

**LINEE GUIDA PER LA PROMOZIONE DELLE OFFERTE RIVOLTE AI
CLIENTI FINALI DOMESTICI E ALLE PICCOLE IMPRESE NEI MERCATI
AL DETTAGLIO DELL'ENERGIA ELETTRICA E DEL GAS NATURALE
A FAVORE DEI GRUPPI DI ACQUISTO**

(Art.1, comma 65, della legge 124/2017)

Documento di consultazione 191/2018/R/Com del 29 marzo 2018

Osservazioni di Eletticità Futura

27 aprile 2018

Considerazioni di carattere generale

Il presente documento per la consultazione si inquadra nell'ambito del procedimento avviato dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti ed Ambiente (di seguito: Autorità), con deliberazione 30 agosto 2017, 610/2017/R/com, per la formulazione di "linee guida per promuovere le offerte commerciali di energia elettrica e di gas naturale a favore dei gruppi di acquisto, con particolare riferimento alla confrontabilità, alla trasparenza e alla pubblicità delle offerte, nonché alla realizzazione di piattaforme informatiche tese a facilitare l'aggregazione dei piccoli consumatori" secondo le disposizioni di cui all'articolo 1, comma 65 della legge 4 agosto 2017, n. 124 (di seguito: legge 124/17 o legge concorrenza), entrata in vigore il 29 agosto 2017.

Le linee guida proposte prevedono:

1. l'istituzione e la pubblicazione sul sito dell'Autorità di un elenco dei gruppi di acquisto che si impegnano a conformarsi alle stesse al fine di dare adeguata pubblicità alle iniziative di acquisto collettivo a beneficio, in particolare, dei clienti finali più restii a cambiare fornitore;
2. regole generali di correttezza e trasparenza da osservare nella promozione e nello svolgimento delle iniziative in questione per non fuorviare i clienti;
3. i servizi minimi che devono essere messi a disposizione dei partecipanti al gruppo di acquisto per assisterli nella eventuale decisione di sottoscrivere l'offerta commerciale proposta per il tramite del gruppo;
4. il contenuto minimo delle informazioni da rendere note ai clienti finali prima dell'adesione al gruppo di acquisto e, in ogni caso, preventivamente a qualunque impegno assunto dai primi per soddisfare le loro esigenze informative (in particolare in merito alle condizioni economiche delle offerte proposte) e consentire loro di effettuare valutazioni e confronti anche in relazione a eventuali offerte alternative presenti sul mercato;
5. i requisiti prestazionali che le piattaforme informatiche per l'aggregazione dei clienti finali aderenti ai gruppi di acquisto (ove presenti) devono avere per garantire la massima fruibilità e usabilità da parte degli utenti finali, in coerenza con gli altri strumenti di confrontabilità di cui alla legge 124/17

Eletticità Futura condivide la predisposizione delle presenti Linee Guida, in linea con gli adempimenti previsti dalla Legge Concorrenza al fine di pervenire al definitivo superamento del servizio di maggior tutela e la completa apertura del mercato libero. I Gruppi d'Acquisto possono infatti rappresentare uno strumento utile per agevolare la transizione verso il mercato libero, e le Linee Guida proposte possono essere utili soprattutto nell'ambito dei clienti domestici, rispetto ai clienti non domestici che già oggi utilizzano e conoscono ampiamente tale strumento.

In generale, tuttavia, si chiede che quanto previsto nelle Linee Guida non dovrà in alcun modo incrementare gli oneri amministrativi e gestionali dei venditori nei rapporti con i propri clienti, anche se facenti parte di un Gruppo d'Acquisto. Per questa ragione non si condivide quanto previsto al punto 4.13 riguardo all'intenzione di

incaricare gli esercenti della maggior tutela, in fase di prima attuazione, di inviare una comunicazione ai propri clienti recante le informazioni sui Gruppi d'Acquisto. Si ritiene infatti che sia compito degli stessi Gruppi d'Acquisto mettere in atto delle campagne finalizzate alla pubblicizzazione e conoscibilità di tali iniziative presso i clienti finali.

Nell'eventualità che l'Autorità applichi, in una prima fase, quanto previsto al punto 4.13 del DCO, allora si ritiene che la modalità di trasmissione di tale comunicazione sia lasciata alla libera scelta dell'operatore della maggior tutela, che potrà decidere quale canale utilizzare in base alle proprie valutazioni. Quale che sia la modalità di informazione, infatti, l'Autorità dovrà monitorare che la comunicazione abbia come unico scopo la notifica al cliente finale circa l'esistenza dei gruppi d'acquisto.

Con riferimento alle due opzioni proposte ai punti 4.16 e 4.17 del DCO, si ritiene preferibile l'opzione 1, in quanto appare più corretto che le verifiche sul rispetto delle Linee Guida siano effettuate prima dello svolgimento delle campagne di acquisto.

Infine, con riferimento a quanto proposto al punto 5.19, si ritiene che l'indicazione dell'eventuale esclusione di uno o più venditori e le relative cause possa trasmettere un messaggio distorto verso i clienti finali, con il rischio di impatti reputazionali non giustificati; inoltre tale informazione non appare utile per il cliente finale, che in sostanza è interessato ad ottenere un'offerta vantaggiosa e ricevere tutte le relative informazioni.

