminuzione del 33,7%**, con **269 casi** segnalati²⁶.

A seguito del **mancato rispetto degli standard di qualità commerciale**, i fornitori hanno erogato oltre **2,7 milioni di euro** di indennizzi automatici, prevalentemente destinati ai clienti domestici del mercato libero.

Il significativo numero di indennizzi erogati evidenzia la necessità di concentrarsi su una maggiore efficienza delle procedure operative e su un monitoraggio costante del rispetto degli standard di qualità commerciale. Questo non è solo un obbligo regolamentare, ma anche una **priorità strategica** per le imprese del settore. Il miglioramento dei processi interni non solo può portare ad un numero inferiore di indennizzi erogati, quindi più denaro nelle casse dei fornitori, ma al contempo riduce anche i possibili disservizi nei confronti dei clienti finali, contribuendo a costruire un rapporto di **fiducia più solido**.

Quando i clienti si sentono tutelati e vedono che l'azienda risponde prontamente alle problematiche, il legame di fiducia, inevitabilmente, si rafforza, **andando oltre alla semplice fornitura di un servizio** (ricorda che vendi una commodity). Al contrario, continui disservizi o il mancato rispetto degli standard di qualità finiscono per erodere questa fiducia, spingendo i clienti a cercare alternative.

²⁶ La maggioranza dei quali (66,9%) proveniva da clienti domestici del mercato libero.

Ridurre le criticità operative, quindi, significa non solo evitare sanzioni e indennizzi, ma anche promuovere una **fidelizzazione più duratura** nel tempo.

È importante ricordare che, nel contesto di un mercato sempre più competitivo come quello dell'energia, la **soddisfazione del cliente** non è più solo un valore aggiunto, ma una necessità fondamentale. L'attenzione alle procedure operative, alla trasparenza e alla qualità del servizio può fare la differenza tra mantenere un cliente o perderlo a favore di un competitor.

Migliorare questi aspetti non solo ridurrà i disagi a breve termine, ma creerà le condizioni per una **relazione di lungo periodo** con il cliente, garantendo al contempo un beneficio reputazionale per l'azienda e una maggiore stabilità nel tempo.

I reclami scritti

Passiamo ad un tema molto caldo del settore: quello dei reclami. Un aspetto spesso sottovalutato, tuttavia può avere dei risvolti non indifferenti, di cui ne abbiamo accettato anche nel paragrafo precedente. Nel 2023 i reclami ricevuti, in merito dai fornitori ammontano a **526.623 reclami scritti**²⁷, registrando una diminuzione del **2,64%** rispetto all'anno precedente²⁸.

²⁷ I dati di qualità commerciale della vendita relativi al 2023 sono stati trasmessi da 632 operatori, che rappresentano oltre 53,1 milioni di clienti (contabilizzando insieme clienti elettrici e clienti gas). Nello specifico 593 imprese di vendita rispondenti hanno dichiarato di aver fornito nell'anno almeno un cliente finale.

²⁸ Il 61,84% è riconducibile a clienti del settore elettrico, il 32,23% a clienti del settore del gas e il 5,93% a clienti dual fuel.

Le problematiche di **fatturazione** hanno rappresentato la principale fonte di reclamo, con il **42,1%** del totale, seguite dalle **vicende contrattuali (16,53%)** e dalle **condizioni di mercato (14,02%)** e **morosità e sospensione della fornitura (8,7%)**.

***Curiosità:** Nel mercato dual fuel, i reclami scritti sono diminuiti dell'11,8%, mentre le richieste di informazioni hanno subito una leggera flessione del 5,7%. Le rettifiche di fatturazione hanno visto una riduzione del 16,8%, mentre le rettifiche per doppia fatturazione sono aumentate del 32,1%. Tra i reclami più comuni nel dual fuel, la fatturazione ha rappresentato il 48,6% delle contestazioni, con un aumento rispetto al 46,1% del 2022.*

Il rapporto sui reclami mette in luce diversi spunti di riflessione importanti per i reseller di energia elettrica, in primis la gestione dei reclami stessa.

In particolare evidenzia come alcuni aspetti critici, come la fatturazione e le vicende contrattuali, continuino a rappresentare la principale **fonte di insoddisfazione per i clienti**. Questi elementi non sono solo dati statistici, ma veri e propri segnali che suggeriscono la necessità di miglioramenti concreti nell'**esperienza del cliente**, che può passare per la regolamentazione del settore, quindi da obblighi, ma anche da un maggiore quid in più da parte delle società di vendita, i quali potrebbero semplificare informazioni e processi a favore dei propri clienti.

A mio avviso per un reseller di energia elettrica, il primo punto di attenzione deve essere proprio la **trasparenza**. A differenza dei big player, dove i clienti sono solamente dei numeri, per società

“più piccole” il rapporto con il cliente deve essere analogalmente quella “**del buon padre di famiglia**”: rendere più snelle e intuitive le procedure per i clienti, magari offrendo supporto digitale o tutorial passo-passo, **migliorare i tempi di risposta** potrebbe abbassare drasticamente il tasso di reclami e abbandono, a favore della fiducia.

Soddisfazione dei clienti finali sulla gestione del reclamo

Sui numeri visti nel paragrafo precedente l'Autorità ha svolto un'ulteriore indagine riguardante la **soddisfazione sull'assistenza ricevuta** in merito ai reclami e alle richieste di informazioni, nella quale sono state coinvolte 18 imprese²⁹.

In particolare è stato misurato il **grado di soddisfazione dei clienti intervistati in relazione all'assistenza ricevuta** a seguito di un reclamo nel quale è emerso che il **60,1%** dei clienti intervistati si è dichiarato complessivamente soddisfatto della risposta ricevuta, mentre il 39,9% è risultato insoddisfatto. **Tra gli insoddisfatti il 17,1%** ha addirittura affermato di essere gravemente insoddisfatto.

Analizzando ulteriormente i dati in base alla tipologia di cliente, i delegati professionisti risultano essere i più soddisfatti, con il **65,2%** di soddisfazione, seguiti dai clienti titolari di contratto, che hanno raggiunto il **61,4%** di soddisfazione. Al contrario, i delegati non professionali (figli, parenti, amici del titolare) sono risultati

²⁹ Le quali forniscono circa 43 milioni di clienti, pari all'80,71% dei clienti complessivi.

essere i meno soddisfatti³⁰, con il **53,0%** di soddisfazione³¹. Seppur le percentuali non si discostano più di tanto questi dati ci rivelano come un professionista, al contrario di un "semplice consumatore" che magari non conosce approfonditamente la materia, risulta essere più soddisfatto delle informazioni ricevute a seguito di un reclamo.

Posso confermare questa informazione proprio per esperienza personale dove, in conciliazione, sia la controparte (quindi i fornitori) che i conciliatori ARERA sottolineano come le stesse conciliazione siano più lineari e pacate quando ad interloquire non è il consumatore (in veste di titolare del contratto di fornitura o parente/amico delegato).

Un'ulteriore conferma arriva dall'esperienza con la figura di **Tutor Conciliatore**³²: la possibilità per i clienti finali di interfacciarsi con qualcuno esterno all'azienda abbassa quella sorta di prevenzione e diffidenza nei confronti della risoluzione della problematica o semplicemente richiesta di informazioni.

30 Le principali motivazioni di insoddisfazione riguardano la chiarezza sui tempi in cui il problema è stato o verrà risolto (40,3%), la completezza delle indicazioni sulle modalità in cui verrà risolto il reclamo (30,4%), le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo (38,3%) e la chiara indicazione di un referente aziendale per chiarimenti (34,9%).

31 Il grado di soddisfazione risulta essere leggermente inferiore nei consumatori del mercato libero con il 58,4% di soddisfazione contro il 67,1% del mercato tutelato.

32 Il Tutor Conciliatore è un servizio Stantup per poter permettere ai Reseller di essere assistiti nella gestione dei reclami e delle pratiche aperte verso lo sportello del consumatore da parte dei clienti finali.

Riguardo alla **risoluzione dei reclami** nel campione intervistato il **43,0%** dei clienti i quali hanno inviato un reclamo non ha risolto il problema³³. In merito a ciò è interessante scoprire come:

- il **44,3%**, prima di scrivere un reclamo, si era rivolto al call center aziendale;
- il **16,6%** aveva già presentato un reclamo in precedenza;
- il **16,1%** aveva provato altri canali dell'azienda;
- il **6,3%** si è recato presso altri punti di contatto aziendali fisici;
- il **4,8%** ha contattato un'associazione dei consumatori;
- il **3,4%** si è rivolto allo Sportello per il consumatore energia e ambiente;
- il **2,8%** ha consultato un legale di fiducia o un commercialista.

Questo indica che i clienti intervistati hanno spesso tentato diverse vie e contatti prima di decidere di presentare un reclamo scritto. Come si può notare dalle principali motivazioni i **clienti finali vogliono essere assistiti e guidati con le giuste informazioni** e soprattutto vogliono indicazioni chiare sulle tempistiche in cui la problematica verrà risolta.

³³ I motivi dei reclami riguardano per il 48,8% problemi legati alla fatturazione. Seguono le vicende contrattuali con il 29,5%, i temi del mercato con l'11,8%, la misura con il 9,3%, e la morosità e sospensione della fornitura con il 6,8%. Mentre la qualità commerciale e tecnica rappresentano rispettivamente il 6,1% e il 5,1% delle motivazioni dei reclami.

Scendendo più in verticale sui reclamo l'indagine sui reclami condotta dall'Autorità ha rivelato che il **57,6% dei clienti** intervistati, su un **campione di 13520**, si è dichiarato **soddisfatto** delle risposte ricevute in seguito alla presentazione di un reclamo. Tuttavia, il **42,4%** degli intervistati ha espresso un grado di **insoddisfazione**, evidenziando che una parte rilevante della clientela ritiene che vi sia margine di miglioramento nella gestione delle problematiche segnalate.

Nel dettaglio, il **27,1%** di coloro che si sono dichiarati insoddisfatti ha giudicato la risposta scritta ricevuta come **non soddisfacente**, mentre un ulteriore **15,3%** ha espresso un giudizio di **grave insoddisfazione**.

I risultati dell'indagine sui reclami evidenziano una situazione chiara: mentre **più della metà dei clienti** si è dichiarata soddisfatta delle risposte ricevute, una parte significativa, il **42,4%**, rimane insoddisfatta. Questo dato non può essere ignorato, soprattutto considerando che un **15,3%** di questi clienti si è detto **gravemente insoddisfatto**.

Per i **reseller di energia elettrica**, questo è un segnale importante. Siamo sempre là: una risposta insoddisfacente a un reclamo non solo influisce sulla percezione del servizio offerto, ma può compromettere la fiducia che il cliente ripone nell'azienda anche in modo esponenziale (abbiamo affrontato questo aspetto sia nella scorsa relazione sia ad ABC Reseller V).

È quindi fondamentale adottare alcune strategie chiave per migliorare questa situazione:

1. **Comunicazione chiara e trasparente:** Molti clienti trovano insoddisfacenti le risposte perché non forniscono le informazioni che cercano o non risolvono davvero il problema. Investire in una **comunicazione più chiara** e personalizzata potrebbe fare la differenza. Una risposta generica non sempre soddisfa, mentre spiegazioni dettagliate e soluzioni concrete mostrano attenzione al cliente.
2. **Ridurre i tempi di risposta:** Spesso, l'insoddisfazione deriva anche dai tempi di attesa. Rispondere prontamente non solo rientra negli standard di qualità, ma fa sentire il cliente ascoltato e importante. Potrebbe essere utile implementare **processi interni più efficienti** per gestire i reclami e accelerare i tempi di risoluzione.
3. **Formazione del personale:** Assicurarsi che chi gestisce i reclami abbia una **formazione adeguata** per affrontare situazioni delicate. Spesso, un operatore ben preparato è in grado di trasformare una potenziale frustrazione in un'opportunità per migliorare la relazione con il cliente.
4. **Monitorare il feedback dei clienti:** Creare **canali di ascolto continuo** e analizzare il feedback può aiutare a capire quali aree del servizio stanno creando insoddisfazione e come migliorare. Questo non solo riduce i reclami futuri, ma rafforza il rapporto con i clienti.

In sintesi, i reseller devono vedere ogni reclamo come un'opportunità per **migliorare l'esperienza del cliente**. Risolvere rapidamente (evitando di spingersi fino alla conciliazione) e in

modo efficace i problemi dimostra impegno e professionalità, contribuendo a costruire un rapporto di fiducia che, a lungo termine, favorisce la **fidelizzazione** e un'immagine aziendale positiva.

Qualità dei servizi telefonici

La regolazione della **qualità commerciale** dei servizi telefonici per i settori elettrico e gas è stata introdotta con l'obiettivo di **proteggere i clienti** e garantire un servizio **efficiente e accessibile**. L'Autorità ha fissato specifici standard minimi, volti a migliorare l'interazione tra venditori e clienti, riducendo i tempi di attesa per parlare con un operatore e limitando le linee occupate. Tra gli obblighi principali, figurano:

- **Semplicità dell'albero fonico**: i clienti devono poter parlare con un operatore dopo non più di due scelte (o tre se ci sono più servizi).
- **Disponibilità del servizio**: il servizio telefonico con operatore deve essere disponibile per almeno **35 ore settimanali**.
- **Numero verde gratuito**: deve essere garantito almeno un **numero verde gratuito** da rete fissa per ogni operatore.
- **Informazioni pubbliche**: il numero del call center, gli orari e le tipologie di chiamate abilitate devono essere **pubblicati online** e in fattura.
-

Queste regole mirano a migliorare la **trasparenza** e l'**accessibilità**, rendendo il servizio telefonico più semplice e diretto per i clienti finali.

Per i venditori di energia con meno di **10.000 clienti**, e che servono almeno l'**85%** dei clienti in tre comuni limitrofi, è prevista una **disciplina semplificata** per la gestione dei servizi telefonici, data la prevalenza di contatti tramite sportelli fisici sul territorio. Le aziende più grandi, invece, sono tenute a **comunicare i dati** relativi alla qualità dei loro servizi telefonici.

Nel 2023, queste aziende hanno dichiarato di servire complessivamente oltre **51,1 milioni di clienti**, di cui più di **32 milioni** nel settore elettrico (con il **77%** sul mercato libero) e **19 milioni** nel settore gas (**72,8%** sul mercato libero).

Il **numero totale di chiamate** ricevute dai clienti di entrambi i settori si è avvicinato ai **50 milioni**, con un leggero aumento rispetto all'anno precedente. In media, ogni cliente ha effettuato **0,97 chiamate** nel 2023, rispetto alle **0,94** del 2022.

In termini di **tempi medi di attesa**, la maggior parte dei clienti ha potuto parlare con un operatore senza dover richiamare, con un tempo medio di attesa inferiore ai **180 secondi**, in linea con lo standard fissato dall'Autorità.

Sportello del consumatore

Nel corso del 2023, lo **Sportello per il consumatore energia e ambiente** ha introdotto diverse innovazioni digitali per **semplificare l'accesso e l'utilizzo** del Portale Unico, offrendo un'esperienza più fluida e accessibile agli utenti. Tra le principali novità, si segnala l'integrazione del sistema di autenticazione tramite credenziali **CIE (Carta di Identità Elettronica)** di livello 2, che ha semplificato ulteriormente l'accesso rispetto alle

credenziali di livello 3. Questo nuovo sistema non richiede l'uso di dispositivi di lettura CIE o smartphone con tecnologia NFC, ma permette l'autenticazione tramite l'**App CielD** o un **codice OTP** inviato via SMS, facilitando così l'interazione con il portale. Inoltre, una significativa innovazione è rappresentata dalla digitalizzazione completa della procedura di presentazione della domanda al **Servizio conciliazione**, che ora consente l'inserimento di autodichiarazioni ai sensi del **DPR 445/2000**.

Per rendere il processo ancora più agevole, è stata implementata la **firma elettronica qualificata one shot**, gratuita e ottenibile dopo una semplice identificazione tramite SPID/CIE o video-riconoscimento. Questa firma può essere utilizzata anche per firmare i verbali di accordo, migliorando l'efficienza, la trasparenza e la rapidità delle procedure di conciliazione.

Nel 2023, il **call center dello Sportello** ha registrato un totale di **1.546.809 chiamate** durante l'orario di servizio, segnando un **aumento del 23%** rispetto al 2022. Di queste, le chiamate effettivamente gestite dagli operatori, ovvero quelle a cui è stata data risposta, sono state **1.209.482**, con un incremento di circa 195.000 chiamate rispetto all'anno precedente.

La durata media delle conversazioni è cresciuta, raggiungendo i **252 secondi**, in aumento rispetto ai **238 secondi** del 2022, a testimonianza della crescente complessità delle richieste. Il **97% delle chiamate** ricevute dal call center ha riguardato i settori dell'**energia elettrica** e del **gas**, confermando l'andamento già registrato nel 2022, quando queste tematiche rappresentavano il **96%** delle chiamate gestite.

Di particolare rilevanza è l'aumento delle chiamate relative al **superamento delle tutele di prezzo** nei settori energetici: sono state gestite **64.473 chiamate** su questo tema, con un incremento di circa **52.000 chiamate** rispetto al 2022. Questo dato riflette il crescente interesse e la necessità di informazioni da parte dei consumatori in merito alle modifiche normative e alle nuove condizioni di mercato.

Nonostante l'aumento complessivo del volume di chiamate e la complessità delle conversazioni, che spesso riguardavano più quesiti, il **tempo medio di attesa** per parlare con un operatore è cresciuto a **333 secondi**, con un aumento di **66 secondi** rispetto al 2022. Tuttavia, la qualità complessiva del servizio è rimasta **elevata**, con un livello di accessibilità del **88%**, dimostrando la capacità del call center di mantenere un buon standard operativo nonostante l'aumento delle richieste.

Questi risultati sottolineano l'importanza dell'**evoluzione digitale** e di un servizio clienti efficiente per rispondere alle crescenti esigenze dei consumatori, migliorando l'accessibilità e la trasparenza nel settore energetico.

Segnalazioni

I dati relativi alla qualità commerciale trasmessi da **632 operatori** nel settore dell'energia elettrica e del gas, che coprono un totale di **oltre 53,1 milioni di clienti**, evidenziano significativi trend nel trattamento di **reclami** e **richieste di informazioni**. Tra le **593 imprese di vendita** attive, sono stati riportati **526.623 reclami**, con una **diminuzione del 2,64%** rispetto all'anno precedente.

La distribuzione settoriale dei reclami mostra una predominanza del settore **elettrico** con il **61,84%**, seguito dal settore **gas** con il **32,23%** e dai clienti **dual fuel** con il **5,93%**.

Le principali cause di reclamo si sono concentrate su:

- **Fatturazione: 42,1%** dei reclami, in **aumento** rispetto al 2022.
- **Contratti: 16,53%**, un dato stabile rispetto all'anno precedente.
- **Mercato: 14,02%**, in **leggera diminuzione** rispetto al 2022.
- **Morosità e sospensione della fornitura: 8,7%**, in **aumento**.

Questi temi hanno rappresentato l'**81,35%** del totale dei reclami, evidenziando una continuità nelle problematiche affrontate dai clienti.

Sul fronte delle **richieste di informazioni**, si è registrato un incremento del **5,97%**, con **536.870 richieste**. Il **61,36%** delle richieste proveniva dal settore elettrico, seguito dal gas con il **29,62%** e dai clienti dual fuel con il **9,02%**.

Per quanto riguarda le **rettifiche di fatturazione**, si è osservata una diminuzione del **29,46%**, con **18.068 rettifiche** gestite. Tuttavia, le **rettifiche di doppia fatturazione** hanno subito un **aumento del 41,76%**, totalizzando **1.626 casi**.

Il mercato libero ha avuto un ruolo predominante, rappresentando:

- **82,65%** delle richieste di informazioni.
- **78,77%** dei reclami.
- **80,96%** delle rettifiche di fatturazione.

Infine, sono stati erogati **65.047 indennizzi** ai clienti, per un totale di **oltre 2,8 milioni di euro**, con il **97,29%** degli indennizzi dovuti a **ritardi nella gestione dei reclami**.

Questi dati confermano la necessità di una **continua attenzione** alle problematiche legate a fatturazione e contratti, che rimangono le principali cause di insoddisfazione tra i consumatori.

Qualità di risposta ai reclami

L'indagine di **customer satisfaction** condotta nel **2023** dall'Autorità ha avuto l'obiettivo di valutare la qualità delle risposte fornite ai **reclami scritti** e alle **richieste di informazioni**, come previsto dal Testo Integrato della Qualità dei Servizi di Vendita (**TIQV**).

Coinvolgendo **20 imprese** del settore energetico e rappresentando circa **45 milioni di clienti**, ovvero l'**84,9%** del totale nei settori **elettrico** e **gas**, l'indagine ha raccolto giudizi diretti sui processi di gestione dei reclami e delle richieste di informazioni, utilizzando oltre **15.000 interviste** attraverso metodi telefonici e online. I risultati evidenziano una realtà articolata in cui più della metà dei clienti intervistati (**57,6%**) si è dichiarata **soddisfatta** della risposta ricevuta, ma una parte significativa, pari al **42,4%**, ha espresso **insoddisfazione**.

Tra coloro che hanno giudicato negativamente la risposta, il **27,1%** ha dichiarato che la soluzione proposta non era soddisfacente, mentre il **15,3%** ha espresso un giudizio di **grave insoddisfazione**. Interessante notare che i **delegati non professionali**, come parenti o amici, hanno mostrato un livello di soddisfazione leggermente più alto (**58,5%**) rispetto ai titolari del contratto (**57,4%**) e ai delegati professionisti, come avvocati o rappresentanti delle associazioni di consumatori (**57,1%**).

Un dato rilevante riguarda la differenza tra i clienti del **mercato libero** e quelli del **mercato tutelato**: nel mercato libero, il **66,9%** dei clienti ha espresso un giudizio positivo, un risultato superiore alla media, mentre nel mercato tutelato solo il **54,5%** si è detto soddisfatto. Questo suggerisce che i clienti del mercato libero, probabilmente abituati a un'interazione più dinamica e concorrenziale con i fornitori, tendono a percepire in modo più positivo la gestione delle loro richieste. La **risoluzione dei reclami** emerge come un fattore cruciale: l'**82,8%** dei clienti che ha visto il proprio problema risolto ha espresso soddisfazione, un dato che scende drasticamente al **23,8%** per coloro che non hanno ottenuto una soluzione e al **56,1%** per chi ha ottenuto solo una risoluzione parziale. È evidente che la capacità di risolvere efficacemente i problemi dei clienti incide fortemente sulla percezione complessiva del servizio.

In merito al percorso che i clienti seguono prima di presentare un reclamo scritto, il **53,7%** si è rivolto al **call center aziendale**, il che suggerisce che spesso i clienti tentano di risolvere il problema per via telefonica prima di intraprendere la strada formale del reclamo. Tuttavia, il **16,7%** aveva già presentato un reclamo precedente, mentre il **29,7%** ha scelto direttamente

la via scritta senza aver tentato altre modalità. Questo aspetto evidenzia l'importanza della gestione proattiva del cliente già nelle fasi iniziali del contatto, in particolare attraverso i call center.

La **fatturazione** è emersa come la causa principale di insoddisfazione, rappresentando il **57,7%** dei reclami, con un netto aumento rispetto al **48,8%** del **2022**. I **problemi contrattuali**, invece, hanno riguardato il **24,8%** dei reclami, segnando una leggera diminuzione rispetto all'anno precedente.

Le questioni legate alla **misurazione dell'energia** sono rimaste pressoché stabili, con il **10,4%** dei reclami, mentre i casi di **morosità o sospensione della fornitura** sono aumentati al **7,6%**, in crescita rispetto al **6,8%** del **2022**. Questi dati evidenziano chiaramente come la fatturazione e la gestione dei contratti rimangano le aree più critiche per i clienti, richiedendo un approccio più tempestivo e accurato da parte dei venditori.

L'indagine condotta ha inoltre fornito un quadro dettagliato della **conoscenza degli standard specifici** e degli **indennizzi** da parte dei clienti che hanno presentato reclami o richieste di informazioni. Tra i clienti che hanno inoltrato un reclamo, solo il **18,3%** era a conoscenza dell'esistenza di standard specifici e degli indennizzi per ritardi nelle risposte, mentre il **23,7%** ne aveva sentito parlare e una significativa maggioranza, pari al **58%**, non era a conoscenza di tali meccanismi.

Questo dato evidenzia un'area di miglioramento cruciale per i fornitori, che potrebbero incrementare la trasparenza e l'informazione verso i consumatori.

La situazione non appare molto diversa tra i clienti che hanno presentato una **richiesta di informazioni**: solo il **10,4%** conosceva gli indennizzi per risposte tardive, mentre il **36,6%** ne aveva una conoscenza parziale e il **53%** non ne era al corrente. Questi numeri mettono in evidenza una potenziale **lacuna informativa**, che potrebbe essere colmata attraverso una maggiore comunicazione proattiva da parte delle imprese.

L'indagine ha inoltre portato alla luce una **discrepanza nella classificazione** delle richieste da parte dei venditori. Tra i **2.000 clienti** intervistati, **119** hanno dichiarato di aver presentato un reclamo, piuttosto che una semplice richiesta di informazioni, ma hanno rifiutato di partecipare all'intervista. Questo dato indica una **potenziale imprecisione** nei processi di gestione delle segnalazioni da parte dei venditori, suggerendo la necessità di un miglioramento nella classificazione e gestione delle interazioni con i clienti.

Questi risultati offrono una chiara indicazione delle aree in cui i venditori devono **focalizzare gli sforzi** per migliorare il livello di informazione e la precisione nelle comunicazioni con i clienti. Aumentare la consapevolezza degli standard e degli indennizzi associati, oltre a ottimizzare la gestione dei reclami e delle richieste di informazioni, rappresenta un'opportunità per rafforzare la fiducia e la soddisfazione del cliente nei confronti delle aziende del settore energetico.

Il Servizio conciliazione

Nel contesto complessivo un altro aspetto da considerare è quello delle conciliazioni, uno strumento sempre più centrale nel rapporto tra fornitori e clienti finali.

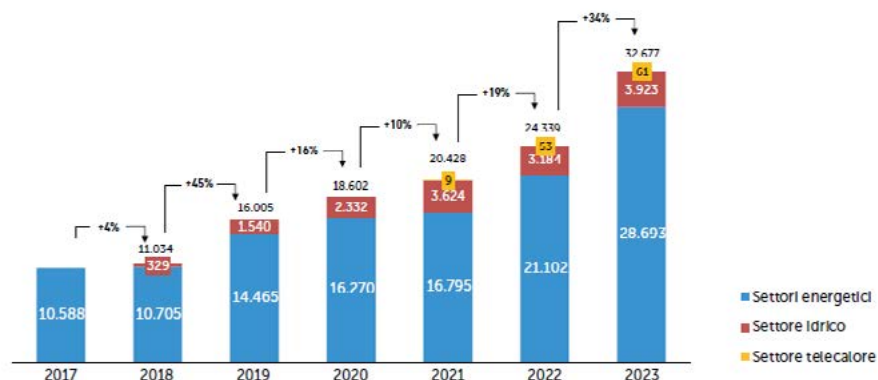
In questo paragrafo analizzeremo i dati relativi al 2023, evidenziando l'importanza e l'impatto delle domande di conciliazione, con un focus sulle forniture nel **mercato libero** e sulle tendenze che hanno caratterizzato l'anno.

Il **Servizio Conciliazione**, istituito dall'Autorità, garantisce un metodo alternativo di risoluzione delle controversie (ADR). È opportuno ricordare che la **partecipazione è obbligatoria** degli operatori, consente di ottenere un **titolo esecutivo**, che può essere utilizzato per far valere i termini dell'accordo, o viceversa assolvere il tentativo di procedibilità, in sede giudiziaria, se necessario.

Nel 2023, il **servizio Conciliazione** ha registrato un totale di **32.677 domande**³⁴ in ingresso, con una media di **131,3 domande** al giorno lavorativo, segnando un **incremento del 34%** rispetto ai volumi del 2022, confermando una crescita costante dal 2017.

³⁴ Tra le regioni con il maggior numero di domande per abitante abbiamo l'Abruzzo, la Sardegna e la Basilicata.

FIG. 10.5 Trend domande presentate al Servizio conciliazione (2017-2023)



Fonte: Servizio conciliazione.

L'aumento è stato particolarmente significativo nei **settori energetici**, che hanno registrato un incremento del **36%**, con circa **7.600 domande (di cui 6.800 riguardanti utenze domestiche)** in più rispetto all'anno precedente. Di queste domande, il **78%** ha riguardato forniture nel **mercato libero**.

La **fatturazione** si è confermata il principale argomento delle domande di conciliazione nei settori energetici, rappresentando il **46%** delle domande (-1% rispetto al 2022): i principali sub-argomenti delle domande sulla fatturazione sono stati i **consumi (37%)** e gli importi per **consumi risalenti a più di due anni (22%)**.

Altri argomenti rilevanti sono stati per il **23%** i **contratti** e per il **6%** danni, questioni legate alla **morosità e sospensione** della fornitura e controversie relative al **mercato**³⁵ (**+3%** rispetto al 2022).

La percentuale di adesione alle procedure di conciliazione ha raggiunto il **99,5%**, con i pochi casi di mancata adesione attribuibili principalmente a operatori di piccole dimensioni.

L'Autorità ha già intimato a **15 società** di conformarsi all'obbligo e, in caso di ulteriore inadempimento, potrebbero essere avviati procedimenti sanzionatori. In tal senso dal **2017**, l'Autorità ha emesso **sanzioni pecuniarie** contro **sette operatori energetici** per il mancato rispetto della normativa, con sanzioni che variano da **2.500 a 1,5 milioni di euro**, oltre alla possibilità di fermo attività fino a **6 mesi** in caso di recidiva.

Interessante notare che, nel **43%** delle procedure di conciliazione, i venditori di energia hanno richiesto la convocazione del **distributore** territorialmente competente come supporto tecnico³⁶.

Infine il **tasso di accordo** nelle procedure di conciliazione concluse è aumentato di **1 punto percentuale**, raggiungendo il **70%**, mentre nel **settore gas** è stato registrato il tasso di accordo

³⁵ Reclami e richieste sulle modalità di conclusione dei nuovi contratti, reclami relativi alle tempistiche dello switching e alle condizioni economiche proposte dal venditore in sede di offerta rispetto a quelle previste in contratto ed applicate.

³⁶ Nel 61% dei casi, il distributore convocato è stato quello di energia elettrica, mentre nel 32% delle procedure si è trattato del distributore del settore gas, in aumento di 1 punto percentuale.

più alto, pari al **74%**, in crescita di **2 punti percentuali** rispetto al 2022, dove complessivamente hanno generato un valore di **23,5 milioni di euro** a favore dei clienti finali sotto forma di rimborsi, ricalcoli di fatture errate, indennizzi o rinuncia a spese e interessi moratori.

Questi numeri mettono in luce una serie di aspetti cruciali che i **reseller di energia** devono tenere in considerazione per migliorare la gestione delle controversie con i propri clienti. L'incremento del **34%** nelle domande di conciliazione rispetto al 2022, con una media di **131,3 domande** al giorno, rappresenta una tendenza di crescita che non può essere sottovalutata, soprattutto considerando che il **36%** dell'aumento riguarda specificamente i **settori energetici**. Questo dato, unito al fatto che il **78%** delle domande proviene da forniture nel **mercato libero**, indica che i fornitori devono adottare misure preventive e migliorare i propri processi interni per **evitare l'escalation** verso il servizio conciliazione.

Un altro elemento di rilievo è l'**adesione obbligatoria** alle procedure di conciliazione: il rispetto di questa normativa è imprescindibile, dato che l'Autorità ha già dimostrato la propria severità con sanzioni pecuniarie e stop all'attività di vendita. È fondamentale quindi non solo rispettare gli obblighi di adesione, ma anche adottare un approccio che privilegi la **risoluzione preventiva delle controversie**, evitando lunghe e inutili trafilè.

Infine, il **tasso di accordo** nelle procedure di conciliazione, che è aumentato al **70%** e ha raggiunto il **74%** nel settore gas, è un segnale positivo per l'efficacia di queste procedure. Tuttavia, questo dato deve essere visto come un'ulteriore opportunità per

i reseller: risolvere le controversie in modo rapido e soddisfacente non solo previene escalation costose, ma permette anche di **migliorare il rapporto di fiducia** con i propri clienti..

BOLLETTA

2.0

Nuovo obiettivo per rendere la bolletta più semplice, comprensibile e uniforme per i clienti finali.

Aggiornamenti del settore

a cura di Dino Maresca

La relazione annuale di ARERA trova anche spazio per approfondire quelle che sono state le **introduzioni normative del settore** e di conseguenza adeguarsi ai relativi obblighi previsti.

Le **principali introduzioni** alla regolamentazione riguardano:

- Iniziative di informazione per il superamento delle tutele di prezzo;
- Rafforzamento e adeguamento del Codice di condotta commerciale;
- Aggiornamento della Bolletta 2.0;
- Disposizioni per l'elenco venditori;
- Identificazione dei clienti vulnerabili nei mercati dell'energia elettrica e del gas;
- Procedura di switching in caso di uscita dal servizio di salvaguardia dell'energia elettrica;
- L'assicurazione a favore dei clienti finali del servizio gas;

A partire dal 1° gennaio 2023, in conformità alla delibera del 10 maggio 2022 (209/2022/R/com), che modifica l'allegato A della delibera 16 ottobre 2014 (501/2014/R/com - Bolletta 2.0), tutti i venditori del mercato libero e gli esercenti i servizi di tutela per le forniture di energia elettrica e gas naturale sono obbligati a inserire un messaggio informativo in ogni bolletta. Il messaggio deve essere chiaramente evidenziato e recita:

“Per scoprire se ci sono altre offerte più adatte alle tue esigenze, per conoscere meglio le tue abitudini di consumo, i tuoi consumi storici e per confrontare il tuo consumo nello stesso periodo degli anni precedenti e per ricevere informazioni o conoscere i tuoi diritti, consulta www.arera.it/consumatori”.

Questo obbligo mira a fornire ai consumatori maggiore trasparenza e strumenti per confrontare le proprie abitudini di consumo e valutare alternative più vantaggiose.

La **delibera 362/2023/R/eel** ha stabilito che i venditori di energia elettrica, per i soli clienti finali domestici con contratti di mercato libero, debbano:

- Inserire, in tutte le bollette emesse tra **dicembre 2023 e giugno 2024**, un testo definito dall'Autorità sui diritti dei clienti vulnerabili e sulle condizioni loro dedicate, nell'apposito spazio riservato alle comunicazioni dell'Autorità (come previsto dall'art. 10, comma 3, lettera b, della Bolletta 2.0).
- A partire dal **1° gennaio 2025**, riportare in almeno una bolletta all'anno un testo informativo definito dall'Autorità sui diritti dei clienti vulnerabili e sulle condizioni a loro riservate.

Per quanto riguarda il **superamento del servizio di tutela gas**, la **delibera 100/2023/R/com** ha previsto che:

- Nel **settembre 2023**, ogni venditore inviasse ai clienti ancora in tutela una comunicazione con informazioni sul termine del servizio di tutela, sugli strumenti messi a disposizione dall'Autorità per fare una scelta consapevole (come il Portale

Offerte e il Portale Consumi) e sui diritti dei clienti vulnerabili. La comunicazione includeva informazioni specifiche per i clienti vulnerabili e, per gli altri clienti, l'offerta di mercato libero più conveniente e le condizioni economiche applicabili in mancanza di una scelta attiva entro il 1° gennaio 2024.

- In tutte le bollette emesse tra **Settembre e Dicembre 2023**, fosse riportato un testo sui diritti dei clienti vulnerabili, con un obbligo di ripetizione annuale, a partire dal 1° settembre 2024, per almeno una bolletta all'anno.

Rafforzamento e adeguamento del Codice di condotta commerciale

Il **Codice di condotta commerciale** per la vendita di energia elettrica e gas naturale stabilisce regole di comportamento per i venditori nei confronti dei clienti finali, sia domestici che di piccole dimensioni. Nel corso del 2023 la **delibera 250/2023/R/com** ha introdotto importanti aggiornamenti per adeguare il Codice alle nuove normative e rafforzare la tutela dei consumatori.

Tra le novità principali:

- **Oneri di recesso anticipato:** consentiti solo nei contratti a durata determinata e prezzo fisso, con obbligo di indicare l'importo massimo dovuto in caso di recesso anticipato. L'importo deve essere chiaramente comunicato e approvato dal cliente.
- **Variazioni unilaterali delle condizioni:** se il venditore modifica unilateralmente le condizioni del contratto, eventuali oneri di recesso non sono applicabili, anche

se il cliente recede dopo la variazione e prima della scadenza del contratto.

- **Obblighi informativi sui rinnovi:** in caso di rinnovo delle condizioni economiche, il venditore deve fornire al cliente una comunicazione scritta almeno tre mesi prima della scadenza, specificando i dettagli del nuovo contratto, compresa la stima della nuova spesa annua e le eventuali variazioni.

Inoltre il **Codice di condotta commerciale** per la vendita di energia elettrica e gas naturale è stato modificato attraverso due importanti delibere:

- **Delibera 100/2023/R/com:** Ha allineato le definizioni e rimosso i riferimenti al servizio di tutela gas e ha introdotto, in fase precontrattuale, l'obbligo per il venditore di informare i clienti della possibilità di usufruire del **servizio di tutela della vulnerabilità**. Inoltre per i clienti identificati come vulnerabili, è previsto che il venditore fornisca la **Scheda sintetica** del servizio, mentre è stata prevista la **rimozione** della **Scheda di confrontabilità** dell'energia elettrica a partire dal 1° luglio 2024 e quella del **gas** naturale dal 1° gennaio 2024.
- **Delibera 496/2023/R/com:** Ha aggiornato il Codice in conformità con il decreto del Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica n. 224 del 14 luglio 2023, introducendo obblighi informativi precontrattuali sulla **composizione del mix energetico** utilizzato per la produzione dell'energia elettrica e sull'**impatto ambientale** associato.

Aggiornamento della bolletta

La **delibera 516/2023/R/com** del 7 novembre 2023 ha avviato un nuovo procedimento per la revisione della **Bolletta 2.0** con l'obiettivo di renderla più semplice, comprensibile e uniforme per i clienti finali. Questo processo è necessario per adattarsi al nuovo assetto di mercato, caratterizzato dalla progressiva eliminazione dei regimi di tutela e dall'introduzione del **servizio di tutela della vulnerabilità**.

La revisione propone una bolletta strutturata in due parti principali:

- 1. Frontespizio unificato:** Una prima pagina obbligatoria, uguale per tutti i clienti, contenente informazioni chiave come dati identificativi e importi economici.
- 2. Elementi essenziali:** La parte che sostituisce la "bolletta sintetica" e include ulteriori informazioni minime richieste dalla regolazione.

L'Autorità ha proposto tre modelli alternativi per la presentazione degli importi fatturati e intende includere indicatori sintetici di prezzo nelle bollette per i clienti del mercato libero, in modo da offrire maggiore trasparenza sui costi.

Il processo prevede consultazioni, incontri con associazioni di consumatori e operatori, e un'indagine demoscopica per testare l'efficacia delle nuove proposte. La revisione è stata oggetto di ulteriori consultazioni avvenute nel corso del 2024.

Disposizione per l'elenco venditori

Come indicato nelle Relazioni Annuali precedenti, il decreto del Ministro della Transizione Ecologica (MITE), emanato il 25 agosto 2022, ha introdotto il ***"Regolamento recante criteri, modalità e requisiti per l'iscrizione nell'Elenco dei soggetti abilitati alla vendita di energia elettrica"***.

Tale regolamento è stato formulato sulla base dei criteri **tecnici**, **finanziari** e di **onorabilità** proposti dall'Autorità tramite il provvedimento **762/2017/I/eel**.

Tra i requisiti di natura finanziaria definiti dal Regolamento impone che ogni venditore di energia elettrica assicuri la **regolarità dei pagamenti** necessari per l'esecuzione fisica dei contratti di fornitura. Tali pagamenti possono essere effettuati direttamente dal venditore, se esso opera come utente del dispacciamento e del trasporto, o tramite soggetti terzi incaricati della gestione dei relativi contratti. Per garantire la piena applicazione del Regolamento, l'Autorità ha istituito specifiche procedure nel 2023, tramite la **delibera 339/2023/R/eel**, mirate a monitorare e segnalare eventuali **irregolarità finanziarie**.

Queste procedure impongono alle **imprese distributrici** e a **Terna** di comunicare al **Sistema Informativo Integrato (SII)** qualsiasi ritardo nei pagamenti o violazione degli indicatori finanziari stabiliti. Il **Gestore del SII** è incaricato di trasmettere tali segnalazioni al **Ministero** e ai soggetti coinvolti, consentendo al Ministero di eseguire le verifiche necessarie e valutare l'eventuale **esclusione dall'Elenco** per i venditori che mostrano irregolarità reiterate.

Identificazione dei clienti vulnerabili

Nel corso del 2023, in vista della cessazione del mercato tutelato, l'Autorità ha implementato una serie di misure fondamentali per garantire una gestione efficace e tutelata dei **clienti vulnerabili** nel settore energetico, con l'obiettivo di rendere il passaggio dai **servizi di tutela** quanto più lineare possibile. In virtù di ciò sono state emanate una serie di provvedimenti specifici: **delibere 102/2023/R/gas** e **383/2023/eel**.

Queste disposizioni definiscono le modalità con cui i clienti vulnerabili verranno identificati e supportati durante la transizione verso nuovi schemi di fornitura. Nello specifico a partire da **luglio 2023**, il **Sistema Informativo Integrato (SII)** ha iniziato a identificare automaticamente i clienti con **bonus sociale** o con un'età superiore ai **75 anni**, notificando tali informazioni ai venditori per assicurarne la corretta gestione³⁷.

In aggiunta è stato previsto che a partire da **gennaio 2024**, i venditori saranno tenuti a informare i **nuovi clienti** della possibilità di dichiararsi vulnerabili durante la fase pre-contrattuale, utilizzando una **modulistica dedicata**.

Nel settore elettrico, a partire da **settembre 2023**, il SII ha adottato un sistema simile, identificando come vulnerabili i clienti con **bonus sociale**, coloro che hanno **punti di prelievo non disalimentabili** o che hanno superato i **75 anni**³⁸.

³⁷ È stata inoltre data la possibilità ai clienti che rientrano in altre categorie di vulnerabilità di autodichiararsi tali, tramite una semplice autocertificazione.

³⁸ Dal luglio 2024, sarà compito dei fornitori del servizio di maggior tutela verificare i requisiti di vulnerabilità, in conformità con l'art. 11 del decreto legislativo 210/2021.

Procedura di switching dal regime di salvaguardia

Un altro intervento introdotto urgentemente nel corso del 2023 da parte dell'Autorità riguarda i clienti del servizio di salvaguardia.

Nello specifico con la delibera del **n. 29/2023/R/eel**, l'Autorità ha introdotto un intervento urgente mirato ad agevolare i **clienti del servizio di salvaguardia** nel processo di switch verso fornitori del libero mercato. L'intervento ha dato la possibilità di velocizzare le tempistiche per il cambio fornitore, prevedendo un meccanismo che consente l'attivazione immediata del nuovo contratto a condizioni di mercato libero **a partire da qualsiasi giorno del mese**. In questo modo, si riduce al minimo il periodo in cui i clienti rimangono soggetti alle **condizioni economiche meno vantaggiose** del servizio di salvaguardia, facilitando un passaggio più rapido e agevole al mercato libero.

Tale intervento si è reso necessario a seguito dell'incremento dei parametri Ω applicati ai clienti del servizio di salvaguardia a partire dal **1° gennaio 2023**, i quali si sono rivelati superiori rispetto a quelli precedentemente in vigore, comportando condizioni economiche meno favorevoli per gli utenti.

*Capitolo sugli aggiornamenti
del settore a cura di:*



Dino Maresca

Manager of Energy Operation @Stantup Service

35

Atti di avvio di procedimenti sanzionatori nel 2022. Nell'anno 2023 questo numero è diminuito a 26.

Vigilanza e verifiche ispettive

Nel corso del 2023, sono state avviate le prime **attività operative** tra l'Autorità e l'Arma dei Carabinieri, come previsto dal **Protocollo di intesa** siglato nel 2022.

Questa collaborazione ha mirato a rafforzare la **vigilanza** e la **compliance** delle imprese del settore energetico, con l'obiettivo di assicurare il rispetto delle normative e la tutela dei consumatori. Le attività si sono articolate in due modalità principali: **verifiche ispettive in loco** e **controlli documentali**.

Le **verifiche ispettive** si sono concentrate su aspetti chiave come il corretto funzionamento dei mercati dell'energia, la tutela dei consumatori (in particolare attraverso il **bonus sociale**), e la sicurezza e qualità del servizio energetico.

Parallelamente, i **controlli documentali** hanno riguardato la verifica dei dati fiscali dichiarati dalle imprese ad alto consumo di energia elettrica (energivori), il rispetto delle normative da parte delle imprese di vendita al dettaglio, con un focus sulle **procedure di fuel mix**, e la corretta contribuzione agli **oneri di funzionamento** dell'Autorità.

Tra le irregolarità rilevate durante le ispezioni presso una piccola e una media impresa di vendita, sono emerse problematiche significative. In particolare, sono state riscontrate:

- **Vulture massive di contratti di fornitura di gas** spesso realizzate senza il rispetto degli obblighi informativi verso i clienti precedenti;
- **Fatturazioni non autorizzate** a ex clienti finali che non erano stati correttamente informati dell'attivazione del servizio di fornitura di ultima istanza (FUI);
- **Switching irregolari** in cui il servizio FUI è stato cessato senza un contratto di fornitura attivo con un altro venditore.

Un altro punto critico emerso è stata la **mancata o parziale erogazione del bonus sociale**, che in alcuni casi non è stato riconosciuto ai clienti idonei o lo è stato solo parzialmente. A tal proposito, nel **dicembre 2023** è stata condotta una verifica ispettiva specifica, come disposto dalla delibera **489/2023/E/eel**, per esaminare la conformità dei fornitori rispetto all'erogazione del **bonus sociale elettrico**. L'obiettivo di questa ispezione era accertare il rispetto delle norme stabilite, con particolare riferimento al **riconoscimento automatico** del bonus per disagio economico.

Durante la verifica condotta su una grande società di vendita, sono state identificate alcune **non conformità** potenziali, soprattutto in relazione alla **rendicontazione** degli importi del bonus erogati al **SII** e al **mancato o ritardato rimborso** di note di credito collegate ai bonus sociali.

Gli esiti definitivi di questa ispezione sono ancora in fase di valutazione, ma potrebbero comportare ulteriori interventi regolatori da parte dell'Autorità.

Parallelamente, l'Autorità ha continuato la sua **attività sanzionatoria** nel 2023 per garantire il rispetto delle normative nel settore energetico.

Sebbene il numero di **atti di avvio di procedimenti sanzionatori** (26) sia diminuito rispetto ai 35 dell'anno precedente, l'attività ha comunque svolto un ruolo cruciale nella regolazione del mercato: complessivamente, sono stati emessi **13 provvedimenti sanzionatori**, per un totale di **3.608.700 euro**, ai quali si aggiungono ulteriori **70.430 euro** provenienti da sanzioni pagate in forma ridotta mediante procedura semplificata.

3

Le edizioni di "Tutti i Numeri dell'Energia" creato e ideato da Stantup Service.

Il report strategico pensato per chi, come te, opera nel settore energetico e vuole rimanere sempre aggiornato su tutte le evoluzioni e le novità del mercato.

Conclusioni

Come abbiamo visto il 2023 ha rappresentato un anno cruciale per il settore energetico: da una parte un'accelerazione dei clienti finali verso il mercato libero, dall'altra ancora sulla pelle le cicatrici di una crisi energetica che a tratti sembra riemergere. Non a caso non sono mancate diverse difficoltà, sia lato fornitori, in cerca del **pricing ideale** avendo cura di bilanciare rischio e competitività, sia lato consumatori, tra **trasparenza** e disservizi vari.

Come esperto del settore ritengo che il mercato stia evolvendo in maniera molto dinamica, ma è evidente che i cambiamenti rapidi e le incertezze economiche richiedono ai **fornitori** di affinare le proprie strategie e rivedere i processi interni, al fine di garantire **servizi sempre più qualitati** ai clienti finali, cercando di **diminuire il grado di insoddisfazione** e il fenomeno della reclusività.

Le verifiche ispettive condotte dall'Autorità hanno messo in evidenza che la **gestione del bonus sociale** presenta diverse criticità, come la mancata o parziale erogazione dei bonus. Un problema che senz'altro richiede priorità nella risoluzione, in quanto si tratta di uno strumento a supporto di soggetti economicamente svantaggiati e il suo mancato riconoscimento o ritardo può minare seriamente la credibilità dei fornitori agli occhi del consumatore, influenzando anche sulla reputazione aziendale.

(Ah, guarda quel fornitore si tiene il bonus per se!).

Il mercato, inoltre, ha visto un aumento delle **offerte commerciali**, compreso quelle sottoscrivibili online, segno di una maggiore competizione e digitalizzazione nel settore.

Tuttavia, il **successo limitato delle offerte digitali** evidenzia che, nonostante l'ampia disponibilità di scelte, solo una piccola percentuale di clienti ha optato per sottoscrivere contratti online. Questo potrebbe essere un segnale su quanto sia ancora necessario investire in **trasparenza** e **facilità d'uso** nelle piattaforme digitali.

Sul fronte della **tutela dei clienti vulnerabili**, il 2023 ha visto importanti progressi, con il potenziamento dei sistemi di identificazione automatica e la protezione di questi consumatori nel contesto del superamento del servizio di maggior tutela. Tuttavia, la **transizione verso il mercato libero** deve essere gestita con attenzione, soprattutto per garantire che questi clienti non siano lasciati indietro in termini di offerte vantaggiose e supporto economico. Anche in questo caso, i reseller hanno l'opportunità di poter cogliere il momento e poter **gestire in modo strategico** l'acquisizione di questa tipologia di clienti.

Infine, è importante sottolineare che, nonostante il numero dei **reclami** si mantenga costante sopra i 500 mila e le **conciliazioni** siano in forte aumento, le percentuali di accordo raggiunte attraverso il **Servizio Conciliazione** restano notevolmente elevate. Nel settore del **gas**, ad esempio, si è raggiunto un picco di **74%** di accordi conclusi con successo. Questo dato evidenzia una **buona gestione** delle controversie, ma **suggerisce** anche che, probabilmente, molti dei problemi segnalati dai clienti finali sono in qualche misura **prevedibili**.

Ciò lascia intendere che, con una maggiore attenzione preventiva e una gestione proattiva delle problematiche comuni, gli operatori potrebbero risolvere le questioni prima ancora che si arrivi alla fase di conciliazione. Investire nella **prevenzione** e nel **miglioramento continuo della comunicazione** e dei servizi offerti ai clienti non solo ridurrebbe la necessità di ricorrere a procedure formali, ma rafforzerebbe anche la fiducia e la soddisfazione del cliente, migliorando al contempo l'efficienza operativa.

Possiamo affermare che il mercato energetico in Italia sta attraversando un periodo di **forte cambiamenti** e contestualmente di **grande incertezza**, dovuto principalmente alla dipendenza energetica e al fatto della correlazione tra i prezzi dell'energia e del gas, che puntualmente fanno "tremare i mercati".

Non si sa se nel breve termine i prezzi dell'energia torneranno ampiamente sotto i 100€/MWh, tuttavia, quello che è certo, è che in questo momento occorre organizzarsi al meglio e **cercare di non farsi trovare impreparati** sia dinanzi ad una nuova crisi energetica, sia dinanzi ad un'esplosione del libero mercato (vedi switch in 24 ore).

Per gli operatori, tutto ciò si traduce in una necessità di **affinare le proprie capacità di adattamento** alle esigenze dei clienti e alle sfide di un mercato in continua evoluzione. Il miglioramento della **trasparenza operativa**, insieme a una gestione più efficace delle controversie, sarà cruciale per mettere davvero il **cliente al centro** delle proprie attività. Questo richiede una visione strategica in cui la **sostenibilità aziendale** si intreccia con la soddisfazione del consumatore.

Infine, in un contesto sempre più competitivo e regolamentato (abbiamo potuto vedere con Dino i vari aggiornamenti del settore, i quali rappresentano un numero esiguo, in quanto l'Autorità ogni anno emette decine e decina di delibere) la **compliance normativa** diventa non solo un obbligo, ma una leva di vantaggio competitivo, evitando sanzioni o penalità che potrebbero compromettere la reputazione e la stabilità finanziaria dell'azienda.

E ancora, l'adozione di **strumenti digitali avanzati**, capaci di ottimizzare la gestione dei dati, migliorare la comunicazione e semplificare i processi interni, sarà essenziale per restare al passo con i tempi e affrontare le complessità delle varie dinamiche che si potrebbero presentare in un futuro sempre più all'avanguardia.

Sono del parere che il **giusto mix** di questi ingredienti possa guidare gli operatori verso una maggiore **stabilità e successo**, avendo un approccio proattivo verso i propri clienti finali. E con questo è tutto.

Si cala il sipario nella **III^ edizione** del report "**Tutti i numeri dell'Energia**". Spero che le informazioni e i numeri appresi fin qui ti possano essere davvero utili nella quotidianità lavorativa di tutti i giorni.

Grazie per avermi letto e avermi seguito in questa avventura insieme, targata Stantup.

Pensiamo in grande,
Giovanni Riccobono

"Tutti i Numeri dell'Energia" è un progetto **Stantup Service**

© **Tutti i diritti riservati.**

Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, distribuita o trasmessa in alcuna forma o con alcun mezzo, senza l'autorizzazione scritta dell'editore.

Scopri di più di Stantup Service su **www.stantup.it**

L'accademia dell'Energia su **www.igenera.it**



Le decisioni giuste nascono dai dati.

REPORT STRATEGICO

// 2023

i GENERA
LA PRIMA ACCADEMIA DELL'ENERGIA

**Studia e certifica
le tue conoscenze.**

www.igenera.it/book



**Scopri
la PROMO**



Siamo All in One. Per Davvero.

www.stantup.it

