



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Roma, 24 giugno 2024

Spett.le
ARERA – Autorità di Regolazione
per Energia Reti e Ambiente

**OGGETTO: Nota di Unione Nazionale Consumatori su 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**

L'Unione Nazionale Consumatori, con sede in Roma, Via Duilio n. 13, iscritta nell'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale di cui all'art. 137 del Codice del Consumo (D.Lgs. n. 206/2005), presenta le proprie osservazioni nel merito delle singole richieste fatte all'interno del DCO di cui all'oggetto.

PREMESSA

L'incidenza della spesa energetica sul bilancio di una famiglia supera di gran lunga quella telefonica o bancaria. Secondo l'ultima analisi Istat sulle spese per consumi, in media una famiglia spende all'anno in servizi di comunicazione 267,48 euro (77,40 il telefono fisso, 103,08 il mobile, 87 l'accesso a internet) contro 1641,6 euro tra energia elettrica (854,88 euro) e Gas naturale attraverso reti di fornitura (786,72 euro), ossia la spesa per la telefonia è appena il 16,3% rispetto a quella energetica, o se preferite quest'ultima è oltre 6 volte tanto. Secondo l'annuale indagine della Banca d'Italia, la spesa per la gestione di un conto corrente è pari a 104 euro, il 6,34% rispetto alla spesa energetica. L'insieme della spesa bancarie e telefoniche, quindi, è pari al 22,6% rispetto a luce e gas, ossia meno di un quarto.

Ecco perché la sottoscrizione di un contratto, la comunicazione di una variazione unilaterale delle condizioni contrattuali o di un rinnovo contrattuale per la luce e il gas richiedono una regolazione decisamente ben diversa rispetto a quanto prevede il Testo unico bancario o i Regolamenti e le delibere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni a cui si fa riferimento nel DCO. Richiamarsi a quanto prevedono altre Authority è quindi improprio, perché una modifica contrattuale in campo energetico, dove gli importi delle bollette sono elevati e già incidono e gravano pesantemente sui bilanci delle famiglie, determina rincari che,

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it



facebook.com/UNConsumatori
twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

specie se inattesi, creano gravi difficoltà nei pagamenti alle famiglie. Serve, quindi, un'attenzione e una regolazione ben più stringenti.

Men che meno riteniamo opportuno richiamarsi alle tutele del Codice Civile, sia perché nessun consumatore arriva a procedere legalmente dinanzi a un giudice per contestare un aumento sia perché il fondamentale ruolo delle Autorità di regolazione verrebbe sminuito se disciplinassero il loro settore solo richiamandosi alla normativa già esistente, dal Codice Civile al Codice del Consumo.

Abbiamo, quindi apprezzato che nel Codice, invece di limitarsi a ricordare che *"in caso di controversia circa l'efficacia delle variazioni unilaterali e dei rinnovi delle condizioni economiche dei contratti, sorta a seguito della contestazione avanzata dal cliente finale destinatario circa la ricezione dell'atto, grava sul venditore l'onere della prova dell'invio e del recapito degli atti menzionati all'indirizzo del destinatario"* o che la *"disposizione dev'essere collocata su un piano diverso e non interferente, né in alcun modo confliggente con quello civilistico"*, abbiate optato per eliminare l'attuale collegamento tra la presunzione di ricevimento della comunicazione e l'invio della stessa, ossia i 10 giorni, prendendo atto dei contenziosi esistenti. L'art. 13 del Codice di Condotta Commerciale, laddove prevedeva che la comunicazione con il preavviso di 3 mesi. "fatta salva prova contraria ... si presume ricevuta trascorsi 10 giorni dall'invio effettuato da parte del venditore" veniva interpretato dai venditori come un'inversione dell'onere della prova a carico dei consumatori (visto che passati 10 giorni si presume ricevuta e serviva la prova contraria). Per il consumatore era oggettivamente impossibile poter dimostrare di non aver ricevuto qualcosa. Una palese violazione dell'art. 2697 cod. civ. (chi "eccepisce che il diritto si è modificato o estinto deve provare i fatti su cui l'eccezione si fonda") e come sostenuto nel DCO degli articoli 1334 (efficacia degli atti unilaterali) e 1335 (presunzione di conoscenza) del Codice civile, che vedeva però soccombenti i clienti, atteso che nessuno procede legalmente dinanzi a un giudice per far valere quel diritto, restando quindi una tutela, quella del Codice civile, solo teorica, sulla carta.

Se in alcuni settori, e non in tutti, esistono delle specifiche Autorità di regolazione è perché si ritiene che, data la delicatezza di quei settori, sia opportuna una regolamentazione speciale che integri e irrobustisca la normativa generale, per garantire il buon funzionamento di quel mercato, rafforzando le tutele e gli interessi dei consumatori, ossia dei soggetti più deboli del rapporto contrattuale. Non si può garantire la concorrenza e l'efficienza del mercato, se non è trasparente, se abbondano gli abusi, se il consumatore è vittima di comunicazioni ingannevoli, se i consumatori non premiano il venditore più efficiente, abbandonando chi rialza i prezzi in modo eccessivo e fuori mercato, se si impedisce la mobilità del consumatore grazie a pratiche poco trasparenti. Certo può sempre

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it



facebook.com/UNConsumatori
twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

intervenire a posteriori l'Antitrust, ma ogni pratica commerciale scorretta, ogni intervento ex post dell'Antitrust è una sconfitta della regolazione del mercato che, evidentemente, non ha funzionato ex ante, non riuscendo a prevenire quegli abusi, di fatto consentendoli.

Una doppia sconfitta se si considera che le possibili successive condanne dell'Antitrust avvengono dopo che la pratica scorretta ha già espletato tutti i suoi danni sugli utenti che, anche a seguito di una sanzione, non saranno risarciti, non essendo previsto dalla legge un indennizzo per i consumatori danneggiati da una pratica scorretta.

Il recente avvio da parte dell'Antitrust di un procedimento istruttorio contro Enel Energia (PS12743), per aver quadruplicato o quintuplicato i prezzi senza aver comunicato in modo adeguato l'aggiornamento delle condizioni dei contratti in scadenza, vuol dire, considerato che sono pervenute all'Autorità oltre 600 denunce, che non bastano dei ritocchi al Codice di condotta commerciale (di seguito Codice), ma un'inversione di rotta almeno per tutte le comunicazioni che implicano un aumento dei prezzi, di qualunque natura esse siano.

Di seguito le proposte:

Consenso espresso. Ogni nuovo contratto, ogni variazione unilaterale delle condizioni contrattuali e ogni rinnovo delle condizioni economiche che implica un aumento dei prezzi, dato che incide pesantemente sui bilanci di una famiglia, devono richiedere un previo consenso espresso da parte del cliente. Stop, insomma, al principio del silenzio assenso. Ricordiamo che in assenza di consenso e se il consumatore non cambia fornitore c'è sempre il Servizio di ultima istanza (Fui per il gas e Servizio a tutele graduali per la luce).

Conferma lettura. In subordine al consenso espresso, per nuovi contratti, per variazioni unilaterali e rinnovi non può bastare, come proposto, che la comunicazione debba essere fornita al cliente finale su supporto durevole, preventivamente accettato dal cliente finale, e mediante forma scritta. Serve la conferma del cliente dell'avvenuta lettura. Troppi consumatori, ci hanno segnalato in questi mesi di aver avuto una variazione unilaterale delle clausole contrattuali o un rinnovo contrattuale con conseguente rincaro della bolletta, senza aver mai ricevuto alcuna comunicazione con il preavviso di 3 mesi previsto da ARERA. I motivi sono tanti. Spesso le modifiche vengono inviate nei mesi estivi, durante i tipici periodi di ferie. Nell'istruttoria dell'Antitrust contro Enel Energia c'è addirittura l'ipotesi, ancora oggetto di verifica, che Enel Energia abbia "artatamente" confezionato l'email in modo che fosse "intercettata dal filtro antispam" dei destinatari, anche in ragione della rilevanza della parte

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori
 twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

grafica. Insomma, formalmente Enel Energia avrebbe inviato l'informativa su supporto durevole, mediante forma scritta, peccato che sia andata in spam. Chiediamo, quindi, che la comunicazione avvenga con la prova dell'avvenuta lettura. Rispetto al fatto che non prevedete che la comunicazione avvenga mediante modalità tracciate quali raccomandata con avviso di ricevimento nel caso di comunicazioni cartacee e posta elettronica certificata nel caso di comunicazioni elettroniche, perché presentano dei costi in capo al venditore e/o al cliente finale, al di là del fatto che riteniamo i costi secondari rispetto alle bollette quadruplicate e che in tali casi debba prevalere la trasparenza e l'informazione su ogni altra considerazione, evidenziamo che vi sono varie modalità poco costose per acquisire la prova dell'avvenuta lettura. Ad esempio, è possibile prevedere tramite App o tramite link al sito su una pagina dedicata, la possibilità di dover necessariamente scorrere e leggere la comunicazione per poter verificare l'accettazione e, comunque, in subordine, serve almeno una conferma della ricezione con un comportamento attivo da parte del consumatore, ad esempio con un'e-mail con un link da cliccare o un codice OTP.

Secondo invio. Era giusto in linea teorica che la comunicazione per variazioni unilaterali e rinnovi, se si configurava come un aumento dei corrispettivi, non fosse inviata all'interno dei documenti di fatturazione o congiuntamente agli stessi. Ma quella che era una tutela del cliente finale contrattualmente più debole, al fine di una evidenziazione specifica delle informazioni più rilevanti, si è trasformata in un danno. Infatti, dalle segnalazioni ai nostri sportelli e come riportato dall'Antitrust nel caso di Enel Energia (PS12743), *"alcuni utenti riferiscono di ricevere regolarmente le fatture tramite email (o sull'app), ma di non aver ricevuto alcuna comunicazione di rinnovo delle condizioni economiche tramite i predetti canali"*. Insomma, le bollette le hanno ricevute, quelle comunicazioni no. Chiediamo, quindi, di raddoppiare la comunicazione, con un invio obbligatorio come quello attualmente previsto, ossia non all'interno dei documenti di fatturazione o congiuntamente agli stessi, ma poi prevedendo un secondo invio congiuntamente ai documenti di fatturazione, pur se in un foglio separato che deve comparire prima del frontespizio della bolletta.

Modello unificato. Non può bastare dimostrare di aver spedito l'email, una lettera o messo un avviso sull'App, dato che, solo per citare gli ultimi due casi di Enel Energia e di Intesa Sanpaolo/Isybank, i passaggi riguardanti le modifiche sono sempre più meno evidenti perché confusi tra frasi promozionali e pubblicitarie che annacquano il messaggio e possono fuorviare il consumatore rispetto alla reale importanza della lettera. È una

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori
 twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

strategia oramai consolidata mandare modifiche contrattuali scomode o comunicazioni non convenienti per l'azienda, nascondendo la modifica e invogliando il cliente a interrompere la lettura più che a proseguirla. Enel Energia, ad esempio, aveva inutili preamboli che rendevano la loro informativa inadeguata. L'incipit era: «Ciao, Nome e Cognome, siamo felici di avverti con noi e con questa lettera di teniamo a confermare l'impegno e la passione che da sempre ci guidano verso l'offerta di vantaggi creati su misura per te e la ricerca dell'eccellenza». Poi un riquadro con un lunghissimo spot sul loro programma fedeltà: "Per te che sei cliente Enel Energia ricordati dei vantaggi del nostro programma fedeltà ... Potrai ottenere bonus in bolletta....". E poi: "Comunicare con te in modo sempre trasparente è una priorità ...»). Pensate che Intesa Sanpaolo, per la vicenda di Isybank, per quale vale la pena ricordarlo, l'Antitrust ha imposto il consenso espresso per i clienti del Ramo II (PS12660 - Intesa Sanpaolo/Isybank - trasferimento conti correnti - Provvedimento n. 31241), ha messo l'informazione utile solo alla fine della seconda pagina, dopo 3655 battute. **Urge, quindi, un modello di informativa unificato, dall'oggetto al testo, un format unico definito nei minimi dettagli al quale le aziende devono attenersi scrupolosamente senza che sia consentita alcuna modifica a layout, testi, dati, tabelle, ecc ecc.** In subordine, occorre stabilire che il testo non sia più lungo di una pagina, con massimo 1800 battute, e prevedere il divieto che in quell'informativa siano contenute informazioni pubblicitarie o informazioni di qualsiasi altra natura rispetto alla modifica proposta. A tal proposito, vista l'attenzione rispetto a quello che fanno le altre Authority, si ricorda che quella delle Comunicazioni ha previsto (Allegato 1 al Regolamento Allegato B alla delibera 307/23/CONS) che gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche o contrattuali sono tenuti a comunicarlo obbligatoriamente con questa intestazione: "COMUNICAZIONE IMPORTANTE: MODIFICA DELLE CONDIZIONI DEL CONTRATTO". Per questo anche noi suggeriamo che, con caratteri maiuscoli sia scritto sempre nell'oggetto, nella intestazione, qualunque sia la modalità di comunicazione adottata (email, lettere, avvisi su App, banner...): "IMPORTANTE: MODIFICA DEL CONTRATTO", oppure "ATTENZIONE: MODIFICA DEL CONTRATTO". Pensiamo che questa scritta debba valere per ogni modifica delle condizioni economiche o contrattuali che implica una variazione del prezzo, sia per le variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali sia per i rinnovi delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni che per le evoluzioni automatiche delle condizioni economiche. Ci rendiamo conto che si tratta di 3 casistiche differenti, ma nulla vieta poi di spiegare e specificare meglio nella lettera di cosa si tratta. In fin dei conti, anche per il caso di evoluzione automatica, per le quali l'oggetto da noi proposto è impreciso, è comunque una modifica delle condizioni economiche, per quanto già prevista nel contratto

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

f facebook.com/UNConsumatori
t twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

iniziale. Il problema è che nessun consumatore che ci contatta dopo aver subito un cambio di prezzo dopo 12 mesi era consapevole si trattasse di un'evoluzione firmata all'epoca. Nessun venditore, infatti, dopo avervi proposto un prezzo vantaggioso, vi evidenzia il rincaro previsto dopo 12 mesi e il consumatore, a fronte di contratti incomprensibili, è in grado di dedurlo leggendo le condizioni contrattuali. Per questo lo scopo dell'oggetto non deve essere quello della precisione legale, ma quello di essere semplice e attirare l'attenzione. In subordine, proponiamo, per il solo caso di evoluzioni automatiche, la scritta: "ATTENZIONE: MODIFICA DELLE CONDIZIONI" oppure "ATTENZIONE: MODIFICA DEL PREZZO", laddove vi sia un rincaro. Tali espressioni sono preferibili a quelle attualmente previste: "Proposta di modifica unilaterale del contratto" e "Proposta di rinnovo delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni". Specie la seconda risulta troppo lunga. Giova ricordare che l'Antitrust, nell'avviso di avvio di procedimento istruttorio contro Enel Energia (PS12743) ha evidenziato che *"né nell'istestazione, né nella parte testuale di detta email non veniva data evidenza al suo oggetto (ossia, la modifica delle condizioni economiche)"*. Delle due l'una: o Enel Energia ha violato il Codice di condotta e quindi Vi chiediamo di procedere per inosservanza delle Vostre delibere, oppure il Codice ha lacune che consentono di aggirare le sue finalità e, quindi, va reso molto più stringente. Per questo, al di là della possibile condanna dell'Antitrust urge una tutela preventiva.

Rialzo percentuale. Dall'informativa di Enel Energia, per quanto teoricamente rispettosa del Codice di Condotta, migliaia di consumatori non hanno capito che il prezzo stava quadruplicando, pur avendo ricevuto e letto la lettera. Se ne sono accorti solo dopo aver ricevuto le prime bollette invernali. Inutile, quindi, sostenere che la tabella ora prevista dal Codice di condotta è chiara. Può darsi che lo sia per gli addetti ai lavori, ma evidentemente non lo è per un consumatore medio. Invece di perseverare e insistere sulla teoria, si deve prendere atto della pratica, della situazione reale e provare a cambiare. È di tutta evidenza che se avessero capito che il prezzo stava quadruplicando avrebbero cambiato fornitore, come infatti hanno fatto dopo averlo verificato nella pratica, ossia dopo le bollette invernali astronomiche. Invero, l'incremento di prezzo non era esplicitamente indicato, non essendo previsto dal Codice. Si riportava una tabella di confronto sulla spesa annua stimata per 8 fasce di consumo (4 per il cliente con potenza impegnata 3 kWh) che, dal punto di vista informativo, peggiorava ulteriormente la situazione. Serve un'informativa personalizzata sulla base dei consumi dell'ultimo anno del cliente. Le voci delle colonne erano: *"Stimata in C/anno"*. Stimata cosa? Serve dire *"Bolletta attuale"* oppure *"Spesa attuale"*, mentre nella terza colonna,

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori
 twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

invece di riportare la scritta "Aumento della bolletta" o della spesa, indicando le cifre con un +, si parlava di *"Variazione di spesa rispetto alle condizioni economiche precedenti in C/anno"*, espressione meno chiara. Urge, per far capire che la bolletta sta per aumentare, l'aggiunta di una quarta colonna con la scritta *Rincarò o Rialzo percentuale* e l'indicazione dell'incremento in termini percentuali. Se fosse stato scritto +400% molti consumatori avrebbero abbandonato Enel Energia mesi prima. Bisogna che Arera specifichi le esatte diciture della tabella, onde evitare che la capacità letteraria di alcune aziende possa sprigionarsi. Indispensabile, infine, una seconda tabella, separata dalla precedente, con l'indicazione dei prezzi vecchi (suddivisi per prezzo energia e quota di commercializzazione fissa), di quelli nuovi e la percentuale dell'aumento, secondo uno schema tipo quello sotto riportato:

	Prezzo attuale (in euro)	Prezzo futuro (in euro)	% di aumento
Prezzo energia (€/kWh)	0,10	0,20	+100%
Quota fissa annua	100	110	+10%

Chiediamo che queste modifiche (seconda tabella, percentuale di incremento nella tabella già esistente, personalizzazione rispetto ai consumi effettivi del cliente) siano da applicare in tutte e 3 le casistiche: variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali, rinnovi delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni, evoluzioni automatiche delle condizioni economiche.

TELEMARKETING E TELESELLING

Conclusione del contratto. Il presidente dell'Antitrust, in audizione alla Commissione parlamentare di inchiesta sulla tutela dei consumatori e degli utenti, il 3 maggio 2022 aveva auspicato una norma che preveda che *"il vincolo contrattuale sorga solo a seguito della conferma dell'offerta, da parte del consumatore, per iscritto"* per contrastare le telefonate *"che sollecitano insistentemente l'adesione alle offerte commerciali di gas e luce, sulla base di informazioni non trasparenti, di carattere ingannevole"* perché gli *"interventi e i conseguenti provvedimenti adottati dall'Autorità sono risultati inefficaci a contrastare il fenomeno delle attivazioni ingannevoli e/o non richieste"*, ritenendo *"necessario un ripensamento della disciplina vigente con specifico riferimento ai "Requisiti formali dei contratti a distanza", di cui all'art. 51, c. 6 del Codice del*

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori
 twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

*Consumo, che consente la conclusione dei contratti mediante la registrazione telefonica del consenso del consumatore, in alternativa alla accettazione dell'offerta commerciale in forma scritta". Il recente giro di vite introdotto con la Legge annuale della concorrenza (Legge n. 214 del 30 dicembre 2023) che ha disposto (con l'art. 9, comma 2) la modifica dell'art. 51, comma 6 ("In ogni caso il consenso non è valido se il consumatore non ha preliminarmente confermato la ricezione del documento contenente tutte le condizioni contrattuali, trasmesse su supporto cartaceo o altro supporto durevole disponibile e accessibile"), non appare sufficiente per i contratti di luce e gas. Non è possibile che nel breve tempo della telefonata di un call center possa essere illustrata un'offerta in modo esaustivo: la materia è troppo complessa e sono troppe le variabili, per non dire le insidie, in campo. Per questo serve un'eccezione alla regola generale e occorre prevedere che **per luce e gas il consumatore debba rinviare il contratto debitamente firmato per poter esprimere il suo consenso e perché si concluda il contratto**. Insomma, il contratto va inviato al cliente solo in forma scritta su supporto cartaceo, che lo deve rinviare firmato perché il contratto si possa considerare concluso. In subordine, non può bastare la conferma di ricezione del documento contenente tutte le condizioni contrattuali, dato che non equivale alla lettura delle stesse, ma deve servire un consenso espresso su supporto durevole, consenso che va espresso però solo dopo aver ricevuto il contratto in forma scritta (in particolare: le Condizioni generali di fornitura (CGF), le Condizioni tecnico economiche (CTE) e Scheda di confrontabilità della spesa) e non prima o contestualmente all'invio dello stesso, dato che sarebbe impossibile una lettura attenta del contratto. Di conseguenza chiediamo che il consenso espresso non sia considerato valido se avvenuto nel corso di una telefonata ma debba essere espresso esclusivamente in forma scritta, su supporto durevole, ma solo dopo la ricezione, sempre su supporto durevole, del contratto in forma scritta. Insomma, a una proposta telefonica dovrebbe sempre seguire l'invio del contratto in forma scritta, su supporto cartaceo o su supporto durevole, e, solo successivamente, il consenso espresso del consumatore in forma scritta su supporto durevole (ma durevole per il consumatore, come una lettera o una email, non una registrazione telefonica che è a disposizione del solo call center e non è accessibile per il consumatore, non essendo da lui conservata). Se ai fini delle comunicazioni di cui all'articolo 13, commi 1, 5 e 7, del Codice di condotta commerciale non rientrano, nella nuova formulazione, le comunicazioni vocali anche se rese o registrate su supporto durevole, non si capisce perché le registrazioni dovrebbero valere per i nuovi contratti. In subordine alle due ipotesi sopra riportate, per dare una tutela minima ai consumatori, anche se insufficiente, va previsto l'obbligo della registrazione dell'intera telefonata, fin dal saluto iniziale. Le registrazioni parziali, infatti, non*

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

f facebook.com/UNConsumatori
t twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

consentono di capire se il consumatore è stato precedentemente ingannato con false dichiarazioni, come far credere che al telefono sia il suo gestore e non un'altra impresa.

Registro delle opposizioni. La pratica di telefonare a chi è iscritto al Registro delle Opposizioni è scorretta in quanto aggressiva e illegittima, essendo in contrasto con le disposizioni in materia di privacy. La telefonata indesiderata rappresenta un'indebita forma di condizionamento nei confronti del consumatore che ha esplicitamente chiesto di non ricevere offerte commerciali con quei tempi, magari nelle ore dei pasti, e con quelle modalità. Tale tesi non è nostra, ma confermata dalle condanne del Garante della Privacy e dell'Antitrust che, però, non riescono a contenere un fenomeno oramai esploso e hanno oggettive difficoltà per contrastarlo ex post, nonostante gli interventi regolatori dell'Agcom da voi citati nella DCO. Considerato che le pratiche sanzionate sono pochissime rispetto alle telefonate moleste che ricevono gli italiani e che è nel campo di Vostra competenza, luce e gas, che vi sono il maggior numero di segnalazioni, urge una regolazione del settore che agisca in via preventiva, ex ante. La forzatura della volontà del consumatore produce anche un danno economico al consumatore che, nella stragrande maggior parte dei casi, quando cambia fornitore senza poter approfondire tutti i termini contrattuali, finisce per pagare di più. Si verificano, quindi, distorsioni del mercato che ne minimano la competitività. Anche per questo urge un Vostro intervento. Chiediamo che Arera preveda indennizzi automatici almeno pari a 100 euro a carico di chi telefona a chi è iscritto al Registro delle Opposizioni, con responsabilità sia del venditore che del call center e la nullità dei contratti sottoscritti in violazione di legge, ossia conclusi con chi, pur essendo iscritto al Registro delle Opposizioni, ha ricevuto la telefonata.

ALTRE PROPOSTE

Reclami e disdette. Per quanto riguarda le informazioni che il venditore deve trasmettere al cliente finale, con riferimento ai recapiti presso cui il consumatore può spedire un reclamo e esercitare il diritto di recesso è il caso di specificare nel Codice di condotta che questi devono includere obbligatoriamente: web form, un'e-mail semplice, una pec, un fax e un indirizzo fisico. Purtroppo, abbiamo registrato come talune compagnie rendano difficoltosa la presentazione di un reclamo. Alcune, ad esempio, andando sul loro sito, indicano la sola modalità di compilare il web form sul loro sito, cosa impossibile da fare per un anziano non digitale. Per la disdetta del contratto, poi, devono sempre poter valere anche le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione. Se si può attivare

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

f facebook.com/UNConsumatori
t twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

per telefono si deve anche poter effettuare la disdetta allo stesso modo, evitando il ricorso obbligatorio alla comunicazione scritta da parte del consumatore. Anche qui è sufficiente che la telefonata sia registrata e che sia garantita l'identificazione del titolare del contratto, cosa facile da ottenere per luce e gas con la richiesta all'utente di fornire il codice fiscale e, rispettivamente, POD e PDR.

Contratti non richiesti. Si coglie l'occasione per evidenziare che la procedura di ripristino veloce da Voi prevista, stabilisce che il "venditore contestato" sia retribuito dal consumatore seppure con l'applicazione delle condizioni economiche definite dall'Autorità. Di fatto questa disposizione consente ai venditori di chiedere al consumatore il pagamento, in palese violazione dell'art. 66-quinquies del Codice del consumo che prevede che, in caso di fornitura non richiesta, *"il consumatore è esonerato dall'obbligo di fornire qualsiasi prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta di beni, acqua, gas, elettricità, teleriscaldamento ..."*. Un meccanismo che penalizza il consumatore a favore di un venditore che non ci rimette nulla, essendo comunque garantita la copertura dei costi sostenuti per l'uso delle infrastrutture e l'approvvigionamento dell'energia. Per questo, chiediamo di abrogare la Delibera 228/2017/R/com sulla procedura di ripristino, e chiediamo che in caso di contratti non richiesti, il consumatore non solo non debba pagare nulla, ma anzi sia titolare di indennizzi in forma automatica per la violazione della disciplina generale sulle attivazioni non richieste. Al limite va previsto che si debba scorporare dal pagamento al venditore che ha attivato una fornitura non richiesta la quota a lui destinata, lasciando a carico del consumatore solo oneri di sistema e imposte.

QUESITI POSTI

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

R1 – No, non condividiamo l'orientamento. Purtroppo l'esclusione del diritto di ripensamento nel caso di richiesta di esecuzione del contratto prima che sia decorso il termine, è sfruttata dai call center in via sistematica per forzare la volontà del consumatore. Non è mai una esplicita richiesta da parte del consumatore quella di eseguire subito il contratto, ma è sempre una proposta del call center che non spiega al cliente le conseguenze di questa scelta, ossia che non potrà più esercitare il diritto di ripensamento e che poi lo invita a ripetere una frase che registra, così da avere formalmente la dichiarazione su supporto durevole. Il tempo della telefonata è così rapido e spesso le parole degli addetti al call center

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori
 twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

ambigue, che il consumatore non può fare questa scelta in modo realmente consapevole. Per questo chiediamo che questa richiesta di esecuzione del contratto non possa avvenire nell'ambito della stessa chiamata, ma debba essere successiva, previo invio su supporto durevole di una informativa che spieghi le conseguenze di questa scelta. Riteniamo altresì opportuno, al di là alle considerazioni fatte in premessa sul consenso espresso e sul teleselling, almeno integrare l'articolo 12, comma 4, del Codice di condotta commerciale come segue: "Il periodo di ripensamento di 14 giorni è prolungato a 30 (trenta) giorni nel caso di contratti conclusi nel contesto di visite di un venditore presso l'abitazione di un cliente finale domestico oppure di escursioni organizzate da un venditore con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas naturale ai clienti finali domestici oppure nel caso di telefonate a consumatori iscritti al Registro delle Opposizioni". Evidenziamo che abbiamo tolto la scritta "non richieste" con riferimento alle visite di un venditore presso l'abitazione. Anche se la visita è richiesta, è evidente che la pressione che il venditore può esercitare in tale circostanza, vuoi per la sua insistenza, vuoi per la difficoltà di farlo uscire dalla propria abitazione mantenendo toni garbati, vuoi per la difficoltà di poter leggere con tranquillità un testo a fronte delle rassicurazioni del venditore sulla loro scarsa rilevanza, fanno sì che i 30 giorni siano mantenuti anche in questa circostanza. Quanto al Registro delle opposizioni, la nostra proposta è la nullità dei contratti, ma, in subordine, va garantito almeno il ripensamento di 30 giorni.

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?

R2 – Condividiamo l'orientamento rispetto alle tempistiche, da 3 a 2 mesi per il termine di preavviso, ma non le modalità. Per i motivi espressi in premessa non riteniamo sufficiente la comunicazione in forma scritta su supporto durevole preventivamente accettato dal cliente finale, se non vi è il consenso espresso o almeno la conferma dell'avvenuta lettura da parte del consumatore, un modello unificato e un testo che meglio evidenzii i rincari, espressi anche in forma percentuale, sia per la spesa che per il prezzo dell'energia, personalizzato rispetto ai consumi del cliente.

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.

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it



facebook.com/UNConsumatori
twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

R3 - Si va sempre verificata la ricezione con le modalità indicate in Premessa.

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

R4 - No, l'orientamento è ritenuto, per quando non dannoso, del tutto inutile per contrastare un fenomeno che è dilagante soprattutto nel settore dell'energia. I richiami a quanto già deciso dalle altre Authority, poi, è del tutto superfluo, atteso che quanto da loro deliberato si è già dimostrato fallimentare. O Arera, in relazione alla specificità del settore dell'energia, decide di dare regole proprie al teleselling, per esempio multando chi chiama gli iscritti al Registro delle Opposizioni e prevedendo la nullità di quei contratti, o il problema non sarà risolto. Si rimanda alla Premessa per ulteriori dettagli.

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

R5. Si veda R4

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

R6 - Si condivide l'orientamento

Nella speranza che le nostre proposte siano favorevolmente accolte, sicuri del Vostro interesse, restiamo a disposizione per ogni chiarimento e ringraziamo per la cortese attenzione.

Vicepresidente
Unione Nazionale
Consumatori

Responsabile Ufficio Studi
Unione Nazionale Consumatori

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it



facebook.com/UNConsumatori
twitter.com/consumatori