

## **Interventi di aggiornamento ed efficientamento del Codice di condotta commerciale a vantaggio dei clienti finali di energia elettrica e gas naturale**

Consultazione ARERA 200/2024/R/com del 23 maggio 2024

Osservazioni di Eletticità Futura e Proxigas

24 giugno 2024

### **Osservazioni puntuali**

Q1. Si condivide l'orientamento relativamente all'identificazione del momento in cui il contratto si intende interamente eseguito? Se no, per quale motivo?

In generale condividiamo gli orientamenti.

Chiediamo tuttavia di chiarire le modalità di gestione dei casi in cui la fornitura non è stata ancora avviata, il cliente esercita il diritto di ripensamento (nel rispetto dei tempi per l'esercizio di tale diritto), ma il fornitore non può più tecnicamente revocare la richiesta di switching/voltura/attivazione avanzata verso il SII/distributore locale. In tal caso a nostro avviso troverebbero applicazione gli artt. 9. 5 lett. d punto i e 9.6 del Codice di condotta commerciale, ossia il venditore avvierà la fornitura per il tempo necessario a consentire al cliente il cambio fornitore o a richiedere la cessazione del punto di fornitura e il cliente corrisponderà i corrispettivi previsti dal contratto.

Chiediamo infine di confermare che nel passaggio "le informazioni relative ai mezzi di comunicazione elettronica eventualmente forniti che consentano al cliente finale di contattare per iscritto il venditore e di ricevere una risposta, che rechi la data e l'orario dei relativi messaggi, su un supporto durevole" la data e l'orario dei relativi messaggi da prendere in considerazione siano quelle già indicate nella sezione mittente destinatario oggetto o la data e l'ora indicate dal provider nel sistema di messaggistica.

Q2. Si condivide l'orientamento relativamente alle modalità e tempistiche di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali ed economiche? Se no, per quale motivo?

Q3. Si ritiene opportuno che i venditori utilizzino solo modalità di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali che consentano sempre di verificare la ricezione? In caso affermativo, si specifichino quali modalità si ritengono opportune, sia per le comunicazioni in formato cartaceo sia in formato elettronico, motivando la risposta e segnalando eventuali criticità.

Q2. La proposta di ridurre a 2 mesi le tempistiche per la gestione delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali ed economiche ci trova generalmente favorevoli.

Con riferimento alle modalità di invio (cartaceo o digitale) delle comunicazioni di variazione unilaterale e rinnovo, chiediamo che le nuove disposizioni siano applicate per i contratti acquisiti dal 01 settembre 2024 o, in caso di proroga, dalla data di decorrenza riportata nella successiva delibera. Invece, per i clienti acquisiti prima di questa data rimarranno validi gli accordi stabiliti con il venditore a livello contrattuale circa le modalità di invio.

Q3. A oggi i venditori, in coerenza con l'attuale regolazione, inviano le comunicazioni di variazione unilaterale e di rinnovo con posta ordinaria o tramite mail. Nel caso di invio per posta ordinaria, i venditori si avvalgono di vettori postali che, sulla base dei relativi contratti di servizio, forniscono l'esito circa la consegna della corrispondenza

affidata secondo le modalità stabilite a livello contrattuale. Questi strumenti, quindi, forniscono un tracking che consente al venditore di disporre di una informazione affidabile sullo stato di ricezione di quanto inviato. In questo senso condividiamo quanto proposto da ARERA nel DCO e cioè “che il passaggio a modalità di consegna diverse dalla posta ordinaria (es: raccomandata A/R) sono *“modalità che presentano dei costi in capo al venditore e/o al cliente finale”*”.

In caso di invio tramite mail, invece, i venditori si avvalgono dei vari Provider presenti sul mercato per la consegna della “corrispondenza digitale”. In questo caso il ricorso a strumenti digitali certificati, quale la PEC, sarebbe di difficile, se non impossibile, implementazione data la scarsa diffusione soprattutto tra gli utenti consumer.

Fermo restando, quindi, quanto rappresentato nel DCO in termini di ricezione ed efficacia degli atti unilaterali, a garanzia del cliente proponiamo di mantenere il riferimento ai 10 giorni (che come illustrato sono funzionali al calcolo del preavviso) in quanto sono *“un lasso di tempo che rappresenta, di norma, il tempo necessario per le esigenze di postalizzazione”*. Mantenere questa previsione consentirebbe al cliente di avere, a livello contrattuale, un’informazione circa la presunzione di ricezione.

Con riferimento, invece, alle misure “di rimedio” descritte nel DCO ai punti 3.25 e 3.27, è necessario che queste abbiano carattere alternativo tra di loro. Laddove, infatti, il venditore non rispetti le modalità e le tempistiche previste dalla regolazione per la comunicazione sarà sufficiente che le modifiche proposte o non trovino (qualora siano peggiorative) o trovino applicazione (qualora siano migliorative) senza che venga riconosciuto il diritto all’indennizzo al cliente. Il cliente, infatti, non subisce alcun tipo di svantaggio in questo caso e l’indennizzo non avrebbe ragione di essere applicato in considerazione di ciò. La proposta, quindi, è eliminare dalla disciplina delle variazioni unilaterali e dei rinnovi l’indennizzo.

Q4. Si condivide l’orientamento relativo al rafforzamento delle disposizioni in materia di telemarketing e teleselling? Se no, per quale motivo?

Q5. Se si condivide l’orientamento, si ritiene vi siano ulteriori disposizioni da tenere in considerazione? Se sì, quali e perché.

Pur condividendo l’orientamento di ARERA, riteniamo prematuro intervenire in tempi stretti con le modifiche proposte sul Codice di Condotta Commerciale, tenuto conto che sono imminenti interventi legislativi su questo argomento volti a disciplinare e responsabilizzare i soggetti che di fatto gestiscono concretamente le attività di telemarketing e teleselling.

Come anticipato nel corso di incontri passati avuti con i vostri uffici, Eletticità Futura e Proxigas sono attualmente al lavoro, assieme ad altre associazioni di categoria rappresentative degli operatori del settore, per elaborare una proposta di normativa primaria finalizzata a promuovere e sostenere la certificazione e il riconoscimento professionale della figura di intermediario di vendita che commercializza energia elettrica e gas al fine di creare un quadro normativo e regolatorio di riferimento a tutela degli operatori del settore e dei clienti finali. Proposta che, peraltro, è ormai in fase di finalizzazione e che a breve le Associazioni veicoleranno ai soggetti istituzionali interessati dal procedimento.

I venditori nel loro ruolo di osservatori privilegiati del mercato e di attori principali nell’interazione con i clienti, per primi hanno rilevato la necessità di intervenire in un ambito del rapporto con il cliente che, se non correttamente agito, comporta evidenti e dannose distorsioni della relazione contrattuale e della percezione del corretto operato della società di vendita.

Per questo motivo, con la duplice volontà di limitare la perdita di fiducia del consumatore e di diffondere un corretto livello di informazione e, come ulteriore passo rispetto a quanto ad oggi in vigore, sia a livello di quadro regolatorio che di autoregolazione implicita disposta dalle singole aziende, le scriventi associazioni hanno avviato un processo

che preveda un inquadramento normativo del ruolo dell'intermediario alla vendita, vale a dire quella figura, funzionale all'acquisizione di clienti, che opera per le società energetiche al di fuori dei locali commerciali, ma che di fatto non è la società stessa.

Al momento le attuali disposizioni del Codice di Condotta fanno riferimento a principi generali di formazione del personale commerciale (art.4), ma manca il riconoscimento e il ruolo del professionista. A nostro avviso, nella disamina del fenomeno degli approcci di vendita aggressivi e scorretti, va tenuto in debita considerazione che, commercialmente, il primo a sopportarne le conseguenze è il venditore stesso che, infatti, nel pieno rispetto delle disposizioni del Codice di condotta commerciale, già si assume la responsabilità cercando, fino a dove possibile, di evitare tali modalità operative utilizzando tutti gli strumenti, regolatori e civilistici, che ha attualmente in suo possesso ma che, come è evidente, non sono sufficienti.

Ci pare dunque chiaro che la sola autoregolamentazione da parte degli operatori della vendita sull'operato delle agenzie di intermediazione con cui sussiste un rapporto contrattuale diretto, come fatta fino a oggi e che ARERA propone sostanzialmente di riconfermare, non è capace da sola a risolvere i problemi emersi finora. L'estensione del problema è tale da richiedere un intervento esterno e di alto rango che miri direttamente a disciplinare e punire attività illecite che ad oggi sono state possibili proprio in assenza di un'apposita normativa che abbia in primis l'obiettivo di tutelare i clienti finali in linea con precedenti già similmente disciplinati in altri settori merceologici. Concretamente, tutti gli aspetti e le disposizioni elencate al punto 4.16 del documento in analisi sono già messi in atto dalle società di vendita. Ad esempio, è oggettivamente fuori controllo dell'operatore la malafede di soggetti che operano in contratti di subappalto che, nonostante l'applicazione di misure disincentivanti, decidono di commettere un illecito. Altrettanto, sfugge agli ambiti di azione dell'esercente, l'utilizzo pretestuoso di numerazioni telefoniche non rintracciabili da parte di terzi non contrattualmente collegabili all'esercente la vendita che, peraltro, sfruttano indebitamente il nome di una società di vendita creando danno per la stessa oltre che per il consumatore finale.

È necessario, pertanto, che le attività e l'assunzione di responsabilità che gli operatori del mercato portano avanti da tempo, siano supportate e rafforzate agendo sulla normativa primaria in modo da implementare una soluzione sistemica che coinvolga tutti i soggetti interessati (ARERA, AGCM, AGCOM, Garante Privacy, etc...).

Considerato che il quadro normativo sui temi del telemarketing e teleselling è in piena evoluzione, essendo oggetto sia di analisi pubblica finalizzata potenzialmente all'adozione di un provvedimento normativo (vedasi le recenti audizioni parlamentari sul tema dell'evoluzione del mercato retail) sia della proposta di normativa in fase di finalizzazione dalle Associazioni, riteniamo maggiormente incisivo ed efficace attendere gli esiti di questo processo e valutare successivamente e sinergicamente eventuali interventi regolatori. Questo anche al fine di evitare che un intervento possa essere ridondante o in contrasto con le disposizioni oggi previste dal *"Codice di condotta per le attività di telemarketing e teleselling"*, approvato dal Garante per la protezione dei dati personali il 7 marzo 2024.

**Q6. Si condivide l'orientamento relativo alle tempistiche di attuazione? Se no, per quale motivo e quale tempistica si ritiene più adeguata?**

L'implementazione di tutte le misure proposte nel DCO già da settembre 2024 è purtroppo difficilmente attuabile.

Riteniamo che le proposte di adeguamento dal 1° settembre 2024 del Codice di condotta commerciale per recepire quanto disposto dal Decreto legislativo 26/2023 siano fattibili, a patto che si chiarisca meglio il concetto di contratto "Interamente eseguito", al fine di evitare fraintendimenti e differenze di trattamento da parte degli operatori, con inevitabili ripercussioni negative sui clienti finali.

Le proposte invece di adeguamento del Codice su quanto riguarda le modalità di invio e gestione delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali purtroppo non sono implementabili per il 1° settembre 2024: oltre a dover chiarire i dubbi sopra espressi nella nostra risposta, la Delibera a valle del DCO dovrà lasciare agli

operatori un congruo periodo di tempo per implementare le modifiche proposte. Chiediamo pertanto che la data di decorrenza per il recepimento delle modifiche in questione sia posticipata a inizio 2025. In generale comunque, come espresso nella risposta al Q2, chiediamo che le nuove disposizioni sulle modalità di invio (cartaceo o digitale) delle comunicazioni di variazione unilaterale e rinnovo siano applicate esclusivamente ai contratti acquisiti dal 01 settembre 2024 (o, in caso di proroga, dalla data di decorrenza riportata nella successiva Delibera), lasciando invece che per i clienti acquisiti prima di questa data rimarranno validi gli accordi stabiliti con il venditore a livello contrattuale circa le modalità di invio.

Per quanto riguarda invece telemarketing e teleselling ribadiamo quanto espresso in precedenza, chiedendo che ARERA per il momento si limiti a raccogliere osservazioni dalla consultazione e attenda che il quadro normativo sia più chiaro e completo prima di attuare provvedimenti di adeguamento della regolazione.