

Codice di condotta commerciale
per la vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali

Documento per la consultazione per la formazione di provvedimenti nell'ambito del procedimento avviato con deliberazione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas 28 luglio 2005, n. 162/05, in materia di codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali ai sensi dell'articolo 1, comma 1, della legge 14 novembre 1995, n. 481/95

19 dicembre 2005

Premessa

Il presente documento per la consultazione illustra le proposte dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas (di seguito: Autorità) per l'adozione di un Codice di condotta commerciale a tutela dei clienti idonei finali del settore elettrico che ricevano offerte per la conclusione di contratti di fornitura di energia elettrica di mercato libero.

L'Autorità intende introdurre regole di condotta omogenee e uniformi che assicurino la correttezza e la trasparenza delle offerte commerciali relative al servizio di vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali. L'Autorità ritiene che regole uguali e condivise possano nel contempo promuovere la concorrenza tra le offerte e assicurare un adeguato livello di tutela per i clienti idonei finali, garantendo loro la possibilità di valutare e confrontare le diverse offerte e scegliere la più conveniente.

In particolare, le proposte dell'Autorità riguardano i criteri per la correttezza nell'utilizzo delle tecniche di vendita, il contenuto minimo e le modalità di trasmissione delle informazioni relative alle offerte commerciali che devono essere fornite prima della conclusione del contratto, la confrontabilità delle condizioni economiche, la disponibilità e la comprensibilità del contratto e, nel caso di contratti negoziati fuori dai locali commerciali o mediante tecniche di comunicazione a distanza, la possibilità, per il cliente, di esercitare il diritto di recesso.

Il presente documento viene diffuso per offrire l'opportunità a tutti i soggetti interessati di formulare osservazioni e proposte prima che l'Autorità proceda all'emanazione di provvedimenti. I soggetti interessati sono invitati a far pervenire le proprie osservazioni e proposte per iscritto all'Autorità entro il 15 febbraio 2006.

Indirizzo a cui far pervenire osservazioni e suggerimenti:

**Autorità per l'energia elettrica e il gas
Direzione consumatori e qualità del servizio
piazza Cavour 5 – 20121 Milano
tel. 02-65565.313 (Segreteria Direzione consumatori e qualità del servizio)
fax: 02-65565.230
e-mail: consumatori@autorita.energia.it
<http://www.autorita.energia.it>**

Indice

1. Introduzione	1
2. Fondamenti giuridici per l'adozione di strumenti di tutela dei clienti idonei finali del settore elettrico	3
3. Proposta di adozione di un Codice di condotta commerciale per la vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali	4
4. L'attività di vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali: individuazione dei soggetti esercenti	5
5. L'attività di vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali: regolazione attuale delle condizioni contrattuali e della qualità commerciale	5
6. Ambito di applicazione del Codice di condotta commerciale	6
7. La promozione delle offerte commerciali	7
8. Le informazioni da fornire al cliente prima della sottoscrizione del contratto....	9
9. Confrontabilità delle condizioni economiche	11
10. Scheda riepilogativa delle condizioni economiche	13
11. Consegna e comprensibilità del contratto	15
12. Codice di condotta commerciale per l'offerta delle opzioni tariffarie ai clienti del mercato vincolato	16
Allegato A: Schema di articolato.....	18
Allegato B: Nota informativa per il cliente finale.....	25
Allegato C: Scheda riepilogativa delle condizioni economiche per i clienti non domestici	28
Allegato D: Modulo di recesso.....	30

1. Introduzione

- 1.1 Con il presente documento per la consultazione l'Autorità per l'energia elettrica e il gas (di seguito: Autorità), nell'ambito del procedimento avviato con deliberazione 28 luglio 2005, n. 162/05, sottopone ai soggetti interessati una proposta di Codice di condotta commerciale per i soggetti che svolgono l'attività di vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali, promuovendo offerte commerciali presso tali clienti. Il Codice di condotta commerciale ha ad oggetto le regole di comportamento che gli esercenti sono tenuti ad applicare nelle fasi di promozione delle offerte e di conclusione del contratto di fornitura; tali regole mirano ad assicurare la trasparenza delle comunicazioni a scopo commerciale, la correttezza nell'utilizzo delle diverse tecniche di vendita e l'informazione completa circa il contenuto delle offerte economiche e contrattuali, la confrontabilità delle condizioni economiche, la conoscenza e la comprensibilità dei contratti. Il Codice viene proposto nell'esercizio dei poteri e delle funzioni attribuite all'Autorità dalla legge istitutiva 14 novembre 1995, n. 481 (di seguito: legge n. 481/95), per il perseguimento delle finalità generali di promozione della concorrenza e dell'efficienza nei settori regolati e degli interessi di consumatori e utenti.
- 1.2 Il d.lgs. 16 marzo 1999, n. 79 (Attuazione della direttiva 96/92/CE recante norme comuni per il mercato interno dell'energia elettrica, di seguito: d.lgs. n. 79/99) ha definito il nuovo assetto del settore elettrico in Italia e ha fissato tempi e modalità per il processo di liberalizzazione e di apertura del mercato, ponendo le basi per l'avvio della concorrenza tra operatori in molte fasi della filiera dell'energia elettrica e in particolare per la liberalizzazione dell'attività di vendita. Il percorso di liberalizzazione tracciato dalla normativa ha previsto inizialmente l'acquisto della qualifica di cliente idoneo da parte di clienti con consumi elevati, per poi ridurre progressivamente la soglia. Dal 1° luglio 2004, in esecuzione di quanto stabilito dall'art. 21 della direttiva 2003/54/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 26 giugno 2003, relativa a norme comuni per il mercato interno dell'energia elettrica e che abroga la direttiva 96/92/CE, (di seguito: direttiva 2003/54/CE), sono divenuti idonei tutti i clienti non domestici e dal 1° luglio 2007 lo saranno tutti i clienti, così come previsto con legge 23 agosto 2004, n. 239 (di seguito: legge n. 239/04), che, limitatamente a questi aspetti, ha trasposto la direttiva nell'ordinamento legislativo nazionale.
- 1.3 I clienti finali che diventano idonei hanno il diritto di recedere dal preesistente contratto di fornitura, come clienti vincolati, con le modalità stabilite dall'Autorità. Qualora tale diritto non sia esercitato, la fornitura continua ad essere garantita dall'Acquirente Unico. Il mercato della vendita dell'energia elettrica è pertanto strutturato, in base alla normativa vigente, in due segmenti: il mercato vincolato e il mercato libero. Lo *status* di cliente idoneo conferisce ai clienti finali il diritto di scegliere se contrattare liberamente le condizioni di fornitura, fatti salvi i profili regolati, o, in alternativa, mantenere la propria collocazione sul mercato vincolato, nel quale le condizioni economiche e le condizioni contrattuali minime e inderogabili sono regolate dall'Autorità. Nel seguito di questo documento ci riferiremo ai clienti idonei finali per indicare i clienti che ricevono offerte per la conclusione di contratti di mercato libero e ai clienti del mercato vincolato per indicare tutti gli altri clienti.
- 1.4 L'obiettivo di innalzare il livello di tutela dei clienti finali nel momento in cui si accelera la realizzazione dei mercati comuni liberalizzati nel settore dell'energia è

un tema di grande importanza a cui la direttiva 2003/54/CE dedica particolare attenzione. L'Allegato A della direttiva 2003/54/CE prevede, tra l'altro, che gli Stati membri adottino misure affinché ai clienti finali sia garantito il diritto a un contratto con il fornitore che specifichi alcune condizioni essenziali, che devono essere eque e comunicate prima della conclusione del contratto; che sia garantita la comunicazione preventiva di eventuali modifiche delle condizioni contrattuali ed economiche, unitamente all'informazione riguardo il diritto di recesso; che sia garantita la trasmissione di informazioni trasparenti sui prezzi e sulle condizioni relative all'accesso ai servizi dell'elettricità; che i consumatori siano protetti da metodi di vendita sleali o ingannevoli.

- 1.5 L'Autorità ritiene che l'informazione completa, corretta e comprensibile può consentire ai clienti di conoscere le caratteristiche e le condizioni economiche del servizio e di confrontare le offerte avvalendosi del mercato in maniera consapevole. Le garanzie minime di correttezza, informazione e trasparenza a beneficio dei clienti idonei finali del settore elettrico fornite dal Codice di condotta commerciale costituiscono inoltre un presupposto essenziale per promuovere la concorrenza nella vendita dell'energia elettrica.
- 1.6 L'Autorità, nel presente documento per la consultazione, propone che il Codice di condotta commerciale:
 - a) si applichi a tutti i soggetti esercenti l'attività di vendita di energia elettrica nei confronti dei clienti idonei finali connessi in bassa e media tensione con consumi fino a 100.000 kWh/anno (capitolo 6);
 - b) fissi le regole generali di correttezza da osservare nella promozione delle offerte commerciali, fatte salve le competenze dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di pubblicità ingannevole e comparativa (capitolo 7);
 - c) indichi le informazioni minime relative alle condizioni economiche e contrattuali di una offerta commerciale che devono essere rese note ai clienti idonei finali prima della conclusione di un nuovo contratto, anche al fine di consentire la confrontabilità tra offerte diverse (capitoli 8, 9 e 10);
 - d) stabilisca che deve essere rilasciata, a cura dell'esercente l'attività di vendita, copia del contratto e che il cliente possa recedere senza oneri entro 10 giorni dalla conclusione del contratto, se concluso in luogo diverso dai locali commerciali dell'esercente, o entro 10 giorni dal ricevimento del contratto, se concluso attraverso forme di comunicazione a distanza (capitolo 11).
- 1.7 Nel capitolo 12 viene infine analizzato il residuo campo di applicazione del Codice di condotta commerciale per l'offerta di opzioni tariffarie di distribuzione e di vendita di energia elettrica ai clienti del mercato vincolato, introdotto con la deliberazione dell'Autorità 20 dicembre 1999, n. 204/99, recante regolazione della tariffa base, dei parametri e degli altri elementi di riferimento, per la determinazione delle tariffe dei servizi di distribuzione e di vendita dell'energia elettrica ai clienti del mercato vincolato ai sensi dell'art. 2, comma 12, lett. e) della legge 14 novembre 1995, n. 481 (di seguito: deliberazione n. 204/99), espressamente confermato dal Testo integrato delle disposizioni dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas per l'erogazione dei servizi di trasmissione, distribuzione, misura e vendita dell'energia elettrica per il periodo di regolazione 2004-2007 approvato con deliberazione 30 gennaio 2004, n. 5/04 (di seguito: Testo Integrato).

- 1.8 Nell'Allegato A è riportata una versione preliminare del Codice di condotta commerciale per la vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali.
- 1.9 Per quanto riguarda la definizione degli aspetti fondamentali del rapporto di fornitura che devono essere contenuti nei contratti sottoscritti dai clienti idonei finali e dei casi di indennizzo automatico per la violazione di clausole contrattuali, nonché la definizione degli obblighi informativi posti a carico degli esercenti in caso di variazione unilaterale delle clausole contrattuali, anche alla luce delle specifiche disposizioni di cui all'Allegato A alla direttiva 2003/54/CE, l'Autorità ha avviato, con deliberazione 12 luglio 2005, n. 141/05 (di seguito delibera n. 141/05), una istruttoria conoscitiva sul servizio di vendita di energia elettrica ai clienti idonei e sul livello di concorrenza tra esercenti il medesimo servizio con l'intento, tra l'altro, di approfondire le tematiche riguardanti una eventuale semplificazione e riassetto delle clausole negoziali e delle regolamentazioni tecniche indispensabili al corretto funzionamento dell'intero sistema elettrico da inserire nei contratti di fornitura di energia elettrica ai clienti idonei finali.

2. Fondamenti giuridici per l'adozione di strumenti di tutela dei clienti idonei finali del settore elettrico

- 2.1 E' finalità generale dell'Autorità, ai sensi dell'articolo 1 della legge istitutiva n. 481/1995, garantire la promozione della concorrenza e dell'efficienza, nonché adeguati livelli di qualità nei servizi di pubblica utilità, promuovendo la tutela degli interessi di utenti e consumatori. Ciò avviene attraverso poteri di varia natura, quali quelli regolatori, ispettivi, di controllo e sanzionatori. L'articolo 2, comma 12, della legge n. 481/95 prevede, in particolare, alla lettera h) che l'Autorità emani direttive concernenti la produzione e l'erogazione dei servizi da parte dei soggetti esercenti i servizi medesimi e alla lettera l) che l'Autorità pubblicizzi e diffonda la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi al fine di garantire la massima trasparenza, la concorrenzialità dell'offerta e la possibilità di migliori scelte da parte degli utenti intermedi o finali.
- 2.2 L'Autorità, dunque, esprime la propria attività regolatoria di tutela dei clienti finali anche attraverso l'adozione di un Codice di condotta commerciale per la disciplina della vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali, Codice contenente regole di comportamento che i soggetti esercenti l'attività di vendita sono tenuti a rispettare, dalla fase pre-contrattuale fino a quelle della stipulazione ed esecuzione del contratto. L'intervento si pone in linea con le citate previsioni in tema di tutela dei consumatori di cui alla direttiva 2003/54/CE.
- 2.3 Nel settore della vendita di gas naturale ai clienti finali l'Autorità ha approvato, con deliberazione 22 luglio 2004, n. 126/04, un Codice di condotta commerciale, secondo quanto previsto esplicitamente dal decreto legislativo 23 maggio 2000, n. 164. L'Autorità ritiene che la regolazione dei settori elettrico e gas debba essere coordinata, laddove ciò sia possibile. La definizione di un Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali rappresenta una scelta in tal senso. Occorre tuttavia tenere conto che, anche alla luce degli sviluppi dei distinti processi di liberalizzazione dei mercati dell'energia elettrica e del gas, sussistono alcune differenze emergenti nella legislazione dei due settori, che giustificano la disomogeneità di alcuni particolari aspetti della regolazione.

- 2.4 Si sottolinea che mentre il mercato del gas naturale è caratterizzato dalla totale liberalizzazione a far data dal 1° gennaio 2003, nel settore elettrico permane, parallelamente al mercato libero, il mercato vincolato, con la possibilità, prevista dall'art. 14, comma 5 *sexies* del d.lgs. n. 79/99, per i clienti che hanno acquisito l'idoneità, di rimanere nel mercato dei clienti vincolati. L'attività di vendita ai clienti del mercato vincolato continua ad essere regolata, sotto il profilo tariffario e delle condizioni contrattuali applicabili, dall'Autorità.
- 2.5 Il d.lgs. n. 79/99, pur non prevedendo la definizione di un Codice di condotta commerciale per la vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali, stabilisce, in capo all'Autorità, un potere ancora più incisivo, quale è quello di determinare, con riferimento ai contratti bilaterali con clienti idonei "le clausole negoziali e le regolamentazioni tecniche indispensabili al corretto funzionamento dell'intero sistema elettrico, da inserire nei contratti stessi". In attuazione di tale previsione l'Autorità ha emanato la deliberazione 26 maggio 1999, n. 78/99 (di seguito: delibera n. 78/99, in parte modificata con deliberazione 29 ottobre 2003, n. 123/03 e con la deliberazione 7 ottobre 2005, n. 212/05), definendo, per la prima fase di liberalizzazione, alcune clausole negoziali da inserire nei suddetti contratti di fornitura di servizi elettrici a clienti idonei. L'art. 2 del medesimo provvedimento prospetta la possibilità che l'Autorità definisca ulteriori clausole negoziali e regolamentazioni tecniche, che modificherebbero di diritto i contratti in essere. Infine la successiva delibera n. 141/05 enumera, tra gli obiettivi che si intendono conseguire con l'avvio di una istruttoria conoscitiva sul servizio di vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali, anche l'intento di approfondire le tematiche riguardanti una eventuale semplificazione e riassetto delle clausole negoziali e delle regolamentazioni tecniche indispensabili al corretto funzionamento dell'intero sistema elettrico da inserire nei contratti di fornitura di energia elettrica ai clienti idonei finali.

3. Proposta di adozione di un Codice di condotta commerciale per la vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali

- 3.1 In un sistema di mercato liberalizzato la concorrenza tra gli operatori dovrebbe fornire sufficienti garanzie sulla possibilità, per tutti i clienti finali, di disporre, a un prezzo ragionevole, di un servizio di qualità adeguata alle proprie esigenze; ciò si riflette sotto il profilo della tutela del consumatore e del ruolo del regolatore. Con l'apertura dei mercati, infatti, i consumatori si trovano di fronte alla nuova opportunità di poter operare una scelta fra una gamma di offerte a prezzi differenziati e devono essere messi in grado di cogliere con consapevolezza e completezza tale opportunità. La resistenza al cambiamento del fornitore costituisce un ostacolo al verificarsi di condizioni concorrenziali e una barriera all'entrata di nuovi operatori. Si rende pertanto necessario, da parte del regolatore, individuare strumenti di tutela coerenti con il funzionamento di un sistema di mercato, che, senza comportare eccessive rigidità per gli operatori, consentano di trasferire al cliente finale i benefici della concorrenza.
- 3.2 Lo strumento del Codice di condotta commerciale non incide direttamente sul contenuto del contratto di fornitura, che è lasciato alla libera ma consapevole disponibilità delle parti, salvo l'esercizio del potere di cui al precedente paragrafo 2.5. Tuttavia, imponendo regole di correttezza nella promozione delle offerte

commerciali e nella conclusione dei contratti nonché il contenuto delle informazioni minime relative ai corrispettivi ed alle condizioni contrattuali, consente di garantire, a beneficio del cliente finale, una informazione corretta, completa e comprensibile, che accresca la fiducia nel mercato e consenta di contenere possibili controversie legate allo svolgimento del rapporto contrattuale.

- 3.3 La eventuale definizione dei contenuti del contratto avverrà in esito all'istruttoria conoscitiva di cui alla deliberazione n. 141/05.

4. L'attività di vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali: individuazione dei soggetti esercenti

4.1 La legge n. 239/2004 definisce l'attività di vendita come attività libera su tutto il territorio nazionale "nel rispetto degli obblighi di servizio pubblico derivanti dalla normativa comunitaria e dalla legislazione vigente". L'attività di vendita di energia elettrica a clienti idonei finali, intesa come la fase finale, commerciale della filiera elettrica, non ha una disciplina normativa specifica; diversamente da quanto previsto nel settore del gas naturale, non è soggetta a preventiva autorizzazione.

4.2 Il d.lgs. n. 79/99 delinea la figura del "cliente grossista", come "la persona fisica o giuridica che acquista e vende energia elettrica senza esercitare attività di produzione, trasmissione e distribuzione nei paesi dell'Unione Europea". I clienti idonei possono acquistare energia direttamente dai produttori, nazionali o esteri, oppure dai grossisti. Per tali soggetti era prevista l'iscrizione in un apposito elenco, a valenza prevalentemente informativa, istituito presso l'Autorità ai sensi dell'art. 5 della deliberazione 13 marzo 2003 n. 20/03. Tale elenco comprendeva soggetti che svolgono l'attività di *trading* di energia e soggetti che commercializzano l'energia elettrica ai clienti finali, svolgendo pertanto l'attività di vendita al dettaglio. La deliberazione n. 20/03 è stata abrogata con deliberazione 30 giugno 2004 n. 107/04.

4.3 Nelle more della conclusione dell'istruttoria conoscitiva avviata con deliberazione n. 141/05, che si propone di approfondire le tematiche relative alla caratterizzazione dei soggetti esercenti il servizio di vendita di energia elettrica ai clienti idonei ed una prima valutazione dei requisiti minimi circa l'operatività di tali soggetti in relazione alle tipologie di clienti idonei serviti, sono tenuti al rispetto dei comportamenti previsti dal Codice di condotta commerciale tutti i soggetti che svolgono l'attività di vendita nei confronti dei clienti idonei finali con consumi fino a 100.000 kWh annui.

5. L'attività di vendita dell'energia elettrica ai clienti idonei finali: regolazione attuale delle condizioni contrattuali e della qualità commerciale

5.1 Al fine di agevolare l'accesso al mercato libero dei clienti del mercato vincolato, che abbiano acquisito la qualifica di cliente idoneo, l'Autorità, con deliberazione 20 ottobre 1999, n. 158/99, ha riconosciuto ai suddetti clienti la facoltà di recedere

unilateralmente dai contratti di fornitura annuale, da esercitare con preavviso non superiore ad un mese.

5.2 Con riferimento alle condizioni contrattuali del rapporto di somministrazione di energia elettrica a clienti idonei finali che abbiano esercitato tale facoltà, l'Autorità, con deliberazione n. 78/99, ha inizialmente definito alcune clausole negoziali da inserire nei contratti bilaterali di fornitura di servizi elettrici a clienti idonei, ai sensi dell'art. 6, comma 1 del d.lgs. 79/99. Tali clausole riguardano, tra l'altro:

- a) il riconoscimento alle parti della facoltà di recedere unilateralmente dal contratto, salvo preavviso non superiore a sei mesi per il cliente idoneo e ad un anno per il fornitore;
- b) la previsione della modificazione di diritto del contratto, mediante l'inserimento di clausole negoziali e regolamentazioni tecniche successivamente definite dall'Autorità.

Con successiva deliberazione n. 212/05 ha modificato la clausola di cui al punto a). Le modalità di recesso unilaterale non sono più regolate dall'Autorità, ma sono negoziate tra le parti.

5.3 Per i clienti idonei finali che abbiano stipulato un contratto di fornitura di mercato libero, non trova invece applicazione la deliberazione 28 dicembre 1999, n. 200/99, che stabilisce, a favore dei soli clienti del mercato vincolato, condizioni contrattuali di fornitura dell'energia elettrica minime inderogabili, relative agli aspetti fondamentali del rapporto di fornitura di energia elettrica.

5.4 Per quanto riguarda gli aspetti di qualità del servizio di vendita dell'energia elettrica, l'Autorità ha definito, con il Testo integrato delle disposizioni dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas in materia di qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita dell'energia elettrica per il periodo regolatorio 2004-2007, adottato con deliberazione 30 gennaio 2004, n. 4/04 (di seguito: deliberazione n. 4/04), i livelli specifici e generali di qualità commerciale che gli esercenti l'attività di vendita dell'energia elettrica sono tenuti a rispettare nell'esecuzione di alcune prestazioni richieste dai clienti finali (risposta alle richieste di rettifica della fatturazione, risposta motivata ai reclami o alle richieste di informazioni relative al servizio di vendita, qualità dei servizi telefonici) e i conseguenti obblighi di registrazione e informazione.

5.5 E' inoltre previsto che qualora la prestazione, attinente l'attività di distribuzione o di misura e soggetta a livello specifico di qualità commerciale, venga richiesta da un cliente grossista operante per conto del cliente finale, l'eventuale indennizzo viene corrisposto al cliente grossista, il quale ha l'obbligo di trasferirlo al cliente finale. Qualora il cliente grossista effettui il pagamento al cliente finale entro i termini previsti, può trattenere i maggiori importi eventualmente dovuti dall'esercente il servizio di distribuzione o di misura, se dovuti.

6. Ambito di applicazione del Codice di condotta commerciale

6.1 L'Autorità ritiene che le specifiche forme di garanzia e tutela previste dal Codice di condotta commerciale debbano valere per i clienti idonei finali connessi in bassa e media tensione con consumi fino a 100.000 kWh/anno. Il Codice di

condotta commerciale si rivolge ai clienti idonei finali del mercato vincolato, che ricevano eventualmente un'offerta per la stipulazione di un contratto di mercato libero e ai clienti idonei finali che abbiano già abbandonato il mercato vincolato.

- 6.2 La soglia di consumo è stata individuata con riferimento ai clienti che hanno acquisito l'idoneità dal 1 luglio 2004. La maggiore capacità di contrattazione dei clienti con consumi più elevati e il più rapido sviluppo di condizioni concorrenziali realizzatesi in tale segmento di mercato consentono di circoscrivere la protezione offerta dal Codice ai soli clienti dotati di minor forza contrattuale, riducendo l'impatto della regolazione alla luce del principio di proporzionalità dell'azione amministrativa.
- 6.3 In caso di offerte commerciali che hanno per oggetto la fornitura in forma congiunta di energia elettrica e di gas (cosiddetti contratti *dual fuel*) l'introduzione del Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica completa le prescrizioni già contenute nel Codice di condotta commerciale per la vendita di gas naturale ai clienti finali (introdotto con delibera 22 luglio 2004 n. 126/04). L'offerta *dual fuel* non implica soltanto la semplice somma dell'offerta di due servizi, ma si configura come una tipologia a sé stante, con proprie peculiarità. Nella prospettiva di un considerevole sviluppo di questo tipo di offerte commerciali, l'Autorità ritiene che l'esistenza di particolari garanzie di trasparenza e correttezza, attraverso l'individuazione di specifici obblighi di informazione, possa impedire che le offerte congiunte siano utilizzate a fini distorsivi, o comunque per contrastare in modo non corretto lo sviluppo di un mercato effettivamente concorrenziale.

Spunto per la consultazione n. 1

Si condivide la proposta dell'Autorità, secondo la quale le disposizioni contenute nel Codice di condotta commerciale devono trovare applicazione nei confronti dei soli clienti idonei finali connessi in bassa e media tensione con consumi fino a 100.000 kWh/anno?

Si ritiene che possa essere individuata una diversa soglia di consumo o un diverso criterio per l'individuazione del campo di applicazione del Codice lato clienti? Quale?

Spunto per la consultazione n. 2

Si ritiene che debbano essere introdotte disposizioni particolari per i soggetti che promuovono offerte per la fornitura congiunta di energia elettrica e gas?

7. La promozione delle offerte commerciali

- 7.1 Il corretto svolgersi delle attività di promozione delle offerte commerciali è di fondamentale importanza per la diffusione della consapevolezza dei clienti circa le nuove possibilità offerte dal mercato e per lo sviluppo della fiducia nel mercato stesso. In particolare, a livello europeo, la Direttiva 2005/29/CE dell'11 maggio 2005 ha armonizzato la materia delle pratiche commerciali sleali. Essa stabilisce, nell'allegato I, l'elenco dei comportamenti commerciali sleali vietati in tutta l'Unione Europea in ogni circostanza.

- 7.2 Ai fini della trasparenza e della correttezza delle offerte commerciali assume rilievo la materia della comunicazione pubblicitaria, regolata dal titolo III, capo II del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante il Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229 (di seguito: d.lgs. n. 206/05) in cui è confluita la normativa precedente ed in particolare il decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74 recante attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67, e dalla legge 6 aprile 2005, n. 49, (di seguito: decreto legislativo n. 74/92).
- 7.3 Il d.lgs. n. 206/05 (titolo III, capo II) definisce le caratteristiche generali alle quali devono rispondere tutti i messaggi pubblicitari, prescrivendo che la pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta; individua gli elementi in base ai quali deve essere valutata l'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari e disciplina le condizioni alle quali deve conformarsi ogni forma di pubblicità comparativa. All'Autorità garante della concorrenza e del mercato è attribuito il potere di inibire gli atti di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa ritenuta illecita e di irrogare sanzioni amministrative pecuniarie, fatta salva la competenza del giudice ordinario in materia di atti che rientrino nell'ambito della concorrenza sleale o che comportino violazione della disciplina del diritto d'autore e del marchio d'impresa. Nel caso in cui il messaggio pubblicitario relativo a una offerta commerciale riferita a clienti del mercato elettrico presenti elementi di possibile ingannevolezza, l'Autorità segnalerà all'Autorità Garante della concorrenza e del mercato tali elementi. Laddove le comunicazioni commerciali alla clientela presentino profili di non conformità dei contenuti del messaggio al principio di trasparenza delle condizioni di erogazione del servizio o di non conformità alle norme dettate dal Codice di condotta commerciale, l'Autorità potrà procedere all'irrogazione di sanzioni come previsto dalla Legge istitutiva.
- 7.4 Le diverse forme di comunicazione a scopo commerciale, qualora contengano indicazioni relative alle caratteristiche delle offerte e ai prezzi praticati, costituiscono un importante mezzo attraverso il quale i clienti finali possono ricevere informazioni in grado di influire in modo sensibile sulla valutazione delle offerte medesime e sulla formazione delle decisioni di acquisto. Per questo motivo l'Autorità ritiene necessario che le comunicazioni nelle quali siano illustrate le caratteristiche di una o più offerte commerciali (ad esclusione quindi dei messaggi che hanno il solo obiettivo di promuovere presso il pubblico l'immagine o il marchio aziendale), debbano rispondere ad alcuni requisiti minimi di uniformità e trasparenza, fatte salve le previsioni relative alla pubblicità ingannevole e a quella comparativa. Si ritiene pertanto opportuno prevedere che in tali comunicazioni:
- a) siano indicate con adeguata evidenza le caratteristiche dell'offerta e le eventuali condizioni, limitazioni e scadenze a cui l'offerta è soggetta;
 - b) sia indicato almeno un recapito dell'esercente al quale il cliente interessato può rivolgersi per ottenere ulteriori informazioni.

Spunto per la consultazione n. 3

Si ritiene che i requisiti proposti siano sufficienti per garantire la trasparenza delle comunicazioni a scopo commerciale relative a specifiche offerte? Quali ulteriori requisiti dovrebbero essere previsti, e per quali motivi?

- 7.5 L'attività di commercializzazione delle offerte presso i clienti, potenziali o attuali, finalizzata alla conclusione di contratti, costituisce un momento estremamente delicato del rapporto tra venditori e clienti finali, come peraltro risulta dall'esperienza di paesi in cui la liberalizzazione della vendita di energia elettrica è avvenuta in anticipo rispetto all'Italia. L'Autorità ritiene che i venditori, nella fase di promozione delle offerte commerciali, debbano operare in modo tale da soddisfare le esigenze informative dei propri clienti finali relative all'instaurazione e allo svolgimento del rapporto di fornitura e dei soggetti che desiderano ottenere informazioni, supporto e chiarimenti non soltanto relativi alle specifiche offerte, ma anche riguardo ad aspetti più generali relativi all'organizzazione e al funzionamento del mercato dell'energia elettrica.
- 7.6 Con riferimento alle modalità di commercializzazione delle offerte si possono ipotizzare scenari differenti a seconda della tipologia di clienti contattati. Al fine di prevenire, in ogni caso, comportamenti scorretti del venditore nelle attività di promozione delle offerte contrattuali, in particolar modo qualora sia fatto ricorso alla tecnica della vendita "porta a porta", si ritiene opportuno introdurre, a favore di tutti i clienti, alcuni principi generali che il venditore dovrà seguire per:
- a) assicurare la riconoscibilità e l'identificabilità del personale incaricato della commercializzazione delle proprie offerte (personale alle dipendenze del venditore o di un soggetto da questi incaricato, o soggetti che agiscono in base a un mandato o a qualunque forma di rapporti), anche attraverso l'esibizione al cliente finale degli appositi tesserini di riconoscimento;
 - b) informare tempestivamente il cliente dello scopo commerciale della visita o del contatto, in modo che il cliente possa eventualmente interromperlo, fatte salve le competenze dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato in tema di trasparenza della pubblicità;
 - c) fornire al personale incaricato della commercializzazione delle offerte una formazione che riguardi le caratteristiche delle offerte commerciali, il contenuto del Codice di condotta commerciale e i diritti riconosciuti ai clienti finali, e garantirne l'aggiornamento.

Spunto per la consultazione n. 4

Ci sono altre regole che possono garantire un corretto comportamento del personale incaricato della promozione delle offerte commerciali presso il cliente?

Spunto per la consultazione n. 5

Possono essere individuate altre modalità di contatto del cliente o di trasmissione di informazioni pre-contrattuali alle quali debbano essere associate regole specifiche?

8. Le informazioni da fornire al cliente prima della sottoscrizione del contratto

- 8.1 L'informazione preventiva in merito al contenuto dei contratti non è oggetto di specifica regolazione da parte del Codice Civile, che disciplina in termini generali la fase delle trattative pre-contrattuali all'articolo 1337, imponendo alle parti un comportamento secondo buona fede.

- 8.2 Le modalità utilizzate dai venditori per contattare ed acquisire nuovi clienti o per fidelizzare i vecchi clienti potrà comprendere sempre più largamente strumenti già utilizzati in altri mercati quali offerte telefoniche o via internet, proposte quindi effettuate a distanza, senza un contatto diretto tra i contraenti. I contratti a distanza sono soggetti ad una specifica regolamentazione dal decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185 recante attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza, (di seguito: decreto legislativo n. 185/99). Tale normativa è volta a garantire che il consumatore, a cui è riconosciuto il diritto di ottenere determinate informazioni, sia posto nella condizione di comprendere appieno quanto gli viene proposto e di aderire al contratto con piena consapevolezza.
- 8.3 La regolamentazione in tema di contratti a distanza, unitamente a quella in tema di contratti negoziati fuori dai locali commerciali di cui al decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50 recante attuazione della direttiva 85/577/CEE in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali (di seguito: decreto legislativo n. 50/92) sono state coordinate nel d.lgs. n. 206/05, recante il Codice del consumo.
- 8.4 Qualora l'esercente l'attività di vendita utilizzi strumenti come quelli sopra indicati, il contratto stipulato dal cliente deve sottostare alle disposizioni della normativa sui contratti negoziati fuori dai locali commerciali e sui contratti a distanza. Tale normativa definisce "il consumatore come la persona fisica che agisce per scopi non riferibili all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta". Nel mercato dell'energia elettrica, pertanto, la clientela finale che può avvalersi di tale normativa si identifica prevalentemente con quella domestica; ma l'Autorità ritiene opportuno estendere talune di queste garanzie anche ai clienti finali non domestici.
- 8.5 Pertanto, con riferimento alle informazioni che tutti i clienti finali devono ottenere in occasione della proposta di un'offerta contrattuale, indipendentemente dalla modalità con cui il cliente è stato contattato, si ritiene che gli esercenti l'attività di vendita debbano fornire, prima della sottoscrizione del contratto, almeno le seguenti informazioni:
- a) l'identità del venditore e dell'eventuale intermediario da questi incaricato per la conclusione del contratto e un recapito per ulteriori richieste di informazione o chiarimenti;
 - b) le condizioni contrattuali proposte dal venditore, la durata del contratto e le modalità di rinnovo, le modalità e i termini per l'esercizio della facoltà di recesso unilaterale dal contratto;
 - c) i livelli di qualità commerciale relativi alle prestazioni di competenza dell'esercente e i livelli effettivi raggiunti nell'anno precedente;
 - d) le eventuali condizioni, limitazioni e scadenze relative all'offerta;
 - e) le modalità e i tempi per l'avvio dell'esecuzione del contratto e gli adempimenti relativi alla stipula dei contratti di dispacciamento e distribuzione.
- 8.6 Il cliente del mercato vincolato deve inoltre essere informato di cosa comporta la scelta di un nuovo fornitore e l'esercizio della facoltà di recesso dal contratto vincolato. Al precedente contratto, caratterizzato dalle condizioni regolate di cui alla deliberazione n. 200/99, e dai corrispettivi per i clienti vincolati di cui al Testo integrato, si sostituisce un nuovo contratto in cui le condizioni economiche e contrattuali sono pattuite con il fornitore, mentre il servizio di distribuzione

dell'energia elettrica continua ad essere esercitato dal distributore, mantenendo le medesime caratteristiche tecniche e di qualità.

- 8.7 Con riferimento ai contratti stipulati fuori dai locali commerciali, o mediante tecniche di comunicazione a distanza, il cliente dovrà essere informato della facoltà di recesso dal contratto, riconosciuta dal d.lgs. n. 206/05, recante il Codice del consumo. Analogamente a quanto previsto per il mercato del gas naturale l'Autorità ritiene che i diritti riconosciuti dalla citata normativa non debbano essere limitati ai clienti finali domestici, ma debbano essere estesi a tutti i clienti idonei finali nei confronti dei quali deve essere applicato il Codice di condotta commerciale.

Spunto per la consultazione n. 6

Possono essere individuate altre informazioni da fornire ai clienti prima della conclusione del contratto?

9. Confrontabilità delle condizioni economiche

- 9.1 In un mercato libero, nel quale il cliente può scegliere il proprio fornitore, l'elemento che più di ogni altro influenza la scelta è, di norma, il prezzo del servizio offerto. La tutela offerta dal Codice di condotta commerciale non può pertanto prescindere dalla necessità di imporre ai venditori criteri di comunicazione che garantiscano al cliente l'effettiva possibilità di comparare tra loro i prezzi offerti dai diversi esercenti. La possibilità di una comparazione trasparente delle offerte economiche contribuisce infatti ad aumentare la fiducia nel mercato e concorre alla promozione dello sviluppo della concorrenza.
- 9.2 In Paesi dove il processo di liberalizzazione della vendita al dettaglio è stato avviato da più tempo, principalmente in Gran Bretagna, si sono sviluppati servizi di comparazione dei prezzi indipendenti dai venditori, che operano sulla base di Codici di condotta volontariamente applicati. In alcune esperienze è il Regolatore stesso ad offrire tali servizi di comparazione, attraverso la pubblicazione nel proprio sito internet delle informazioni relative alle offerte di prezzo comunicate dai venditori, in altre esperienze i venditori sono tenuti a predisporre e pubblicare una scheda sulla quale sono indicate alcune informazioni standard da consegnare al cliente in occasione della conclusione del contratto.
- 9.3 Per facilitare la scelta da parte dei clienti finali delle condizioni economiche di fornitura più convenienti e meglio rispondenti alle proprie esigenze è necessario non soltanto che le informazioni rese disponibili dai venditori siano complete e trasparenti, ma anche che siano facilmente confrontabili tra loro. Si ritiene pertanto opportuno prevedere che, nel trasmettere informazioni relative alle caratteristiche delle condizioni economiche oggetto di offerta, tutti i venditori debbano utilizzare criteri uniformi, qualunque sia la forma di comunicazione adottata (ad esempio, messaggi pubblicitari, cataloghi, documentazione informativa, marketing telefonico) quali:
- a) i corrispettivi nei quali sono articolate le condizioni economiche devono essere indicati utilizzando unità di misura uniformi (ad esempio, l'indicazione dei corrispettivi per le quote fisse deve essere sempre riferita alla spesa annua);

- b) i corrispettivi unitari devono essere indicati al netto delle imposte, specificando che saranno applicate le imposte;
 - c) se i corrispettivi sono differenziati per fasce orarie, devono essere indicati i corrispettivi per ciascuna fascia;
 - d) l'indicazione dei corrispettivi soggetti a indicizzazione deve sempre accompagnata dall'indicazione della frequenza dei possibili aggiornamenti e dal tipo di indicizzazione utilizzato.
- 9.4 Qualora le condizioni economiche offerte al cliente vengano comunicate in termini di sconto rispetto alle condizioni economiche praticate da un altro esercente o ai corrispettivi che il cliente pagherebbe nel mercato vincolato (corrispettivi per i servizi di trasmissione, misura e vendita e opzione di distribuzione di cui al Testo integrato e successive modifiche e integrazioni), al fine di stabilire regole di trasparenza, si prevede che l'esercente debba rendere disponibile al cliente almeno uno strumento informativo, a cui il cliente possa accedere agevolmente per ottenere informazioni complete circa i corrispettivi utilizzati come riferimento per la determinazione dello sconto.
- 9.5 Nel caso in cui siano fornite informazioni relative alla stima della spesa complessiva associata ai prezzi di fornitura del servizio previsti dall'offerta, l'informazione deve essere completa e trasparente, specificando quali sono le condizioni di riferimento in base a cui è stata calcolata la spesa complessiva (ad esempio, durata del contratto, consumi ai quali sono stati applicati i corrispettivi, presenza di bonus o sconti applicati solo al verificarsi di particolari condizioni previste dal contratto, presenza di corrispettivi soggetti a indicizzazione o variazione automatica, presenza di corrispettivi legati alla programmazione dei prelievi).
- 9.6 L'informazione circa la stima della spesa complessiva deve risultare dall'applicazione su base annua di tutti i corrispettivi dovuti dal cliente in relazione all'esecuzione del contratto. Per l'applicazione dei corrispettivi dovuti in relazione al consumo di energia elettrica, la spesa deve essere calcolata utilizzando uno o più livelli di consumo annuo di riferimento, stabiliti dall'Autorità e riportati nella Tabella 1, allegata al Codice. Per l'individuazione di tali livelli di consumo si è fatto riferimento alle categorie utilizzate da Eurostat ai fini delle rilevazioni statistiche sui prezzi, integrandole con alcuni livelli di riferimento intermedi.
- 9.7 In considerazione della possibile differenziazione dei corrispettivi in base alla fascia oraria in cui i consumi sono effettuati, dovranno essere fornite indicazioni circa il criterio di ripartizione dei consumi utilizzato, specificando che la spesa annua così calcolata potrà variare qualora la ripartizione effettiva dei consumi del cliente si discosti da quella ipotizzata.
- 9.8 Non è tuttavia sufficiente che il cliente conosca con precisione le caratteristiche delle condizioni economiche che gli vengono proposte, ma deve poterle confrontare con le condizioni economiche che gli vengono applicate al momento in cui viene contattato per l'offerta. A tale fine è necessario che le informazioni gli siano rese accessibili: ciò può avvenire, principalmente, attraverso la lettura della fattura di energia elettrica. L'Autorità ha per questo avviato con deliberazione 21 giugno 2005, n. 117/05 un procedimento per la revisione della direttiva in materia di trasparenza dei documenti di fatturazione per i clienti del mercato vincolato ed intende, a tale proposito, estendere ai clienti del mercato libero le garanzie di

trasparenza dei documenti di fatturazione previste per i clienti del mercato vincolato.

Spunto per la consultazione n. 7

Vi sono altri criteri di comunicazione che dovrebbero essere uniformati ai fini della confrontabilità delle condizioni economiche oggetto dell'offerta?

Si ritiene che debbano adottati particolari criteri di comunicazione in caso di offerte dual fuel?

Spunto per la consultazione n. 8

Nel caso in cui l'esercente fornisca al cliente una stima della spesa complessiva, eventualmente comparandola con altre offerte o con i corrispettivi previsti per i clienti del mercato vincolato, si ritiene che debbano essere adottate regole ulteriori, al fine di rendere l'informazione non fuorviante?

Spunto per la consultazione n. 9

Possono essere fissati ulteriori o diversi livelli di consumo ai fini del calcolo della spesa complessiva annua, oltre a quelli indicati nella Tabella 1? Si ritiene che tali livelli debbano essere differenziati tra clienti domestici e non domestici?

10. Scheda riepilogativa delle condizioni economiche

- 10.1 Al momento in cui riceve un'offerta per la stipula di un nuovo contratto, il cliente potrebbe trovarsi ancora nel mercato vincolato, nel quale gli vengono applicati i corrispettivi regolati dall'Autorità per i clienti del mercato vincolato, di cui al Testo integrato, oppure già nel mercato libero, ove gli vengono applicate le condizioni economiche previste dal contratto che ha stipulato. Al fine di consentire la comparazione con offerte successive, l'Autorità ritiene che le informazioni sulle condizioni economiche dell'offerta debbano essere rese disponibili al cliente su un supporto durevole, al momento della stipula del contratto. La consegna dell'informativa deve essere prevista altresì ad ogni rinnovo contrattuale, ovvero su richiesta del cliente.
- 10.2 L'informativa sulle condizioni economiche deve essere conforme al prospetto predisposto dall'Autorità, di cui ad un'apposita scheda allegata al Codice. Il prospetto diffuso in allegato al Documento per la consultazione (Allegato C) riguarda le offerte per i clienti non domestici. Analoga scheda verrà predisposta per i clienti domestici in prossimità della liberalizzazione.
- 10.3 La scheda viene proposta e diffusa in allegato al presente Documento in due versioni di base: nella prima i corrispettivi sono aggregati semplicemente in quota fissa, quota potenza, quota energia senza distinzione tra corrispettivi regolati dall'Autorità e corrispettivi non regolati, nella seconda versione viene invece data separata evidenza ai corrispettivi regolati di trasmissione, distribuzione, misura e ai corrispettivi di vendita e dispacciamento. Nel primo caso il cliente ha una indicazione molto sintetica di come varieranno i principali corrispettivi tariffari, nel secondo ha in evidenza la capacità del nuovo venditore, fatti salvi gli oneri che è tenuto a corrispondere per i servizi di trasmissione, distribuzione e misura

dell'energia, di acquisire energia ad un prezzo più vantaggioso rispetto al vecchio venditore o ad un diverso venditore.

Spunto per la consultazione n. 10

Si ritiene che il prospetto, relativo alle offerte per i clienti non domestici, di cui alla Scheda riepilogativa delle condizioni economiche (Allegato C) possa essere agevolmente utilizzato al fine di rendere le offerte confrontabili?

Come potrebbe essere strutturato in alternativa?

Quale delle due versioni proposte si ritiene più idonea ed utile per il cliente?

10.4 Entrambe le schede di cui all'Allegato C presentano due colonne in cui si propone che vengano riportati i corrispettivi relativi alla tariffa o al prezzo praticato al cliente nel momento in cui gli viene presentata l'offerta (colonna I) e quelli relativi all'offerta stessa (colonna II).

Spunto per la consultazione n. 11

Si ritiene opportuno che l'esercente debba indicare alla colonna I sempre i corrispettivi applicati o applicabili al cliente nel mercato vincolato? Perché?

Si ritiene invece opportuno che nella colonna I debbano essere riportati i corrispettivi relativi alle condizioni economiche praticate al cliente al momento dell'offerta così come vengono riportati in bolletta? Perché?

10.5 Si osserva che entrambe le schede proposte all'Allegato C prevedono l'indicazione dei soli corrispettivi unitari dell'offerta, mentre non vi è riferimento alla spesa complessiva annua in relazione al consumo del cliente. Qualora il cliente desideri stimare la sua spesa annua ipotetica (l'effetto delle variazioni tariffarie potrà infatti essere valutato solo a fine anno) dovrà individuare i suoi consumi effettivi attraverso le informazioni riportate nella bolletta ed applicare i corrispettivi ai consumi. Qualora sia l'esercente a fornirgli informazioni sulla spesa complessiva, questi dovrà comunque attenersi ai criteri previsti a tale proposito dal Codice.

10.6 Si ritiene tuttavia opportuno sottoporre alla consultazione anche l'ipotesi che la scheda riepilogativa delle condizioni economiche da consegnare al cliente possa essere costruita con riferimento ai livelli di consumo individuati dall'Autorità (di cui alla Tabella 1). Anche in questo caso si possono offrire alla consultazione due alternative. In base alla prima si propone che qualora l'esercente predisponga offerte economiche diverse in relazione ai diversi livelli di consumo, debba riportare nella scheda da consegnare ai clienti i corrispettivi previsti per ciascun livello di consumo e tipologia di cliente. In tal caso la scheda dovrebbe riportare un numero di colonne corrispondente al numero di offerte economiche predisposte dall'esercente in relazione alle diverse classi di consumo.

10.7 La seconda proposta prevede invece che la scheda venga articolata in base ai valori di spesa annua associati per l'offerta ai livelli di consumo di riferimento di cui alla tabella 1. Va sottolineato che quest'ultima soluzione, che si presenterebbe come la più completa, risulta anche la più complessa alla luce del fatto che le

opzioni di distribuzione variano da esercente ad esercente (ad esempio le opzioni approvate per il 2005 sono state circa 300) e che il venditore, che al momento del contatto con il cliente non conosce le caratteristiche fondamentali della fornitura, sarebbe costretto a predisporre almeno una scheda per ognuna delle opzioni di distribuzione applicabili al cliente stesso.

Spunto per la consultazione n. 12

Si ritiene opportuno che, qualora l'esercente abbia predisposto offerte diverse in base al livello di consumo dei diversi clienti, debba riportare nella scheda i diversi corrispettivi previsti dalle diverse offerte?

Spunto per la consultazione n. 13

Si ritiene opportuno che l'esercente debba indicare nella scheda la stima della spesa complessiva annua prevista in relazione ai diversi livelli di consumo fissati dall'Autorità, ed eventualmente la stima della spesa calcolata in base ai corrispettivi applicati o applicabili al cliente nel mercato vincolato?

11. Consegna e comprensibilità del contratto

- 11.1 Le informazioni preventive sulle condizioni economiche e contrattuali delle offerte di cui al paragrafo 8.5 sono essenziali ai fini della comparazione e della scelta fra diverse alternative rese disponibili al cliente finale dallo stesso venditore o da venditori diversi, ma non sono sufficienti a garantire la conoscenza e la trasparenza delle condizioni che regolano nel dettaglio il singolo rapporto contrattuale.
- 11.2 L'Autorità ritiene che tutti i clienti idonei finali debbano disporre di contratti completi, espliciti e trasparenti, attraverso i quali sia possibile conoscere gli obblighi a cui sono tenuti nei confronti della controparte e ottenere il corretto adempimento delle prestazioni dovute dal venditore, con l'effetto di rendere più agevole lo svolgimento del rapporto e di prevenire l'insorgere di controversie. La direttiva 2003/54/CE contiene, tra l'altro, previsioni esplicite in proposito.
- 11.3 Per soddisfare le esigenze di tutti i clienti idonei finali in merito alla conoscenza e alla trasparenza delle condizioni contrattuali e alla corretta instaurazione del rapporto l'Autorità ritiene necessario garantire, tramite il Codice di condotta commerciale:
- a) che i contratti predisposti dai venditori siano comprensibili: le clausole devono essere formulate in modo chiaro e comprensibile; il carattere e il corpo grafico utilizzati per tutto quanto previsto e disposto nel contratto medesimo, devono essere facilmente leggibili;
 - b) che tutti i clienti dispongano di una copia integrale in forma scritta del contratto;
 - c) che a tutti i clienti venga consegnata una nota informativa predisposta dall'Autorità, il cui contenuto è riportato all'Allegato B;
 - d) che nel caso di contratti negoziati fuori dai locali commerciali o mediante l'utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza sia esteso a tutti i clienti

idonei finali il diritto di recesso di cui al decreto legislativo n. 206/05, recante il Codice del consumo.

- 11.4 Per quanto riguarda la comprensibilità delle clausole contrattuali, si prevede che nel caso in cui vengano citate fonti normative di qualsiasi specie (direttive, leggi, regolamenti, deliberazioni dell'Autorità, normative tecniche), la citazione deve essere accompagnata dall'indicazione dell'oggetto della norma stessa e dei riferimenti di pubblicazione, in modo che il cliente ne possa agevolmente prendere visione.

Spunto per la consultazione n. 14

Si ritiene che l'intervento dell'Autorità in materia di trasparenza e conoscibilità delle condizioni contrattuali debba essere più ampio? Quali altri interventi dovrebbero essere attuati, e per quali motivazioni?

- 11.5 Per assicurare che tutti i clienti dispongano di una copia integrale in forma scritta del contratto, l'Autorità ritiene necessario prevedere che il venditore consegni o trasmetta al cliente una copia del contratto:
- a) prima della sua conclusione, e comunque non oltre 10 giorni dalla conclusione se questa avviene attraverso l'uso di tecniche di comunicazione a distanza che non consentono la trasmissione di documenti in forma scritta;
 - b) in qualunque momento successivo alla conclusione del contratto, qualora il cliente ne faccia richiesta. In questo caso, qualora la modalità di invio richiesta dal cliente comporti un costo di spedizione, il venditore potrà chiederne il rimborso al cliente.
- 11.6 Per tutelare il cliente nei confronti di tecniche di marketing aggressive e agevolargli l'uscita da un rapporto contrattuale instaurato fuori dai locali commerciali dell'esercente o con tecniche di comunicazione a distanza senza le dovute garanzie di trasparenza l'Autorità ritiene che l'esercente debba consegnare o trasmettere al cliente così contattato, insieme al contratto, un modulo per l'esercizio del diritto di recesso, il cui schema è riportato all'Allegato D al Codice di condotta commerciale.
- 11.7 Gli orientamenti relativi alle clausole da inserire nei contratti di vendita dell'energia elettrica a clienti finali del mercato libero, e agli obblighi informativi degli esercenti in caso di modifiche unilaterali del contratto, saranno trattati, in esito all'apposito procedimento avviato dall'Autorità.

12. Codice di condotta commerciale per l'offerta delle opzioni tariffarie ai clienti del mercato vincolato

- 12.1 L'Autorità ha previsto, con deliberazione n. 204/99, l'obbligo, a carico degli esercenti, di presentare, anche congiuntamente, sentite le associazioni dei consumatori e degli utenti, un Codice di condotta commerciale recante norme di comportamento finalizzate a garantire la necessaria trasparenza e correttezza nell'offerta di opzioni tariffarie base e speciali ai clienti del mercato vincolato.
- 12.2 I codici di condotta commerciale di 124 esercenti sono stati presentati ed approvati dall'Autorità (in particolare il Codice di condotta commerciale

presentato da Enel Distribuzione è stato approvato con delibera 16 maggio 2000, n. 94/00), mentre per i restanti esercenti obbligati, l'Autorità stessa ha provveduto, con deliberazione 28 dicembre 2000, 242/00, ad introdurre un Codice di condotta commerciale che tali esercenti sono tenuti ad applicare. Il Codice di condotta commerciale adottato con deliberazione n. 242/00 prevede obblighi informativi che riguardano la fase precedente la sottoscrizione del contratto, nonché la proposta di opzioni tariffarie e le loro eventuali modifiche, con la finalità di garantire al cliente una scelta consapevole.

- 12.3 Il Testo integrato per il periodo regolatorio 2004-2007, approvato con deliberazione n. 5/04, richiama le disposizioni della deliberazione n. 204/99, ponendo a carico degli esercenti l'obbligo di attenersi, nell'offerta delle opzioni tariffarie, alle disposizioni del Codice di condotta commerciale riguardanti l'attività pre - contrattuale. Viene altresì confermato l'obbligo degli esercenti di comunicare, almeno una volta l'anno, a ciascun cliente l'opzione tariffaria più conveniente, definita sulla base delle caratteristiche di consumo riscontrate nei 12 mesi precedenti, se diversa dall'opzione già applicata. Il Codice di condotta commerciale per l'offerta di opzioni tariffarie continua pertanto a trovare applicazione per i clienti del mercato vincolato, ai quali è espressamente rivolto.
- 12.4 I clienti idonei finali che si affacciano al mercato libero si troveranno prevalentemente a valutare le offerte dei venditori e benché non possa essere esclusa la possibilità che essi sottoscrivano direttamente il contratto di distribuzione con l'esercente il servizio di distribuzione, è tuttavia prevedibile che i rapporti con il distributore siano intermediati dal venditore, tramite il conferimento di mandato, e che quindi il cliente finale non si trovi nella necessità di scegliere fra diverse opzioni di distribuzione, ma piuttosto tra diversi prezzi di vendita proposti dai venditori.

Spunto per la consultazione n. 15

Si ritiene che il Codice di condotta commerciale per l'offerta di opzioni tariffarie ai clienti del mercato vincolato debba essere rivisto alla luce dello sviluppo dell'offerta di opzioni tariffarie ulteriori domestiche?

Spunto per la consultazione n. 16

Si ritiene che il medesimo Codice di condotta commerciale debba trovare applicazione ai fini della scelta delle opzioni tariffarie di distribuzione da parte di clienti finali che sottoscrivano il contratto di distribuzione senza conferire mandato?

Schema di articolato

**CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE
PER LA VENDITA DI ENERGIA ELETTRICA AI CLIENTI IDONEI FINALI**

Titolo I – Disposizioni generali

Articolo 1

Oggetto e ambito di applicazione

1. Il presente Codice di condotta commerciale stabilisce norme che regolano i rapporti tra gli esercenti l'attività di vendita di energia elettrica a clienti idonei finali (di seguito: esercenti) e i clienti idonei finali alimentati in bassa e media tensione con consumi fino a 100.000 kWh/anno (di seguito: clienti).

Articolo 2

Diffusione dell'informazione

1. Gli esercenti forniscono in modo trasparente, completo e non discriminatorio le informazioni relative alle proprie offerte contrattuali e adottano ogni ragionevole misura per soddisfare le esigenze di informazione e assistenza dei clienti nella valutazione di tali offerte.
2. Gli esercenti rendono disponibili ai propri clienti informazioni in merito alle modalità da seguire per una corretta e sicura gestione degli impianti di utenza, per l'uso sicuro ed efficiente dell'energia elettrica e per il risparmio energetico.

Articolo 3

Criteri per la redazione dei contratti

1. I contratti predisposti dagli esercenti sono redatti utilizzando un carattere di stampa leggibile e un linguaggio chiaro e comprensibile per tutti i clienti.
2. Nel caso in cui nel contratto vengano citate fonti normative di qualsiasi specie, la citazione deve essere accompagnata dall'indicazione dell'oggetto della norma e dei riferimenti di pubblicazione, in modo che il cliente ne possa agevolmente prendere visione.

Articolo 4

Formazione del personale commerciale

1. Gli esercenti provvedono a fornire al personale incaricato a qualunque titolo delle attività finalizzate alla promozione di offerte contrattuali o alla conclusione di contratti una formazione tale da garantire la conoscenza delle caratteristiche di tali

offerte, del contenuto del Codice di condotta commerciale e dei diritti riconosciuti ai clienti e ne garantiscono l'aggiornamento.

Titolo II – Criteri per la comunicazione dei prezzi di fornitura del servizio

Articolo 5

Criteri di comunicazione dei prezzi di fornitura del servizio

1. Al fine di garantire un corretto confronto tra le diverse offerte, qualora siano comunicate informazioni relative ai prezzi di fornitura del servizio previsti dalle offerte contrattuali, qualunque sia la forma di comunicazione adottata, tali informazioni devono uniformarsi ai seguenti criteri:
 - a. i corrispettivi dovuti dai clienti per la prestazione del servizio sono indicati nel loro valore unitario al netto delle imposte, specificando che saranno gravati dalle imposte;
 - b. i corrispettivi unitari dovuti in proporzione al consumo di energia elettrica, eventualmente articolati in scaglioni o differenziati per fasce orarie di consumo, sono indicati in centesimi di euro per kWh; i corrispettivi unitari dovuti in misura fissa sono indicati in centesimi di euro/cliente/anno; i corrispettivi unitari dovuti in proporzione alla potenza impegnata sono indicati in centesimi di euro per kW/anno; i corrispettivi unitari dovuti per prelievi di energia reattiva sono indicati in centesimi di euro per kVARh;
 - c. eventuali corrispettivi diversi dai corrispettivi di cui alla precedente lettera b sono indicati nel loro valore unitario e sono accompagnati da una descrizione sintetica delle modalità di applicazione;
 - d. per i corrispettivi soggetti a indicizzazione deve essere indicata la frequenza dei possibili aggiornamenti e devono essere fornite una descrizione sintetica del criterio di indicizzazione, l'indicazione del valore unitario massimo raggiunto dal corrispettivo nel corso degli ultimi dodici mesi e l'indicazione del periodo durante il quale tale valore massimo è stato applicato.
2. Le informazioni sui corrispettivi dell'offerta devono essere resi disponibili al cliente su un supporto durevole, consegnato al momento della stipula del contratto e, successivamente, in occasione di ogni rinnovo contrattuale o su richiesta del cliente. Tale supporto deve essere conforme allo schema predisposto dall'Autorità, allegato al Codice (Allegato C).
3. Gli esercenti rendono disponibile almeno uno strumento informativo al quale i clienti possono accedere per ottenere informazioni circa le aliquote delle imposte di cui al precedente comma 1, lettera a.
4. Qualora le condizioni economiche offerte siano comunicate in termini di sconto rispetto alle condizioni economiche offerte da un altro esercente o ai corrispettivi per l'erogazione dei servizi di trasmissione, distribuzione, misura e vendita di cui al Testo integrato approvato con deliberazione 30 gennaio 2004, n. 5/04 e successive modifiche e integrazioni, l'esercente rende disponibile almeno uno strumento informativo al quale i clienti possono accedere per ottenere informazioni complete circa i corrispettivi utilizzati come riferimento per la determinazione dello sconto, rendendo altresì nota l'opzione tariffaria di distribuzione applicata.

Articolo 6

Criteria di comunicazione delle informazioni relative alla spesa complessiva

1. Qualora siano fornite informazioni relative alla stima della spesa complessiva associata ai prezzi di fornitura del servizio previsti dalle offerte contrattuali, qualunque sia la forma di comunicazione adottata, l'informazione deve uniformarsi ai criteri di cui al precedente articolo 5 e ai seguenti criteri:
 - a. l'informazione deve avere per oggetto la spesa complessiva risultante dall'applicazione su base annua di tutti i corrispettivi dovuti dal cliente in relazione all'esecuzione del contratto, inclusi i corrispettivi dovuti dal cliente all'esercente a rimborso di prestazioni fornite da terzi, in vigore al momento della diffusione dell'informazione, e per consumi di energia elettrica individuati ai sensi del comma 2;
 - b. l'informazione deve essere presentata fornendo separata evidenza della spesa annua associata a ciascuno dei corrispettivi;
 - c. in presenza di corrispettivi o sconti applicati solo al verificarsi di particolari condizioni previste dal contratto, l'informazione deve essere presentata fornendo separata evidenza della spesa complessiva annua associata al verificarsi di tali condizioni o al mancato verificarsi di tali condizioni;
 - d. eventuali agevolazioni economiche riconosciute al cliente al momento della conclusione del contratto, quali ad esempio sconti o altri benefici economici, ma non connesse alla sua esecuzione, sono escluse dal calcolo della spesa complessiva annua;
 - e. qualora uno o più corrispettivi siano soggetti a indicizzazione o variazione automatica, deve essere specificato in modo chiaro, evidente e inequivocabile che l'informazione ha per oggetto un valore indicativo e soggetto a variazione;
 - f. l'informazione deve essere associata all'indicazione della durata del contratto, della data e del periodo nel quale sono applicati i corrispettivi unitari utilizzati per il calcolo, nonché della durata e delle eventuali condizioni limitative dell'offerta.
2. Ai fini della diffusione delle informazioni di cui al comma 1, per l'applicazione dei corrispettivi dovuti in relazione al consumo di energia elettrica, la spesa complessiva annua è calcolata utilizzando uno o più livelli di consumo annuo di riferimento indicati nella Tabella 1. Qualora si utilizzi un livello di consumo annuo diverso da quelli indicati nella Tabella 1, deve essere contestualmente presentata anche l'informazione relativa alla spesa complessiva annua associata ai livelli di consumo annuo indicati nella Tabella 1 che risultano immediatamente inferiore e immediatamente superiore al livello di consumo prescelto.
3. In presenza di corrispettivi articolati su base oraria, deve essere indicato il criterio di ripartizione dei consumi annui, individuati ai sensi del precedente comma 2, adottato ai fini del calcolo della spesa complessiva annua, specificando in che misura la spesa complessiva potrà variare nel caso in cui la ripartizione dei consumi del cliente si discosti da quella ipotizzata.

Titolo III – Obblighi relativi alla promozione delle offerte contrattuali

Articolo 7

Informazioni minime da fornire nelle comunicazioni a scopo commerciale

1. Fatte salve le previsioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, le comunicazioni che contengono informazioni relative alle condizioni di fornitura oggetto di una o più offerte contrattuali riportano, utilizzando modalità tali da garantirne una chiara percezione, almeno le seguenti informazioni:
 - a. indicazione delle caratteristiche dell'offerta e delle eventuali condizioni limitative dell'offerta;
 - b. indicazione di un recapito al quale il cliente può rivolgersi per ottenere le informazioni di cui all'articolo 9.
5. Qualora le comunicazioni a scopo commerciale riportino informazioni relative ai corrispettivi dell'offerta esse si uniformano ai criteri previsti dal Titolo II.

Articolo 8

Riconoscibilità e regole di comportamento del personale commerciale

1. Gli esercenti assicurano la riconoscibilità del personale incaricato a qualunque titolo delle attività finalizzate alla promozione di offerte contrattuali e alla conclusione di contratti.
2. Qualora il cliente venga contattato in luoghi diversi dalla sede o dagli uffici commerciali dell'esercente o telefonicamente, il personale commerciale si identifica e:
 - a. consegna al cliente un documento dal quale risultino i propri elementi identificativi, gli elementi identificativi e i recapiti dell'esercente (indirizzo, numeri telefonici, fax, sito internet. ecc); in caso di contatto solo telefonico fornisce gli elementi identificativi e il recapito telefonico dell'esercente. Il recapito telefonico deve essere idoneo a consentire l'identificazione del personale;
 - b. informa il cliente che il contatto è finalizzato alla presentazione di un'offerta contrattuale o alla conclusione di un contratto.

Articolo 9

Informazioni preliminari alla conclusione del contratto

1. In occasione della proposta di un'offerta contrattuale, qualunque sia la modalità con cui il cliente viene contattato e, in ogni caso, prima della conclusione del contratto il cliente deve ricevere le seguenti informazioni:
 - a. l'identità dell'esercente e dell'eventuale intermediario incaricato per la conclusione del contratto e un recapito dell'esercente;
 - b. i livelli di qualità commerciale relativi alle prestazioni di competenza dell'esercente definiti ai sensi della normativa in vigore, compresi i livelli specifici e generali di qualità eventualmente definiti dall'esercente, gli indennizzi automatici previsti in caso di mancato rispetto dei livelli di sua competenza e i livelli effettivi di qualità riferiti all'anno precedente;

- c. la durata della validità dell'offerta e le modalità di adesione;
 - d. le eventuali condizioni limitative dell'offerta;
 - e. le condizioni contrattuali proposte dall'esercente;
 - f. le modalità e i tempi per l'avvio dell'esecuzione del contratto, compresi gli adempimenti a carico del cliente per la stipula dei contratti di dispacciamento e distribuzione di cui alla deliberazione 30 dicembre 2003 n. 168/03 e successive modificazioni e integrazioni;
 - g. la durata del contratto e le eventuali modalità di rinnovo;
 - h. le modalità e i termini di preavviso per l'esercizio della facoltà di recesso dal contratto.
2. Il cliente del mercato vincolato a cui venga proposta un'offerta contrattuale deve essere informato degli effetti dell'esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 2 della deliberazione 20 ottobre 1999, n. 158/99.
 3. Qualora le condizioni economiche dell'offerta contrattuale siano definite in termini di sconto rispetto alle condizioni economiche offerte da un diverso esercente, contestualmente alle condizioni contrattuali di cui al comma 1, lettera e. devono essere comunicate anche le corrispondenti condizioni contrattuali associate alle condizioni economiche utilizzate come riferimento, se diverse da quelle oggetto dell'offerta.
 4. Qualora l'offerta contrattuale riguardi la fornitura congiunta di energia elettrica e di gas, oltre alle informazioni relative ai due servizi, devono essere specificati i vincoli e gli effetti derivanti dalla eventuale estinzione di uno solo dei due contratti.
 5. Qualora il contatto tra l'esercente e il cliente avvenga al di fuori dei locali commerciali, l'esercente è tenuto ad informare il cliente della facoltà di recedere di cui al successivo articolo 10 comma 3.
 6. Qualora il contatto tra l'esercente ed il cliente avvenga mediante tecniche di comunicazione a distanza che non consentono la trasmissione immediata di documentazione scritta, l'esercente informa il cliente:
 - a. prima di proporre l'adesione al contratto, circa le modalità attraverso le quali è possibile ottenere le informazioni di cui al comma 1 in forma scritta;
 - b. della facoltà di recesso di cui al successivo articolo 10 comma 4.

Titolo IV – Contratto

Articolo 10

Consegna del contratto e diritto di ripensamento

1. Prima della conclusione del contratto o comunque entro 10 (dieci) giorni dalla conclusione, se questa è avvenuta mediante tecniche di comunicazione a distanza che non consentono la trasmissione immediata del documento, l'esercente consegna o trasmette al cliente in forma scritta o su supporto durevole a sua disposizione e a lui accessibile:
 - a. una copia integrale del contratto;

- b. la nota informativa di cui all'Allegato B che riporta in calce gli elementi identificativi dell'esercente e dell'incaricato che ha proposto o concluso il contratto;
 - c. scheda riepilogativa delle condizioni economiche di cui all'Allegato C;
 - d. il modulo per l'esercizio del diritto di recesso di cui ai successivi commi 3 e 4, di cui all'Allegato D.
2. In qualunque momento successivo all'esecuzione del contratto, su richiesta, l'esercente trasmette al cliente una copia integrale del contratto, informandolo preventivamente circa le modalità di trasmissione e l'eventuale rimborso dei costi sostenuti per la spedizione posti a suo carico.
 3. Qualora il contratto sia stato concluso in un luogo diverso dai locali commerciali dell'esercente, il cliente può recedere dal contratto senza oneri entro 10 (dieci) giorni decorrenti dalla data della conclusione.
 4. Qualora il contratto sia stato concluso attraverso forme di comunicazione a distanza, il cliente può recedere senza oneri entro 10 (dieci) giorni dal ricevimento del contratto.

Titolo VI – Disposizioni transitorie e finali

Articolo 11

Entrata in vigore

1. Il Codice di condotta commerciale entra in vigore il 1° luglio 2006.

Tabella 1

Volumi di consumo annuo di riferimento ai fini del calcolo della spesa complessiva annua di cui all'articolo 6.

Clienti non domestici. Consumo (kWh/anno)	Clienti domestici. Consumo (kWh/anno)
2.000	600
6.000	1.200
10.000	2.500
30.000	3.500
50.000	5.000
75.000	7.500
100.000	20.000

Nota informativa per il cliente finale

Il Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali

Dal 1° luglio 2004 tutti i clienti non domestici e dal 1° luglio 2007 tutti i clienti del servizio elettrico divengono liberi, potendo così scegliere il venditore di energia elettrica e il contratto di fornitura che meglio risponda alle proprie esigenze.

Il cliente che è diventato idoneo può scegliere di abbandonare il suo vecchio fornitore, può uscire dal mercato vincolato ed entrare nel mercato libero. Mentre nel mercato vincolato le condizioni contrattuali ed economiche sono regolate dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas, nel mercato libero vengono negoziate tra il cliente e il nuovo fornitore. Non cambiano invece le caratteristiche tecniche e di qualità del servizio erogato, perché il distributore (cioè il soggetto che trasporta l'energia elettrica sulle proprie reti) rimane lo stesso.

Il cliente che stipula un contratto sul mercato libero deve inoltre stipulare il contratto di distribuzione (con il distributore) e il contratto di dispacciamento (con Terna S.p.A.), ma a tal fine può incaricare il suo nuovo fornitore, dandogli apposito mandato.

Per garantire che i clienti dispongano degli elementi necessari per poter scegliere l'offerta più conveniente sulla base di informazioni chiare, attendibili e confrontabili, l'Autorità ha emanato un Codice di condotta commerciale che impone a tutte le imprese di vendita dell'energia elettrica precise regole di comportamento.

1. Trasparenza delle proposte contrattuali

Chiunque entri in contatto con un cliente per proporgli un nuovo contratto deve sempre:

- identificarsi, specificare l'impresa di vendita per cui opera e fornire i recapiti attraverso i quali può essere contattata;
- fornire al cliente informazioni dettagliate sul contratto proposto;
- specificare i tempi necessari e gli eventuali costi da sostenere per l'avvio del servizio;
- fornire al cliente informazioni sugli adempimenti relativi contratti di dispacciamento e distribuzione;
- indicare le condizioni che limitano la possibilità di aderire all'offerta contrattuale proposta.

Se il cliente viene contattato per telefono, il venditore deve indicare come ottenere le informazioni in forma scritta.

2. Contratto

Il contratto deve indicare l'identità e l'indirizzo dell'impresa di vendita e dovrebbe contenere almeno le seguenti clausole:

- tutte le prestazioni che saranno fornite al cliente;
- la data di avvio del servizio e la durata del contratto;
- il prezzo del servizio e le sue possibili variazioni nel tempo;
- le eventuali garanzie che il cliente deve fornire all'impresa di vendita per ottenere il servizio (ad esempio, un deposito cauzionale);
- tutti gli oneri e le spese a carico del cliente;
- come e quando saranno misurati i consumi;
- quando saranno emesse le bollette, quando e in che modo il cliente dovrà pagarle;
- le conseguenze per il cliente che non paga le bollette entro la scadenza prestabilita;
- i casi in cui l'impresa di vendita deve versare al cliente un indennizzo automatico;
- come fare per ottenere informazioni, presentare un reclamo o risolvere una controversia con l'impresa di vendita.

3. Documentazione e diritto di ripensamento

Al momento della sottoscrizione, il cliente deve ricevere una copia scritta del contratto.

Se il contratto viene stipulato in un luogo diverso dagli uffici o dagli sportelli dell'impresa di vendita (ad esempio, a casa del cliente o in un centro commerciale), il cliente può recedere dal contratto senza spese entro 10 giorni dalla stipulazione.

Se il contratto viene stipulato attraverso forme di comunicazione a distanza (ad esempio, al telefono):

- entro 10 giorni l'impresa di vendita deve inviare al cliente una copia scritta del contratto;
- il cliente può recedere dal contratto senza spese entro 10 giorni dal ricevimento del contratto.

4. Condizioni economiche

L'impresa di vendita deve consegnare al cliente una scheda in cui sono riepilogati tutti i corrispettivi per la fornitura di energia elettrica, compilata in base a un modello predisposto dall'Autorità. La scheda deve essere consegnata al momento della stipula del contratto e, successivamente, ad ogni rinnovo contrattuale, o su richiesta del cliente.

5. Riepilogo

Prima di aderire ad un nuovo contratto di fornitura di energia elettrica, verificaci quindi che chi le ha proposto il contratto:

- abbia indicato il nome e un recapito dell'impresa di vendita dell'energia elettrica;
- abbia fornito informazioni chiare su:
 - il prezzo del servizio e le sue possibili variazioni nel tempo;
 - le altre spese a carico del cliente previste dal contratto;
 - la durata del contratto;
 - come e quando saranno misurati i consumi;
 - con quali scadenze dovrà essere pagato il servizio;
 - i tempi per l'avvio del servizio;
- abbia consegnato una copia scritta del contratto;

- abbia consegnato la scheda riepilogativa dei corrispettivi.

Impresa di vendita

Incaricato che ha proposto il contratto

Denominazione dell'offerta contrattuale

Luogo e data di consegna/di invio al cliente

Scheda riepilogativa delle condizioni economiche per i clienti non domestici

Alla fornitura di energia elettrica saranno applicati i seguenti corrispettivi (al netto delle imposte):

VERSIONE 1

**Condizioni economiche per la fornitura di energia elettrica Y (dati identificativi).
Potenza impegnata.**

		I	II
QUOTE FISSE	eurocent/cliente/anno		
QUOTE POTENZA	eurocent/kW/anno		
QUOTE ENERGIA	eurocent/kWh (mono)		
Corrispettivo energia reattiva	eurocent/kVARh		
ALTRI ONERI (eventualmente previsti dal contratto)	unità di misura		

Nota per la compilazione.

Nella tabella devono essere indicati tutti i corrispettivi e gli oneri previsti dall'offerta e che verranno applicati al cliente, compresi gli oneri di sistema, inglobati nei corrispettivi di pertinenza.

Devono essere indicati i valori dei corrispettivi in vigore al momento della consegna della scheda. Nel caso di corrispettivi soggetti a indicizzazione, l'esercente informa il cliente circa la frequenza degli aggiornamenti e il relativo criterio di indicizzazione.

La tabella è stata predisposta per clienti monorari, ma può essere adattata in caso di clienti biorari o multiorari. L'esercente deve riportare tutte le eventuali articolazioni dei corrispettivi in fasce di consumo, scaglioni, ecc.

L'esercente fornisce le eventuali maggiori disaggregazioni dei corrispettivi a richiesta del cliente (ad esempio il dettaglio delle componenti A e UC, o il dettaglio degli oneri di dispacciamento di cui alla delibera n. 168/03).

VERSIONE 2

Condizioni economiche per la fornitura di energia elettrica Y (dati identificativi). Potenza impegnata.				
Corrispettivi regolati dall'Autorità (1)			I	II
	QUOTA FISSA	eurocent/cliente/anno		
	QUOTA POTENZA	eurocent/kW/anno		
	QUOTA ENERGIA	eurocent/kWh		
	energia reattiva	eurocent/kVARh		
Corrispettivi di vendita e dispacciamento (2)				
	QUOTA FISSA	eurocent/cliente/anno		
	QUOTA ENERGIA	eurocent/kWh		
	altri oneri	<i>unità di misura</i>		

(1) Trasmissione, distribuzione, misura, compresi oneri di sistema.

(2) Vendita e dispacciamento, compresi oneri di sistema.

Nota: per la compilazione.

Nella tabella devono essere indicati tutti i corrispettivi e gli oneri previsti dall'offerta e che verranno applicati al cliente, compresi gli oneri di sistema, inglobati nei corrispettivi di pertinenza.

Devono essere indicati i valori dei corrispettivi in vigore al momento della consegna della scheda. Nel caso di corrispettivi soggetti a indicizzazione, l'esercente informa il cliente circa la frequenza degli aggiornamenti e il relativo criterio di indicizzazione.

La tabella è stata predisposta per clienti monorari, ma può essere adattata in caso di clienti biorari o multiorari. L'esercente deve riportare tutte le eventuali articolazioni dei corrispettivi in fasce di consumo, scaglioni, ecc.

L'esercente fornisce le eventuali maggiori disaggregazioni dei corrispettivi a richiesta del cliente (ad esempio il dettaglio delle componenti A e UC, o il dettaglio degli oneri di dispacciamento di cui alla delibera n. 168/03).

Modulo di recesso

Spett.le

.....

Oggetto: recesso ai sensi dell'articolo 10 del Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica ai clienti idonei finali.

Con riferimento al contratto di fornitura di energia elettrica sottoscritto con la vostra Società in data con decorrenza, il/la sottoscritta (dati del cliente) comunica la propria volontà di recedere ai sensi dell'articolo 10, che prevede, per i contratti conclusi in un luogo diverso dai locali commerciali dell'esercente (comma 3) /attraverso forme di comunicazione a distanza (comma 4), la facoltà di recedere entro 10 (dieci) giorni, decorrenti dalla data della conclusione/dal ricevimento del contratto.

Il contratto di fornitura di energia elettrica sottoscritto e da cui si intende recedere é relativo alla fornitura di energia elettrica per i seguenti punti di prelievo:

-
-
-
-

Con la presente si intende altresì revocare il mandato conferito per la stipula dei contratti di dispacciamento di distribuzione, in relazione ai medesimi punti di prelievo.

Data.....

Firma.....