

DELIBERAZIONE 22 GIUGNO 2016
327/2016/R/EEL

**PROROGA DEL TERMINE PER L'ADEMPIMENTO ALL'OBBLIGO DI SEPARAZIONE DELLE
POLITICHE DI COMUNICAZIONE E DEL MARCHIO PER LA VENDITA DI ENERGIA ELETTRICA
AI CLIENTI FINALI**

**L'AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA IL GAS
E IL SISTEMA IDRICO**

Nella riunione del 22 giugno 2016

VISTI:

- la Direttiva 2009/72/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 13 luglio 2009 (di seguito: direttiva 2009/72/CE);
- la legge 14 novembre 1995, n. 481, come successivamente modificata e integrata (di seguito: legge 481/95);
- il decreto legislativo 16 marzo 1999, n. 79;
- la legge 27 ottobre 2003, n. 290;
- la legge 23 agosto 2004, n. 239;
- la legge 3 agosto 2007, n.125;
- il decreto legislativo 1 giugno 2011, n. 93 (di seguito: decreto legislativo 93/11);
- la deliberazione dell'Autorità 22 giugno 2015, 296/2015/R/com (di seguito: deliberazione 296/2015/R/com) e il relativo Allegato A (di seguito: TIUF).

CONSIDERATO CHE:

- l'articolo 38, del decreto legislativo 93/11, impone, alle imprese di distribuzione di energia elettrica verticalmente integrate o facenti parte di un gruppo verticalmente integrato, di non creare confusione nelle politiche di comunicazione e di marchio in relazione al ramo di azienda responsabile della fornitura di energia elettrica;
- l'articolo 41, del citato decreto legislativo, impone, alle imprese di vendita di energia elettrica ai clienti finali, il divieto di creare confusione, nella politiche di comunicazione e di marchio, tra l'attività di vendita ai clienti del mercato libero e quella svolta nell'ambito del servizio di maggior tutela, prescrivendo contestualmente all'Autorità di adottare i provvedimenti necessari affinché le

suddette imprese non possano trarre un vantaggio competitivo dallo svolgimento di entrambe le attività;

- in ossequio alle richiamate norme, l'articolo 17 del TIUF ha, quindi, prescritto, alle imprese di distribuzione e a quelle di vendita di energia elettrica ai clienti finali, le modalità con cui dare attuazione all'obbligo posto a loro carico, rispettivamente, dall'articolo 38 e dall'articolo 41 del decreto legislativo 93/11, prevedendo una separazione non solo del marchio e delle politiche di comunicazione ma anche di qualunque elemento distintivo (come la ragione sociale, la denominazione sociale, la ditta e l'insegna) che possa ingenerare confusione, da un lato, tra l'attività di distribuzione e di vendita di energia elettrica e, dall'altro, tra l'attività di vendita ai clienti finali nel mercato libero e quella svolta nell'ambito del servizio di maggior tutela;
- ai fini dell'assolvimento degli obblighi di separazione delle politiche di comunicazione, l'articolo 17 del TIUF ha, altresì, prescritto, alle imprese di cui al precedente punto, di svolgere le attività commerciali indirizzate ai clienti finali avvalendosi di canali informativi, di spazi fisici e di personale separati;
- il punto 4, della deliberazione 296/2015/R/com, ha fissato la scadenza del 30 giugno 2016, quale termine ultimo entro cui le imprese di distribuzione, quelle vendita di energia elettrica ai clienti finali del mercato libero e quelle esercenti il servizio di maggior tutela sono tenute ad assolvere ai richiamati obblighi di separazione del marchio, degli elementi distintivi dell'impresa e delle politiche di comunicazione, (c.d. obblighi di *debranding*);
- il punto 5, della deliberazione 296/2015/R/com, ha stabilito che l'obbligo di separazione delle attività commerciali a carico delle imprese di distribuzione di energia elettrica e di quelle di vendita di energia elettrica ai clienti finali, debba essere assolto entro e non oltre il 1 gennaio 2017;
- il punto 6, della deliberazione 296/2015/R/com, ha stabilito che le imprese di distribuzione elettrica, che svolgono l'attività di vendita nell'ambito della medesima società, devono separare le politiche di comunicazione e di marchio entro il 30 giugno 2017.

CONSIDERATO CHE:

- la deliberazione 296/2015/R/com e l'allegato TIUF sono stati impugnati davanti al TAR, limitatamente all'articolo 17, che impone i richiamati obblighi di separazione del marchio e delle politiche di comunicazione per le imprese o le strutture della medesima impresa che svolgono, contestualmente, l'attività di distribuzione e l'attività di vendita di energia elettrica e per le imprese che svolgono l'attività di vendita sia ai clienti liberi dell'energia elettrica sia ai clienti finali in maggior tutela;

- in sede di contenzioso, le imprese ricorrenti hanno contestato le disposizioni introdotte dall'articolo 17 del TIUF, tra l'altro, sul presupposto che l'Autorità avrebbe imposto un onere gravoso e inutile alle imprese esercenti la vendita di energia elettrica ai clienti finali, alla luce del fatto che la "Legge annuale per il mercato e la concorrenza" (di seguito: DDL concorrenza), in discussione in Parlamento, prevedeva l'abolizione della maggior tutela nel 2018;
- con le sentenze 27 aprile 2016, n. 814 e n. 815, il Tar Lombardia ha respinto i ricorsi proposti avverso la deliberazione 296/2015/R/com e l'allegato TIUF, accogliendo la posizione dell'Autorità circa la necessità di adottare misure di separazione, non solo nell'ambito del settore della distribuzione ma anche in quello della vendita di energia elettrica.

CONSIDERATO CHE:

- il termine previsto dalla deliberazione 296/2015/R/com per la separazione del marchio e delle politiche di comunicazione, relativo all'attività di vendita di energia elettrica ai clienti finali, era stato fissato dall'Autorità in un contesto nel quale sembrava imminente il superamento del servizio di maggior tutela con l'approvazione del DDL concorrenza; tuttavia, in tale contesto, tra le modalità di superamento del servizio di maggior tutela non era prefigurato, nel medesimo DDL, l'utilizzo di procedure concorsuali per l'assegnazione del servizio, strumento che, invece, appare, oggi, possibile alla luce dell'evoluzione del testo nell'ambito dell'iter parlamentare di approvazione del richiamato DDL;
- tale termine sembrava, quindi, compatibile con i tempi necessari alla predisposizione, da parte delle imprese, di tutte le misure strumentali alla suddetta separazione in un contesto normativo certo;
- ad oggi il DDL concorrenza non è stato ancora approvato in via definitiva ed è attualmente in seconda lettura presso la Commissione Industria Commercio e Turismo del Senato; pertanto, contrariamente a quanto originariamente ipotizzato, vi è ancora una forte incertezza sul futuro assetto del mercato della vendita di energia elettrica ai clienti finali nonché sulle modalità e sulle tempistiche per il superamento del servizio di maggior tutela, con potenziali ricadute sulla regolazione in materia di *debranding* a carico delle imprese di vendita di energia elettrica;
- a fronte delle predette incertezze, la regolazione dell'Autorità in tema di separazione delle politiche di comunicazione e di marchio, di cui all'articolo 17 del TIUF, rischia, infatti, di generare oneri, a carico delle imprese, potenzialmente eccedenti i benefici attesi in termini proconcorrenziali dato che, per adempiere al termine del 30 giugno, previsto dalla deliberazione 296/2015/R/com, le stesse dovrebbero sostenere, fin d'ora, i costi per la separazione, che potrebbero, tuttavia, rivelarsi sproporzionati, qualora il testo definitivo del DDL concorrenza prevedesse modalità di superamento

del servizio di maggior tutela (quali ad esempio l'assegnazione del servizio tramite procedure concorsuali), che non giustifichino più certe misure di *debranding*, né rispetto all'esigenza di tutela dei clienti finali, né rispetto all'obiettivo di promozione della concorrenza.

RITENUTO OPPORTUNO:

- prorogare, al 1 gennaio 2017, il termine di cui al punto 4 della deliberazione 296/2015/R/com, limitatamente all'obbligo di separazione delle politiche di comunicazione e di marchio da parte delle imprese di vendita di energia elettrica ai clienti del mercato libero e ai clienti finali nell'ambito del servizio di maggior tutela, così da consentire un adeguato coordinamento tra il nuovo assetto normativo e la regolazione sugli obblighi di *debranding* con modalità idonee a contemperare le predette esigenze pro-concorrenziali (a cui risponde la disciplina in materia) con l'economicità di gestione del servizio delle imprese destinatarie di tale regolazione (in coerenza con le finalità della legge 481/95);
- mantenere fermi i termini di cui ai punti 4 e 6 della citata deliberazione 296/2015/R/com, entro i quali le imprese di distribuzione sono tenute ad assolvere all'obbligo di separazione delle politiche di comunicazione e di marchio

DELIBERA

1. di prorogare, al 1 gennaio 2017, il termine, di cui al punto 4 della deliberazione 296/2015/R/com, limitatamente alla separazione delle politiche di comunicazione e di marchio alla quale sono tenute le imprese di vendita di energia elettrica ai clienti del mercato libero e ai clienti finali nell'ambito del servizio di maggior tutela;
2. di pubblicare la presente deliberazione sul sito internet dell'Autorità www.autorita.energia.it.

22 giugno 2016

IL PRESIDENTE
Guido Bortoni