



Associazione Nazionale di Consumatori e Utenti

(Fondata nel 1987)

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

DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE 200/2024/R/COM

PARERE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

10 giugno 2024

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

PARERE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

Premessa

Il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) è un'associazione nazionale di consumatori e utenti fondata nel 1987, con l'obiettivo di promuovere la tutela dei diritti dei cittadini, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa. Siamo un'associazione rappresentativa a livello nazionale degli interessi diffusi degli utenti, iscritta nel Registro di cui all'art. 137 del D.lgs. 206/05 "Codice del Consumo" presso il MIMIT e membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU). In quanto Ente del Terzo Settore, siamo iscritti nel Registro Unico del Terzo Settore presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, nonché al registro delle Associazioni che svolgono attività contro le discriminazioni (UNAR).

MDC esprime il proprio interesse a partecipare attivamente alla presente consultazione pubblica indetta da ARERA, con particolare attenzione alla grave situazione attuale del mercato libero dell'energia. La nostra partecipazione è motivata dalla necessità di affrontare le numerose criticità emerse, tra cui l'aumento dei reclami e delle contestazioni da parte degli utenti, nonché il fenomeno del telemarketing selvaggio, che continua a peggiorare.

La situazione critica del mercato libero dell'energia

L'attuale contesto del mercato libero dell'energia è caratterizzato da un numero crescente di reclami da parte dei consumatori, che spesso si trovano disorientati di fronte a pratiche commerciali poco trasparenti e a contratti poco chiari. Il fenomeno del telemarketing aggressivo contribuisce ulteriormente a creare un clima di sfiducia nei confronti dei fornitori di energia, aggravando la situazione in vista dell'imminente liberalizzazione definitiva del mercato elettrico prevista per il 1° luglio. In questo contesto, MDC ribadisce la richiesta di rinvio della liberalizzazione al 31 dicembre 2024, al fine di garantire un'adeguata preparazione e tutela per i consumatori.

Il Codice di Condotta Commerciale, da ultimo modificato con la deliberazione 31 ottobre 2023, 496/2023/R/COM, riporta, in accordo con le previsioni del Codice del Consumo e delle direttive comunitarie in materia energetica, le regole di comportamento che i venditori di energia elettrica e/o gas naturale (compresi i loro incaricati a qualunque titolo), devono osservare nei rapporti commerciali con i clienti finali (clienti domestici e clienti non domestici di piccole dimensioni). Le disposizioni del Codice di condotta commerciale attengono a:

1. **La fase precontrattuale:** con riferimento agli obblighi del venditore nella fase di promozione dell'offerta e nelle attività preliminari alla sottoscrizione di un nuovo contratto di fornitura;
2. **La fase contrattuale:** con riferimento agli obblighi del venditore nell'ambito dell'ordinario rapporto contrattuale con il cliente finale, ad esempio in relazione alla modifica delle condizioni contrattuali.

L'attuale scenario del mercato energetico evidenzia una serie di criticità che rendono imprescindibile una revisione e un aggiornamento del Codice di condotta commerciale. La crescente incidenza di reclami e contestazioni da parte degli utenti, spesso dovuti a pratiche commerciali scorrette e a una comunicazione non trasparente, richiede un intervento normativo deciso per garantire maggiore tutela ai consumatori. Inoltre, il fenomeno del telemarketing selvaggio, in peggioramento, necessita di regole più stringenti per proteggere i cittadini dalle pratiche aggressive e invasive.

Orbene entrando nel merito dei quesiti posti in consultazione

SUL QUESITO N.1

L'orientamento dell'Autorità, che prevede la modifica dell'articolo 9, comma 5, lettera b. del Codice di Condotta Commerciale, è condiviso e supportato dal Movimento Difesa del Cittadino per diversi motivi.

L'identificazione del momento in cui un contratto può essere considerato interamente eseguito è cruciale per garantire chiarezza e trasparenza nei rapporti contrattuali tra venditori e clienti finali. Il fatto che il contratto sia ritenuto completamente eseguito al momento dell'avvio della nuova fornitura contrattualizzata rende evidente e inequivocabile il punto temporale da cui decorrono obblighi e diritti delle parti coinvolte. Questo chiarimento permette ai clienti di avere una comprensione precisa delle tempistiche e delle modalità di esecuzione, prevenendo possibili controversie.

L'orientamento che associa l'esecuzione integrale del contratto all'avvio della fornitura rispetta e tutela il diritto di ripensamento del cliente finale domestico. Tale

identificazione consente ai consumatori di esercitare il diritto di recesso entro un periodo chiaro e definito, evitando ambiguità che potrebbero portare a violazioni dei diritti dei consumatori. In particolare, nel caso in cui il cliente richieda l'esecuzione anticipata del contratto, viene chiaramente stabilito che, una volta avviata la fornitura, il diritto di ripensamento decade solo se il cliente ha esplicitamente richiesto e riconosciuto tale condizione.

L'adeguamento proposto dall'Autorità è in linea con le previsioni normative del decreto legislativo 26/2023, che stabilisce le condizioni in cui il diritto di ripensamento può essere esercitato o decaduto. L'orientamento, quindi, non solo garantisce la conformità con la normativa nazionale, ma rafforza anche l'applicazione delle direttive comunitarie in materia di tutela dei consumatori.

La chiara definizione del momento di esecuzione integrale del contratto promuove pratiche commerciali corrette e trasparenti. I venditori sono tenuti a informare adeguatamente i clienti finali, evitando pratiche ingannevoli o poco chiare che potrebbero portare a malintesi o reclami. Questo approccio contribuisce a costruire un rapporto di fiducia tra venditori e consumatori, fondamentale per il corretto funzionamento del mercato.

SUL QUESITO N. 2

MDC esprime il proprio dissenso rispetto all'orientamento proposto da ARERA relativo alle modalità e alle tempistiche di invio delle comunicazioni di modifica unilaterali delle condizioni contrattuali ed economiche, come delineato nell'articolo 13 del Codice di Condotta Commerciale.

1. Comunicazioni di modifica unilaterale delle clausole contrattuali (Art. 13, comma 1)

- L'orientamento di ARERA prevede un preavviso minimo di 2 mesi per le comunicazioni di modifiche unilaterali delle clausole contrattuali. Riteniamo che questo periodo sia insufficiente per garantire una tutela adeguata ai consumatori. Un preavviso minimo di 3 mesi è essenziale per offrire ai clienti un tempo congruo per valutare le modifiche, confrontare eventuali offerte alternative e prendere decisioni informate. Ridurre il periodo di preavviso a 2 mesi rischia di mettere i consumatori in una posizione di svantaggio, limitando il tempo necessario per una corretta gestione delle loro forniture energetiche.

2. Evoluzioni automatiche delle condizioni economiche (Art. 13, comma 5)

- Le evoluzioni automatiche delle condizioni economiche che comportano un aumento dei corrispettivi unitari, la scadenza o la riduzione di sconti, e il passaggio da un prezzo fisso a un prezzo variabile (o viceversa) rappresentano cambiamenti significativi per i consumatori. ARERA propone un preavviso di 2 mesi, ma MDC ritiene che un preavviso di almeno 3 mesi sia indispensabile. Questo periodo esteso garantisce ai consumatori il tempo necessario per comprendere pienamente le implicazioni delle modifiche e per cercare alternative, se necessario, riducendo il rischio di impatti economici negativi imprevisti.

3. Rinnovi (Art. 13, comma 7)

- In materia di rinnovi contrattuali, è fondamentale che i consumatori siano informati con un adeguato anticipo per poter valutare le nuove condizioni contrattuali e prendere una decisione consapevole. Un preavviso di 3 mesi, rispetto ai 2 mesi proposti da ARERA, consente ai clienti di analizzare le nuove condizioni, confrontarle con altre offerte sul mercato e decidere se accettare il rinnovo o cercare un nuovo fornitore. Questo periodo di preavviso esteso è cruciale per garantire che i consumatori non siano costretti a decisioni affrettate che potrebbero non essere nel loro migliore interesse.

SUL QUESITO N. 3

È opportuno, nell'ambito della revisione del Codice di Condotta Commerciale, che i venditori utilizzino esclusivamente modalità di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali che consentano sempre di verificare la ricezione da parte dei consumatori, come la raccomandata con ricevuta di ritorno e la Posta Elettronica Certificata (PEC).

Criticità delle modalità di invio attuali

L'attuale prassi di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali tramite semplici lettere postali ed email presenta numerose criticità che mettono a rischio la corretta informazione dei consumatori:

1. **Inaffidabilità della ricezione:** Le semplici lettere o email spesso non garantiscono la consegna certa e verificabile al destinatario. Vi sono frequenti casi in cui tali email finiscono nella cartella spam o vengono ignorate, compromettendo così la possibilità per il consumatore di essere adeguatamente informato delle modifiche contrattuali.

2. **Mancanza di tracciabilità:** Non offrono una prova concreta di avvenuta ricezione da parte del destinatario. Questa mancanza di tracciabilità rende difficile dimostrare che il consumatore abbia effettivamente ricevuto la comunicazione, creando potenziali controversie legali.
3. **Problemi di legittimità:** Vi sono stati casi in cui le comunicazioni inviate tramite email sono risultate strutturate in modo tale da finire deliberatamente nella cartella spam, sollevando dubbi sulla legittimità delle pratiche commerciali adottate dai venditori.

Vantaggi delle modalità di invio verificabili

L'utilizzo di modalità di invio che consentano sempre di verificare la ricezione, come la raccomandata con ricevuta di ritorno e la PEC, presenta numerosi vantaggi:

1. **Sicurezza e affidabilità:** La raccomandata con ricevuta di ritorno e la PEC garantiscono che il messaggio sia effettivamente consegnato al destinatario, offrendo una prova tangibile di avvenuta ricezione. Questo elimina qualsiasi incertezza riguardo alla comunicazione delle modifiche contrattuali.
2. **Tracciabilità e prova di consegna:** Entrambe le modalità forniscono una traccia verificabile e una conferma di consegna, riducendo il rischio di controversie legali e garantendo che il consumatore abbia effettivamente ricevuto e letto la comunicazione.
3. **Maggiore trasparenza:** L'obbligo di utilizzare modalità di invio verificabili aumenta la trasparenza delle pratiche commerciali dei venditori, rafforzando la fiducia dei consumatori nel mercato energetico.
4. **Protezione dei diritti dei consumatori:** Assicurare che i consumatori ricevano informazioni cruciali, come le modifiche alle condizioni contrattuali, in modo sicuro e verificabile, è fondamentale per la protezione dei loro diritti. Questo consente ai consumatori di prendere decisioni informate riguardo alle loro forniture energetiche.

SUL QUESITO N. 4

Il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) ritiene necessario e opportuno rafforzare le disposizioni del Codice di Condotta Commerciale con riferimento agli obblighi dei venditori nell'ambito della commercializzazione delle offerte di energia elettrica e/o gas, esplicitando in maniera più estesa la loro responsabilità nei confronti degli incaricati, a qualunque titolo, delle attività di telemarketing e teleselling.

Con la Delibera n. 148 del 7 marzo 2024, anche il Garante per la protezione dei dati personali ha approvato il Codice di condotta per le attività di telemarketing e teleselling, ad adesione volontaria, finalizzato ad assicurare il rispetto della normativa privacy e a contrastare i comportamenti aggressivi dei call center. È essenziale che le disposizioni del Codice di condotta commerciale siano allineate con queste nuove direttive per garantire una maggiore tutela dei consumatori.

1. Responsabilità Indipendente dalla tecnologia e dalla modalità organizzativa

- Si condivide pienamente l'orientamento dell'Autorità di esplicitare nel Codice di condotta commerciale che i venditori sono responsabili del rispetto delle disposizioni del Codice a prescindere dalla tecnologia utilizzata (tradizionale o automatizzata) e dalla modalità organizzativa con cui i servizi telefonici di contatto sono resi. Questo principio deve essere chiaramente definito per evitare qualsiasi forma di elusione delle responsabilità da parte dei venditori.

2. Obblighi in caso di affidamento a terzi

- In caso di affidamento a terzi dell'attività di call center, i venditori devono avvalersi di soggetti iscritti al ROC e dotati di requisiti di qualità e affidabilità professionale. Inoltre, devono effettuare controlli rigorosi sulle modalità di acquisizione dei clienti da parte di questi soggetti, garantendo che le pratiche siano conformi alle direttive del Codice di condotta commerciale e alla normativa vigente.

3. Elevati livelli qualitativi delle attività di contatto

- È cruciale che i venditori garantiscano elevati livelli qualitativi delle attività di contatto, assicurando un'adeguata preparazione del personale preposto. Questo è fondamentale per rispettare gli specifici obblighi informativi del Codice di condotta commerciale e per garantire che i consumatori ricevano informazioni corrette e complete.

4. Garanzia dei diritti dei clienti finali

- È essenziale che i venditori assicurino che, nella fornitura dei servizi telefonici di contatto, siano garantiti i diritti dei clienti finali relativi al riconoscimento e alla possibilità di richiamare il numero da cui ricevono la telefonata commerciale. Questo aumenta la trasparenza e la fiducia dei consumatori nei confronti dei venditori.

5. Regolazione dell'utilizzo della subcontrattualizzazione

- Le norme per regolare l'utilizzo della subcontrattualizzazione per lo svolgimento dell'attività di promozione/vendita mediante contatto telefonico devono essere chiare. I venditori devono assicurarsi che i soggetti a cui l'attività è stata affidata/appaltata vigilino sul rispetto delle direttive impartite e delle procedure stabilite. In caso di violazione, devono essere applicati meccanismi disincentivanti e misure disciplinari appropriate.

6. Monitoraggio e controllo

- I venditori devono definire misure per effettuare il monitoraggio e il controllo sull'attività svolta dai soggetti a cui è appaltata/affidata l'attività di promozione/vendita. Devono essere previsti interventi sanzionatori specifici in caso di inottemperanza a quanto stabilito nel Codice di condotta commerciale e alla normativa vigente.

SUL QUESITO N. 5

Si ritiene altresì necessario inserire nell'aggiornamento del Codice di condotta quanto già proposto in sede di Commissione Parlamentare sulle Attività Produttive in materia di telemarketing e teleselling il seguente articolo: *In caso di contratti non richiesti conclusi anche a distanza (teleselling) disconosciuti dal consumatore finale, si prevede l'esonero dall'obbligo di fornire qualsiasi prestazione corrispettiva nelle forme e nelle modalità previste dall'art. 66 quinquies del Codice del Consumo e il diritto ad ottenere il pagamento di una penale pari al 10 per cento dell'ammontare contestato e non dovuto e, comunque, per un importo non inferiore a 100 euro.* Questa misura è fondamentale per proteggere i consumatori da pratiche commerciali aggressive e per dissuadere i venditori dall'utilizzo di pratiche scorrette.

SUL QUESITO N. 6

Si concorda che le modifiche al Codice di condotta commerciale proposte negli orientamenti 2, 3 e 4 decorrano dal 1° settembre 2024.

Si spera con il presente documento di aver fornito all' Autorità un utile contributo al rafforzamento delle tutele dei consumatori e alla migliore regolazione del mercato energetico nazionale

Con osservanza.