

Prot. n. 953/2024/AR/E del 24/6/2024

OSSERVAZIONI AL DCO 200/2024/R/COM

**INTERVENTI DI AGGIORNAMENTO ED
EFFICIENTAMENTO DEL CODICE DI CONDOTTA
COMMERCIALE A VANTAGGIO DEI CLIENTI FINALI DI
ENERGIA ELETTRICA E GAS NATURALE**

Osservazioni generali

Il Codice di condotta commerciale 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 devono osservare nei rapporti commerciali con i clienti finali. Tale materia costituisce pertanto un aspetto basilare del settore retail e richiede le necessarie attenzioni, anche in considerazione dei rilevanti cambiamenti che il comparto sta affrontando nell'ambito della progressiva rimozione delle tariffe tutelate.

Si evidenzia tuttavia l'approssimarsi di una significativa proliferazione di interventi che le più recenti consultazioni stanno contemporaneamente delineando per le società di vendita, interessate anche da proposte di revisione della disciplina della Bolletta 2.0, oltre che dalla delicata fase di avvio del STG per i clienti domestici non vulnerabili. Tenuto conto che il tutto potrebbe porre il settore in una condizione di particolare sollecitazione, si suggerisce di valutare possibili accorgimenti per favorire adeguati livelli di gradualità e progressività delle implementazioni, privilegiando il ricorso ai soli interventi da ritenere effettivamente indispensabili ai fini della protezione dei clienti finali e posticipando quelli eventualmente meno rilevanti.

In merito alle proposte formulate dalla presente consultazione, con particolare riferimento agli adeguamenti del Codice di condotta commerciale alle disposizioni del decreto legislativo 26/2023, non si esprimono particolari necessità di revisione o affinamento, in quanto si tratta di proposte generalmente già recepite in fase precontrattuale da parte degli operatori.

Per quanto concerne invece le proposte relative alle variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali, si concorda pienamente sul fatto che la modifica delle condizioni contrattuali, anche quando lecita, può avere un impatto notevole sulla vantaggiosità dell'offerta originariamente sottoscritta dal cliente, nonché sulla necessità che la modifica debba essere comunicata con modalità e tempistiche che permettano al cliente di venirne a conoscenza in maniera adeguata e con sufficiente anticipo rispetto alla decorrenza della modifica medesima. Per tali ragioni non si concorda con l'abrogazione, dall'attuale art. 13 comma 1, della parte in cui si dispone che, fatta salva prova contraria, la comunicazione di variazione unilaterale di specifiche clausole contrattuali si presume ricevuta trascorsi 10 giorni dall'invio effettuato da parte del venditore. L'eliminazione tale articolo e l'introduzione del concetto di effettiva ricezione del cliente comporterebbe l'adozione, da

parte dei venditori, di strumenti piuttosto onerosi e complessi, basti pensare che una raccomandata ha un costo di circa 8 euro, che andrebbero inevitabilmente trasferiti a carico del cliente stesso. A riguardo si evidenzia peraltro che in altri settori, come per esempio quello bancario, che gestisce la medesima tipologia di clienti, in caso di ius variandi si prevede che la comunicazione sia inviata su supporto durevole indicato dal cliente (art. 118 Testo unico bancario), senza che sia reso espressamente obbligatorio l'utilizzo, da parte dell'istituto bancario, di uno strumento che ne certifichi la ricezione. Per tali motivazioni, in continuità con quanto previsto oggi ed al fine di evitare un ingiustificato incremento dei costi a carico dei clienti, si propone di mantenere la disposizione secondo la quale trascorsi 10 giorni dall'invio si presume che la comunicazione sia stata correttamente ricevuta dal cliente, secondo lo strumento scelto dallo stesso, che ne permetta la certificazione dell'invio da parte del venditore. Si evidenziano le stesse considerazioni di cui sopra, anche con riferimento alle proposte di modifica relative all'art. 13 comma 5, concernenti le evoluzioni automatiche, nonché a quelle relative all'art. 13 comma 7 in materia di rinnovi.

In merito poi alle proposte della consultazione orientate al rafforzamento delle disposizioni in materia di telemarketing e teleselling, si concorda sul fatto che un ruolo utile possa essere svolto da esempi di autoregolamentazione finalizzati alla prevenzione di fenomeni del telemarketing e teleselling scorretto ed aggressivo, nel quadro delle responsabilità che già contraddistinguono i venditori nel rapportarsi con eventuali soggetti terzi incaricati di svolgere delle attività per loro conto. La proposta di esplicitare nel Codice di condotta commerciale gli aspetti richiamati al par. 4.16 potrebbe richiedere, con la finalità di stabilire in maniera univoca la cornice di riferimento, delle più approfondite forme di coordinamento preventivo con il Garante per la protezione dei dati personali (il quale ha recentemente approvato il Codice di condotta volontario per le attività di telemarketing e teleselling), con le altre Autorità di settore coinvolte, ma anche con gli stessi operatori, i quali in questi ultimi mesi hanno peraltro messo in campo specifiche azioni proprio per contrastare pratiche commerciali scorrette da parte di teleseller.

Infine, per quanto riguarda le tempistiche di attuazione delle misure proposte, il termine di decorrenza ipotizzato al 1° settembre 2024 risulterebbe tecnicamente non praticabile, in quanto si necessita di almeno 6 mesi rispetto all'approvazione del provvedimento finale.

Si riportano di seguito le osservazioni relative ai singoli spunti della consultazione

Osservazioni specifiche

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

R1. Si esprimono alcune perplessità in merito all'identificazione del momento in cui il contratto si considera interamente eseguito nel caso di switching. L'esercizio del ripensamento, infatti, è stato introdotto per garantire al consumatore finale la possibilità di non dare esecuzione ad un contratto qualora volesse, a valle della sottoscrizione. La rinuncia all'esercizio di tale diritto comporta da parte dello stesso cliente l'impossibilità, qualora il contratto sia stato eseguito, di evitare l'attivazione della fornitura. L'identificazione dell'esecuzione del contratto con "l'avvio della fornitura", contrasta con l'operatività del settore che prevede che in caso di switching decorso il giorno 10 del m-1 non sia più possibile non dare esecuzione al contratto, pertanto si ritiene che per lo switching in tale data debba considerarsi che il contratto sia "interamente eseguito".

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.

R2-R3. Come accennato in premessa, nelle fattispecie relative alle variazioni unilaterali, alle evoluzioni automatiche ed ai rinnovi, non si condivide l'eliminazione della parte in cui si dispone che, fatta salva prova contraria, la comunicazione di variazione unilaterale di specifiche clausole contrattuali si presume ricevuta trascorsi 10 giorni dall'invio effettuato da parte del venditore. Tale ipotesi porrebbe i venditori a dover modificare il processo adottando soluzioni molto più onerose, i cui costi andrebbero inevitabilmente a carico dei clienti e che comunque non garantirebbero che il cliente abbia "preso in carico" la comunicazione (basti pensare alle raccomandate AR che rimangono in giacenza e che non sono ritirate dai legittimi destinatari).

Si evidenziano inoltre le potenziali notevoli difficoltà in cui i venditori potrebbero incorrere nel processo finalizzato a ricevere un esplicito orientamento, da parte dei clienti finali già presenti nel proprio portafoglio, circa la tipologia di supporto durevole prescelta per le comunicazioni. Per tali motivazioni si propone che per tali clienti vengano utilizzati gli attuali strumenti di comunicazione (mail, cartaceo ecc.) e venga previsto che nella prima bolletta utile, successiva all'entrata in vigore del provvedimento, sia inviata una comunicazione volta ad informare i clienti che, in assenza di ulteriori e diverse comunicazioni da parte loro, il venditore utilizzerà il supporto durevole già utilizzato per l'invio della bolletta.

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.

R4-R5. Come espresso nelle considerazioni introduttive, le proposte orientate al rafforzamento delle disposizioni in materia di telemarketing e teleselling potrebbero richiedere delle più approfondite forme di coordinamento preventivo non solamente tra le varie Autorità di regolazione coinvolte nella materia, ma anche con gli operatori di settore, i quali, posti in prima linea nell'ambito delle relazioni commerciali con i clienti finali, hanno loro stessi ravvisato la necessità di interventi che possano evitare effetti dannosi sulle relazioni contrattuali e sulla percezione della condotta assunta dalle società di vendita nel loro complesso, nei casi di eventuali pratiche aggressive assunte da loro intermediari. Hanno pertanto avviato, per il tramite delle principali associazioni di categoria, un processo orientato a definire un inquadramento normativo del ruolo dell'intermediario alla vendita, che non si limiti a meri strumenti di autoregolazione volontaria, ritenuti utili ma non pienamente efficaci a tal fine. Risulta pertanto necessario che la proattività mostrata dagli operatori di mercato tramite la menzionata attività sia supportata da soluzioni sistemiche in grado di coinvolgere tutti i soggetti interessati. Tenuto anche conto del fatto che il quadro normativo del telemarketing e del teleselling è in continua evoluzione e che risulta oggetto di audizioni parlamentari o di potenziali iniziative legislative di vario tipo, riteniamo più efficace attendere gli esiti di questi processi per valutare solo successivamente dei possibili interventi regolatori di dettaglio sul Codice di condotta commerciale.

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

R6. Le proposte relative alle tempistiche di attuazione non risultano condivisibili in quanto non realizzabili vista l'imminenza del termine di decorrenza ipotizzato. Si auspica di disporre di un tempo minimo pari a sei mesi dalla pubblicazione del provvedimento finale.



www.utilitalia.it

UTILITALIA | Piazza Cola di Rienzo 80 | 00193 Roma



www.utilitalia.it

UTILITALIA | Piazza Cola di Rienzo 80 | 00193 Roma