



---

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

# **LINEE GUIDA PER LA PROMOZIONE DELLE OFFERTE RIVOLTE A FAVORE DI GRUPPI D'ACQUISTO**

**Consultazione 191-2017**

**Maggio 2018**

## **Osservazioni**

**Q1. Si condivide la natura volontaria delle linee guida oggetto del presente intervento? Se no per quali motivi**

Si, si ritiene fondamentale l'istituzione di un meccanismo volontario di adesione alle regole di condotta dell'Autorità per l'energia

**Q2. Si condivide l'ambito di applicazione individuato? Se no, per quali motivi.**

Si, la scelta ci appare coerente con il quadro normativo di cui alla Legge 124/2017

**Q3. Si condivide la modalità di adesione alle presenti linee guida ? Se no per quali motivi?**

Essendo un meccanismo volontario riteniamo corretta la modalità di adesione individuata che spetta ai soggetti interessati dietro apposita dichiarazione

**Q4. Si condivide la durata temporale dell'impegno assunto dai gruppi di acquisto a conformarsi alle linee guida? Se no per quali motivi?**

Si. Si condivide il periodo di 2 anni individuato.

**Q5. Si condivide la proposta di pubblicazione di un elenco dei gruppi di acquisto che aderiranno alle linee guida redatte dall'Autorità? Se no per quali motivi?**

Si, si condivide la pubblicazione in una pagina del sito internet dell'ARERA. Non si ritiene necessario indicare l'arco temporale di svolgimento della campagna sul sito ARERA in quanto essendo presenti sul mercato iniziative molto frequenti si rischia di introdurre un adempimento per i promotori dell'iniziativa e per la stessa ARERA in termini di raccolta dei dati e aggiornamento della pagina. Adempimenti ai quali non si associa un beneficio per i consumatori finali che sono liberi di verificare sui siti internet dei gruppi di acquisto "accreditati".

**Q6. Si condivide l'ipotesi di incaricare gli esercenti i servizi di tutela di pubblicizzare l'elenco dei gruppi di acquisto? Se no per quali motivi?**

Non si condivide e anzi lo si ritiene un aspetto molto delicato in merito al quale evidenziamo la nostra contrarietà. Troppo alti i rischi di fraintendere e creare confusione con altre iniziative che affidano agli esercenti la maggior tutela altri compiti di informazione (campagna informativa liberalizzazione del 1° luglio 2019). Prima di affidare un siffatto ruolo occorrerebbe avere un quadro più completo d'implementazione delle linee guida. Si ritiene quindi opportuno posticipare tale ipotesi ad un momento successivo.

**Q7. Si reputano necessarie ulteriori iniziative di pubblicizzazione? Quali e per quali motivi?**

No. In prima attuazione non reputiamo necessaria l'implementazione di ulteriori iniziative di pubblicizzazione.

**Q9. Quale delle due opzioni proposte è preferibile ai fini della verifica del rispetto delle linee guida da parte dei gruppi accreditati ARERA? Per quali motivi? Q11. Si condivide la proposta di applicare una penale a carico dei gruppi accreditati ARERA che non rispettano le linee guida? Se no per quali motivi? Q12. In alternativa quale tipo di penale dovrebbe essere applicata ai gruppi accreditati ARERA che disattendono le LGA? Per quali motivi?**

Riteniamo percorribile l'opzione 2 in quanto meno invasiva e quindi più funzionale alla promozione dei gruppi di acquisto. In merito al punto 4.20 Confcommercio propone al posto della penale l'esclusione dal sito per un periodo di tempo che dipenderà dalla gravità della violazione. Espulsione dall'elenco che sarà notificata con apposita determina pubblica e che quindi proprio l'evidenza pubblica costituirà il principale deterrente.

**Q14. Si condividono gli obblighi individuati? Se no per quali motivi?**

La modalità offline (punto c) crediamo non debba essere imposta in quanto potrebbe sfociare in richieste costose di invio per posta di documenti cartacei e neanche il punto e) ci appare necessario [vedere risposta Q17]

**Q15. Quali altri obblighi dovrebbero essere previsti e per quali motivi?**

Nessun altro. L'importante è favorire lo strumento dei Gruppi d'acquisto poi si potrà intervenire in caso di utilizzo improprio o di comportamenti a danno dei consumatori finali.

**Q17. Si ritiene necessario il requisito di indipendenza dei gruppi di acquisto dai venditori? Se sì per quali motivi**

In merito al requisito di indipendenza crediamo che sia sufficiente il requisito di esclusione dei gruppi organizzati da soggetti appartenenti allo stesso gruppo societario di imprese di vendita di energia elettrica e gas già previsto nell'ambito di applicazione delle Linee Guida.

**Q18. Si ritiene utile che i gruppi di acquisto forniscano almeno i servizi di assistenza al cliente proposti? Se no per quali motivi? Q19. Quali altri servizi dovrebbero essere proposti e perché?**

Crediamo siano sufficienti i servizi di cui alla lettera a) b) e d) del punto 5.3. Per quanto riguarda la lettera e) riteniamo sia interesse del gruppo stesso e qualora non lo fosse non può essere imposto come requisito. Il possesso di questi 3 requisiti riteniamo possa non essere oggetto di deroga temporale di cui al punto 5.4 o comunque non annuale ma per al massimo 6 mesi.

**Q20. Si ritiene di dover individuare una modalità predefinita per l'invio al cliente finale delle informazioni individuate?**

No, anzi crediamo sia sufficiente l'on-line.

**Q21. Si ritiene che i requisiti proposti siano sufficienti per garantire la trasparenza delle comunicazioni a scopo informativo e/o promozionale? Quali ulteriori requisiti dovrebbero essere previsti e per quali motivi?**

Riteniamo che sia possibile effettuare controlli ex-post sulle comunicazioni promozionali e su tutti gli altri ambiti individuati [ lettere da A ad E del DCO] essendo già presenti diverse leggi a tutela del consumatore finale. **Riteniamo assolutamente non necessario prevedere obblighi in capo al gruppo di acquisto di quantificazione economica del ricavo percepito a fronte del servizio reso.** Esiste solo un caso simile in cui si chiedono i margini agli operatori (Robin Tax) e non ci appare una soluzione percorribile.

Non entriamo nel merito dei singoli punti proposti dall'ARERA in quanto non condividiamo l'impostazione di chiedere e imporre ulteriori requisiti che riteniamo possano penalizzare le modalità operative degli operatori (GDA) rendendo inutile tutta l'iniziativa promozionale in essere.