



Enel-ITA-11/05/2018-0071440

enelitalia@pec.enel.it

ITA/RA

Spettabile
Autorità di Regolazione per Energia Reti e
Ambiente
Direzione mercati retail e tutele dei
consumatori di energia
Piazza Cavour, 5
20121 Milano

Oggetto: **Osservazioni al Documento per la consultazione 191/2018/R/COM “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”**

Si trasmette la risposta Enel al documento in oggetto.

Con i migliori saluti

Francesca Valente
La Responsabile

Il presente documento è sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art. 21 del d.lgs. 82/2005. La riproduzione dello stesso su supporto analogico è effettuata da Enel Italia srl e costituisce una copia integra e fedele dell'originale informatico, disponibile a richiesta presso l'Unità emittente.

RISPOSTA ENEL

AL DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE 191/2018/R/COM

11 maggio 2018

"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 legge 124/2017)

OSSERVAZIONI GENERALI

In via preliminare, si evidenzia una generale condivisione delle finalità perseguite con il presente documento, volte a definire delle regole di comportamento che siano in grado di assicurare trasparenza e correttezza nelle campagne di acquisto collettivo finalizzate alla somministrazione di energia elettrica e gas.

Con riferimento alle proposte oggetto di consultazione si riportano di seguito delle osservazioni di carattere generale:

- nella selezione del venditore, da parte del Gruppo di Acquisto, si ritiene opportuno che possano essere considerate non solo le condizioni economiche proposte dai fornitori, che decideranno di partecipare alle aste o alla negoziazione diretta con il medesimo Gruppo, ma anche altre componenti di natura qualitativa quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i servizi a valore aggiunto (es: programmi di *loyalty*, eventuali servizi/prodotti connessi alla fornitura), i canali messi a disposizione del cliente per l'evasione delle proprie esigenze (es: punti fisici; numero verde gratuito app; web chat), le procedure di conciliazione alle quali l'operatore di impegna a partecipare e messe a disposizione del cliente finale. Tali elementi assumerebbero un ruolo importante nella scelta da parte del Gruppo di Acquisto e garantirebbero al cliente finale di disporre di un adeguato standard qualitativo nel rapporto di fornitura che si andrebbe a costituire proprio con il venditore;
- per evitare di generare un effetto confusorio nei confronti del cliente e per garantire la sua piena consapevolezza, si ritiene necessario che la conclusione del contratto di fornitura per l'energia elettrica e per il gas sia operata direttamente da quest'ultimo con il venditore selezionato dal Gruppo di Acquisto, senza prevedere la possibilità che venga conferito

all'organizzatore del gruppo alcun mandato per la stipulazione in nome e per conto del cliente del relativo contratto di somministrazione;

- si ritiene opportuno che, stante la selezione operata dal Gruppo di Acquisto e la manifestazione di interesse del cliente finale, venga confermata al fornitore scelto la possibilità di subordinare la relativa contrattualizzazione allo svolgimento di verifiche preventive (es: verifica solvibilità creditizia del cliente) in analogia a quanto già operato dai venditori sul libero mercato. Tale aspetto si ritiene di fondamentale interesse per il funzionamento e per la promozione del modello del *collective switching schemes* tra i diversi fornitori del mercato libero dell'energia elettrica e del gas.

Di seguito riportiamo le risposte agli specifici spunti di consultazione.

OSSERVAZIONI SPECIFICHE

Q.1. Si condivide la natura volontaria delle linee guida oggetto del presente intervento? Se no per quali motivi.

Si condivide la proposta.

Q.2. Si condivide l'ambito di applicazione individuato? Se no, per quali motivi?

Valutata la modalità di pubblicizzazione proposta all'interno del presente documento (vd Q.6.) e considerata la dinamicità e la propensione al cambiamento dei clienti già attivi sul mercato libero (con riferimento allo *switch* da un operatore ad un altro oppure di individuazione dell'offerta più conveniente a parità di venditore), si suggerisce di ricondurre il perimetro di applicazione individuato ai soli utenti serviti in regime di tutela. Difatti per questi ultimi l'adesione al Gruppo di Acquisto potrebbe rappresentare una opzione adeguata per sperimentare il passaggio al libero mercato con offerte dedicate e con l'ausilio e l'assistenza da parte del medesimo Gruppo nella fase di selezione ed adesione.

Q.3. Si condivide la modalità di adesione alle presenti linee guida? Se no per quali motivi?

Si condivide la proposta.

Q.4. Si condivide la durata temporale dell'impegno assunto dai gruppi di acquisto a conformarsi alle linee guida? Se no per quali motivi?

Si suggerisce che la durata temporale circa il rispetto delle linee guida da parte dei Gruppi di Acquisto sia a tempo indeterminato. Si evidenzia, altresì, come fondamentale sia l'attività di verifica svolta dalla medesima Autorità nei confronti dei Gruppi di Acquisto destinata a rilevare il rispetto delle linee guida durante tutta la durata temporale dell'impegno assunto da parte degli stessi.

Q.5. 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 condivide la proposta.

Q.6. 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?

Si condivide la proposta. Al riguardo, al fine di assicurare la certezza della ricezione dell'informativa da parte del cliente finale e, pertanto, una efficace pubblicizzazione dell'iniziativa, si suggerisce di riportare la presente informativa come nota posta all'interno della fattura.

Q.7. Si reputano necessarie ulteriori iniziative di pubblicizzazione? Quali e per quali motivi?

Non si rilevano ulteriori modalità

Q.8. Si condivide la proposta sopra formulata in relazione alla tempistica di attuazione dell'intervento? Se no, per quali motivi?

Si condivide la proposta

Q.9. Quale delle due opzioni è preferibile ai fini della verifica del rispetto delle linee guida da parte dei gruppi accreditati ARERA? Per quali motivi?

Si ritiene opportuno che la verifica circa il rispetto delle linee guida da parte del Gruppo di Acquisto venga effettuata in via preventiva rispetto allo svolgimento delle campagne di acquisto verso i clienti, al fine di fornire al Gruppo un lasso temporale idoneo per rimuovere gli eventuali profili di scorrettezza rilevati oppure per sanare le relative inadempienze. Al riguardo, inoltre, si suggerisce, a maggiore tutela del cliente finale, che siffatti Gruppi di Acquisto siano già operativi oppure, laddove si costituiscano appositamente, si propone che i medesimi nascano all'interno di Associazioni dei Consumatori accreditate presso il Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) oppure che siano patrocinati dalle medesime Associazioni. Tale ultima previsione assicurerebbe ai clienti una maggior affidabilità nei confronti del modello, promuovendone una maggiore partecipazione che troverebbe ulteriore consolidamento nelle linee guida oggetto del presente Documento.

Q.10. In alternativa a quanto proposto come dovrebbe essere effettuata la verifica di conformità alle linee guida?

Si ritiene adeguata la soluzione proposta all'interno del presente Documento relativa alla verifica *ex ante* del rispetto delle linee guida.

Q.11. 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?

Si condivide la proposta. Si suggerisce, inoltre, che, laddove il cliente segnali al venditore, che sia stato scelto dal Gruppo di Acquisto, eventuali scorrettezze o violazioni perpetrate dallo stesso Gruppo (es: attivazioni non richieste) e, pertanto, non imputabili direttamente al fornitore, venga definito un importo medio unitario (calcolato sulla base dei costi sostenuti per la gestione dell'istanza/reclamo del cliente dal fornitore e degli eventuali importi fatturati e non riscossi) che dovrà essere corrisposto a quest'ultimo da parte del Gruppo a ristoro del danno subito.

Q.12. In alternativa quale tipo di penale dovrebbe essere applicata ai gruppi accreditati ARERA che disattendono le LGA? Per quali motivi?

Fermo restando quanto proposto nella risposta al Q.11, si propone, inoltre, che laddove vengano evidenziati per tramite del cliente o dello stesso venditore ripetuti comportamenti scorretti agiti dal Gruppo di Acquisto che si pongono in contrasto con le medesime linee guida fissate dall'Autorità, venga prevista la possibilità che il Gruppo sia escluso dall'elenco accreditato previa verifica, da parte della stessa Autorità, della gravità della condotta e della frequenza della violazione.

Q.13. Si condivide l'utilità/opportunità di introdurre un monitoraggio sull'impatto delle linee guida sui gruppi di acquisto? Se no per quali motivi?

Si condivide la proposta. Si propone di inserire tra le evidenze che i Gruppi di Acquisto dovranno trasmettere periodicamente all'Autorità anche dati di natura qualitativa (a titolo esemplificativo anche il livello di soddisfazione dei clienti che hanno aderito sia con riferimento all'offerta scelta sia in relazione all'assistenza ricevuta dal Gruppo).

Q.14. Si condividono gli obblighi individuati? Se no per quali motivi?

Si condivide la proposta

Q.15. Quali altri obblighi dovrebbero essere previsti e per quali motivi?

Si ritiene idoneo il set di obblighi individuati all'interno del documento.

Q.16. Si ritiene esaustivo il set di informazioni minime individuate? Se no per quali motivi?

Si. Si suggerisce di inserire, tra le informazioni obbligatorie da fornire al cliente, anche gli effetti derivanti dall'esercizio del proprio diritto al recesso (sia con riferimento all'offerta del venditore selezionato sia con riferimento al Gruppo di Acquisto).

Q.17. Si ritiene necessario il requisito di indipendenza dei gruppi di acquisto dai venditori? Se sì per quali motivi?

Si condivide la proposta. Al riguardo per garantire una effettiva indipendenza, si suggerisce che non vi sia alcun rapporto di natura contrattuale tra il Gruppo di Acquisto (es: fornitori che operano per conto dei venditori a qualsiasi titolo) ed i venditori.

Q.18. Si ritiene utile che i gruppi di acquisto forniscano almeno i servizi di assistenza al cliente proposti? Se no per quali motivi?

Si condivide la proposta con riferimento all'assistenza in fase di adesione ed attivazione del contratto di fornitura. In virtù del rapporto contrattuale che viene a costituirsi tra il cliente ed il venditore (dal quale il Gruppo di Acquisto è giuridicamente escluso) e considerata l'*experience* di quest'ultimo nella gestione delle diverse esigenze della propria clientela, a maggior tutela di questa stessa, si ritiene opportuno che istanze avanzate successivamente alla costituzione del rapporto contrattuale ed afferenti a tematiche quali, a titolo esemplificativo, la fatturazione e la gestione dei pagamenti vengano avanzate direttamente al venditore senza l'intermediazione del Gruppo di acquisto.

Q.19. Quali altri servizi dovrebbero essere proposti e perché?

Non si rilevano ulteriori servizi oltre a quelli proposti all'interno del Documento.

Q.20. Si ritiene di dover individuare una modalità predefinita per l'invio al cliente finale delle informazioni individuate? Se sì quale?

Per assicurare la piena capacitazione del cliente si propone che le predette informazioni siano sempre nella disponibilità di quest'ultimo attraverso la piattaforma web che lo stesso Gruppo di Acquisto realizzerà per promuovere la propria attività e l'aggregazione dei consumatori stessi. Si ritengono, inoltre, idonee le modalità di invio individuate nel Documento (posta elettronica/posta ordinaria) che dovranno essere attivate sulla base della scelta che verrà operata dal singolo cliente.

Q.21. 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?

Si concorda sui requisiti proposti. Si suggerisce, inoltre, di inserire nelle comunicazioni informative/promozionali opportuna evidenza dell'eventuale tempo minimo di permanenza all'interno del Gruppo di Acquisto o rispetto all'offerta di energia elettrica/gas alla quale si è aderito.

Q.22. Si ritengono correttamente individuate le informazioni minime sulle modalità di adesione ad un gruppo di acquisto che i clienti finali devono ricevere preventivamente alla loro partecipazione?

Si concorda con la proposta.

Q.23. Quali altre informazioni si ritengono necessarie e per quali motivi?

Si suggerisce di inserire anche l'evidenza di eventuali commissioni pagate dal cliente/venditore al Gruppo di Acquisto e restituite da quest' ultimo al cliente laddove l'offerta non corrisponda a quanto prospettato in fase di adesione. Inoltre, si propone di dare evidenza dell'estraneità del venditore rispetto ad eventuali contestazioni del cliente relative alla fase di adesione all'offerta selezionata avvenuta per il tramite del Gruppo di Acquisto.

Q.24. Si ritiene importante che i gruppi di acquisto mettano a disposizione anche modalità di adesione *offline*? Per quali motivi?

Sì per garantire una maggior partecipazione da parte dei consumatori non avvezzi agli strumenti digitali si suggerisce di ipotizzare strumenti di adesione *offline*. Al riguardo potrebbe essere di notevole utilità la presenza di punti fisici nei quali i Gruppi di Acquisto possano operare (es: si pensi alla proposta di cui al Q.9. ove i Gruppi di Acquisto operano o sono patrocinati da Associazioni dei Consumatori), dove il cliente potrebbe recarsi per essere supportato nel processo di adesione. In tale sede si propone che la contrattualizzazione, avvenga comunque on line sulla piattaforma web dedicata e che il Gruppo di Acquisto fornisca assistenza al cliente nella compilazione del *form*, previa autorizzazione a favore del Gruppo di Acquisto medesimo per l'inserimento dei dati a sistema. Tale autorizzazione fornita dal cliente, congiuntamente a copia del documento di identità del cliente intestatario della fornitura, dovranno essere inserite (tramite *upload*) e conservate sulla piattaforma web di adesione.

Q.25. Si ritengono sufficienti le informazioni che devono essere fornite ai clienti finali sulla procedura selettiva del/i fornitore/i da parte del gruppo di acquisto? Se no, per quali motivi?

Si concorda con la proposta.

Q.26. Quali altre informazioni si ritengono necessarie? E per quali motivi?

Come evidenziato in premessa si suggerisce, oltre all'indicazione del trattamento economico, anche la valorizzazione degli elementi di natura qualitativa (es: servizi a valore aggiunto, programmi di *loyalty*, canali messi a disposizione del cliente per l'evasione delle proprie esigenze, le procedure di conciliazione alle quali l'operatore si impegna a partecipare e messe a disposizione del cliente finale) offerte dai venditori partecipanti alla selezione.

Q.27. Si ritengono sufficienti le informazioni sulle caratteristiche principali delle offerte individuate? Se no, per quali motivi? Quali altre informazioni si ritengono necessarie e perché?

Si condivide la proposta

Q.28. Si condivide l'orientamento per cui il cliente finale debba essere informato in merito alla differenza tra offerte a prezzo fisso e a prezzo variabile? Se no per quali motivi? Quali altre informazioni si ritengono necessarie e perché?

Si condivide la proposta

Q.29. Si ritengono esaustive le informazioni da fornire al cliente finale sulle condizioni economiche dell'offerta? Se no per quali motivi? Quali altre informazioni si ritengono necessarie e perché?

Si condivide la proposta. Si suggerisce, al fine di rendere più trasparenti le condizioni economiche dell'offerta, di prevedere che la commissione, corrisposta al Gruppo di Acquisto per lo svolgimento della propria attività, venga versata direttamente dal cliente a questo ultimo senza il tramite del venditore.

Q.30. Si condivide la modalità di rappresentazione della stima della spesa complessiva? Se no per quali motivi?

Si condivide la proposta

Q.31. Si ritiene utile che il cliente finale riceva informazioni anche in merito ai corrispettivi unitari del contratto?

Si condivide la proposta

Q.32. Si condivide l'obbligo informativo posto in capo ai gruppi di acquisto in merito agli ulteriori servizi offerti? Se no, per quali motivi?

Si condivide la proposta

Q.33. Si condividono le misure proposte con riferimento ai portali web per l'aggregazione dei piccoli consumatori? Se no per quali motivi?

Si condivide la proposta. Al riguardo si evidenzia come sia opportuno, per una piena trasparenza nei confronti del cliente, che i siti *web* realizzati ed utilizzati dai Gruppi di Acquisto rispettino le prescrizioni previste dalla disciplina consumeristica in materia di contratti conclusi a distanza tramite *web*. In particolare la documentazione precontrattuale e contrattuale dovrà essere sempre nella disponibilità del cliente sino all'adesione del contratto e dovrà essere inviata dopo la conclusione dello stesso a conferma della volontà espressa tramite supporto durevole.