

**Osservazioni di Eni gas e luce S.p.A. in merito al DCO 564/2019/R/com del  
19.12.2019**

***“Rafforzamento degli obblighi informativi del codice di condotta commerciale a  
vantaggio dei clienti finali del mercato retail”***

San Donato Milanese, 30 gennaio 2020

Con il presente documento Eni gas e luce S.p.A. (“**EGL**”) presenta le sue osservazioni al Documento di Consultazione 457/2019/R/eel (“**DCO**”) dell’Autorità di regolazione per energia reti e ambiente (“**ARERA**” o “**Autorità**”).

## **OSSERVAZIONI GENERALI**

In risposta alla presente consultazione, si ritiene necessario prima di tutto evidenziare che il DCO è stato pensato e pubblicato in un contesto che successivamente è stato fortemente modificato dal rinvio del superamento della tutela di prezzo al 1.1.2022.

Infatti la decisione di un nuovo rinvio del superamento della tutela di prezzo con l’approvazione del Decreto Legge n. 162 del 30 dicembre 2019, rinvia il superamento della tutela tariffaria al 1.1.2022.

Il cambio del contesto legislativo modifica sostanzialmente il contesto in cui andrebbero ad intervenire le modifiche proposte, svuotandone sia il significato sia in particolare l’urgenza di intervenire con onerose e farraginoso nuove modalità informative per clienti che, alla luce del nuovo quadro, avranno ancora la tutela tariffaria fino al 1.1.2022. Il rinvio della tutela al 1.1.2022 dovrebbe, al contrario, mettere in discussione la necessità di strumenti regolatori introdotti, si pensi alle offerte PLACET, apprezzate dalla scrivente società in un contesto di prossimità con la liberalizzazione, ma la cui “convivenza” di lungo termine con le condizioni di tutela è difficilmente comprensibile.

A questo quadro si aggiungano le diverse criticità di merito nell’approccio e negli strumenti individuati dal documento per aumentare la capacitazione dei clienti nei confronti del mercato.

Le informazioni aggiuntive e forzosamente compresse standardizzate in schemi che – strutturalmente - non possono riflettere la varietà mutevole delle tipologie di offerte del mercato libero, produrrà o un effetto di riduzione del livello di competizione o un effetto di ulteriore confusione e sviamento. Si pensi, esemplificativamente, al caso delle offerte all inclusive, piuttosto che al confronto di offerte di prezzi fissi e variabili in contesti di profonda instabilità dell’andamento degli scenari energetici, o a fenomeni di variazione dei prezzi dovuti a fenomeni completamente esogeni dalle dinamiche di mercato o dalle scelte degli operatori.

Il nuovo contesto normativo, caratterizzato dalla persistenza delle condizioni economiche di tutela fino al 1.1.2022, rende quindi inopportuno, e fonte di ingiustificati interventi onerosi per gli operatori, lo stravolgimento del contesto informativo per i clienti.

Crediamo che la correttezza e la trasparenza nei confronti del cliente sia un valore essenziale alla base della nostra proposta commerciale ai clienti, ma non crediamo che questa debba passare da soluzioni che ingabbiano in strumenti rigidi le possibilità che il mercato potrebbe offrire, in via generale, e in particolare in persistente sussistenza della opzione per il cliente di sottoscrivere un contratto in regime di tutela tariffaria.

Obiettivo della consultazione dovrebbe a nostro avviso essere, nel nuovo contesto normativo, una decisa semplificazione degli strumenti informativi. L’intervento sugli strumenti informativi si traduce in chiarezza solo se va di pari passo con una più ampia razionalizzazione complessiva degli obblighi informativi e senza vincolare le dinamiche della liberalizzazione (dato che l’obiettivo del legislatore rimane invece quella di spingerla).

Un'ultima preoccupazione generale – già sopra accennata - è connessa ai costi e alla complessità di implementazione che alcuni dei provvedimenti proposti dal DCO comporterebbero e che irrimediabilmente andrebbero a gravare nella definizione dei prezzi nel breve e medio periodo, il che ridurrebbe ulteriormente l'attrattività del mercato libero per i clienti finali, andando a minare ulteriormente lo scopo iniziale dei provvedimenti proposti.

In considerazione dei punti suddetti riteniamo che il DCO sia stato “superato” dal mutamento del contesto normativo intervenuto. Il nuovo contesto normativo prevedendo la sussistenza di una tutela tariffaria per i clienti interessati fino al 1.1.2022 non può non avere effetti sulla necessità, urgenza ed onerosità di interventi in materia di obblighi informativi.

In questo contesto, a nostro avviso, la finalità di ottenere una maggiore capacitazione del cliente finale potrebbe essere perseguita più efficacemente attraverso interventi regolatori volti:

- ad un rafforzamento del ruolo del Portale Offerte, sia come sviluppo di nuove funzionalità sia, soprattutto, come conoscenza dello strumento per i consumatori (campagne informative, utilizzo di canali social da parte delle istituzioni per la promozione del Portale, tutorial per spiegarne il funzionamento, ...),
- ad una effettiva semplificazione delle informazioni contrattuali per il cliente finale, rivedendo il perimetro di applicazione del Codice di Condotta Commerciale;
- ad implementare la campagna informativa per consumatori, più volte annunciata e auspicata anche dai venditori.

Considerato quanto espresso finora, Eni gas e luce propone un rinvio della consultazione volto ad un generale ripensamento della materia, degli interventi, delle tempistiche di intervento. In questa ottica sono da leggere le osservazioni specifiche.

## OSSERVAZIONI AI SINGOLI SPUNTI DI CONSULTAZIONE

Q1. Si condivide l'introduzione della nuova scheda sintetica? Se no per quale motivo?

Concordiamo sulla necessità di superare la nota informativa così come pensata finora, perché di certo non risponde a criteri di chiarezza e semplicità per il cliente. Una scheda sintetica e aggiornata, che si limiti agli elementi rilevanti principali è un'idea che in linea di principio ci trova favorevoli, ma la modalità e gli elementi di cui effettivamente si compone possono diventare critici, come si dirà nel seguito della risposta.

Inoltre, non concordiamo con il vincolo di inserire scheda sintetica come cover del plico contrattuale: agli operatori deve essere lasciata la facoltà di strutturare il plico contrattuale liberamente, compresa la possibilità di inserire una “copertina” a libera definizione, in modo da rispecchiare le caratteristiche della singola offerta, anche la più peculiare e meno diffusa (e che quindi meno si adatta a comunicazioni standardizzate). Inoltre, riteniamo che l'introduzione di questo nuovo strumento è accettabile solo se va a sostituire gli altri obbligatori già presenti, in modo che il risultato finale per il cliente sia di avere una mole di documentazione minore e di più facile lettura che non viceversa.

Q2. Si condividono i contenuti della scheda sintetica? Se no, per quale motivo?

I contenuti elencati al punto 4.12 sono in linea generale condivisibili anche se ci sembra manchi lo spazio e la possibilità per evidenziare al cliente qualsiasi altro elemento aggiuntivo o diverso dell'offerta che potrebbe risultare di interesse ai fini della sottoscrizione, ulteriore rispetto agli elementi previsti: anche per questo ribadiamo la richiesta di non prevedere una posizione vincolante per la scheda sintetica all'interno del plico.

Q3. Si condivide l'introduzione degli indicatori sintetici di prezzo? Se no, per quale motivo?

Q4. Si condividono le modalità di determinazione degli indicatori sintetici di prezzo? Se no, quale criterio alternativo si suggerisce?

Q5. Si condivide la modalità di determinazione dell'indicatore consumo relativamente alle offerte di energia elettrica profilate per fasce orarie? Se no, quale modalità alternativa si suggerisce?

Q6. Si condividono le differenti modalità di determinazione degli indicatori sintetici di prezzo per le offerte a prezzo fisso e a prezzo variabile? Se no, quale criterio alternativo si suggerisce?

Gli indicatori sintetici di prezzo non possono rispondere all'esigenza di comparazione di tutte le offerte presenti attualmente sul mercato e di quelle che potranno svilupparsi in futuro.

In particolare, specialmente per quanto riguarda le offerte di tipo all inclusive, affidarsi ad un box con un indicatore sintetico basato sulla spesa per la materia energia genera evidenti errori di comparazione: in questo modo s'ingenera la convinzione nei clienti che per *tutte* le offerte l'unica parte di prezzo "che conta" è la spesa per la materia energia, perché tutte le altre voci di costo sono uguali per tutti i venditori. Questo evidentemente non è vero per le offerte all inclusive, che garantiscono al cliente un prezzo fisso complessivo e quindi non sono comparabili con le offerte tradizionali che bloccano solo la parte di spesa per la materia. L'offerta all inclusive è l'esempio più lampante, ma le stesse osservazioni valgono anche per tutte le offerte in cui le voci diverse dalla spesa per la materia energia vengono determinate dal venditore in modo non "passante" ma applicando una formula/metodologia diversa esplicitata in contratto. Questa è una possibilità che esiste per i contratti di mercato libero e non deve essere limitata dall'inserimento di strumenti di confronto sbagliati, che snaturano le caratteristiche essenziali dell'offerta.

Pertanto, EGL ritiene che gli indicatori di prezzo così come presentati nel documento sono utili se proposti come una possibilità e non necessariamente come un obbligo da utilizzare per tutte le proprie offerte

Q7. Si ritiene utile l'indicatore potenza per le offerte di energia elettrica? Se no, per quale motivo?

Ferme restando le osservazioni di cui al punto precedente, riteniamo che l'indicatore di potenza possa essere utile, nel caso in cui l'offerta rientri in certi parametri, per dare rapidamente e facilmente l'informazione al cliente riguardo la presenza o meno di tale corrispettivo e la sua entità.

Q8. Si ritiene opportuno introdurre gli indicatori sintetici di spesa nelle condizioni economiche di fornitura? Se no, per quale motivo?

Non lo riteniamo opportuno, sia per gli evidenti limiti insiti in tali indicatori, che abbiamo espresso nelle risposte precedenti, sia perché l'indicatore non è un dato contrattuale e non deve essere

confuso con una componente di prezzo. Inoltre, nella migliore delle ipotesi, sarebbe un'inutile duplicazione delle informazioni.

Q9. Si condivide l'orientamento che prevede l'inclusione della spesa annua stimata al lordo di imposte e tasse nella scheda sintetica? Se no, per quale motivo?

Non si condivide l'orientamento. Le stime di spesa annua devono essere a nostro parere mantenute al netto delle tasse: queste sì che, allo stato attuale, sono l'unico elemento veramente "passante" e uguale per tutti i venditori. L'inclusione delle tasse avrebbe due effetti negativi: una complicazione di calcolo per gli operatori e un'indicazione inutile per i clienti per le finalità di comparazione delle offerte. Inoltre le percezioni di spesa e di risparmio date dalla specifica offerta verrebbero ancor più "annegate" nella molteplicità di altri costi che il cliente si trova comunque a pagare e che sono totalmente indipendenti da qualsiasi scelta commerciale del venditore.

Q10. In alternativa, che modalità si propone per veicolare al cliente finale una informazione completa e trasparente inerente alla spesa annua stimata che possa essere anche confrontata con le informazioni presenti sul Portale Offerte?

Riteniamo assolutamente non praticabile l'utilizzo di un indicatore di spesa annua personalizzato per ciascun cliente, in particolare in modalità di vendita con supporto cartaceo: si tratterebbe di un campo a compilazione manuale da parte del singolo venditore, quindi non controllabile dalla società di vendita (se non ex post) e con elevate possibilità di errore o, peggio ancora, di comportamenti opportunistici.

Proponiamo quindi di utilizzare esclusivamente il Portale Offerte per il calcolo della stima della spesa annua, basato sui consumi del singolo cliente, e per la produzione della scheda di confrontabilità in pdf, che ogni cliente potrà scaricare o stampare direttamente dal portale, alleggerendo così i plichi contrattuali.

In subordine rispetto alla precedente soluzione, opteremmo per il mantenimento della scheda di confrontabilità nei plichi contrattuali costruita con le modalità attuali e contenente l'invito al cliente, se lo desidera, di verificare (in caso di offerta compatibile e presente nel portale offerte) la sua personale stima di spesa sul Portale offerte.

Q11. Si condivide l'orientamento di riportare il box Indicatori sintetici di prezzo in ogni parte della documentazione precontrattuale e contrattuale ogniqualvolta ci sia il riferimento a tali indicatori? Se no, per quale motivo?

Non si condivide, per i motivi già esplicitati in risposta al punto Q8.

Q12. Si condivide l'orientamento dell'Autorità relativo al perimetro di applicazione? Se no per quale motivo?

Proponiamo di ridurre il perimetro ai soli clienti domestici in entrambi i mercati.

Q13. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di integrare la comunicazione di preavviso di variazioni unilaterali con la stima della spesa annua lorda? Se no, per quale motivo?

Q14. Si ritiene opportuno che venga fornita nella comunicazione anche l'indicazione della variazione economica rispetto alle condizioni precedenti alla modifica? Se no, per quale motivo?

Abbiamo già espresso la nostra contrarietà all'utilizzo dell'indicatore di spesa annua al lordo delle tasse al quesito 9. Qui aggiungiamo che inserirlo in sede di comunicazioni di preavviso potrebbe dare l'idea di un valore confrontabile con quello contenuto nel contratto in vigore. Questo però può essere fonte di fraintendimenti e false percezioni in quanto, in base alla variazione di vari parametri (non solo i prezzi definiti e definibili liberamente dal venditore), il nuovo dato potrebbe risultare superiore allo storico anche in presenza di rinnovo con prezzi unitari della materia energia più vantaggiosi: aumento tasse o di altri oneri o presenza di nuove componenti di prezzo definite da Arera, ecc. Percepire tutto ciò in un dato sintetico unico e che ha senso solo se confrontato sul presente con la concorrenza, potrebbe confondere invece che rendere più consapevole il cliente.

A maggior ragione, siamo contrari all'indicazione della variazione rispetto alle condizioni vigenti: il confronto è inutile perché il cliente non potrebbe comunque decidere di rimanere con il contratto attuale, se questo non è più nel portafoglio offerte della società di vendita, perché in questo caso il cliente può accettare il nuovo prezzo o aderire ad un'altra offerta, tra quelle presenti sul mercato in quel momento.

Q15. Si ritiene che nella comunicazione di preavviso di variazioni unilaterali possa essere indicata anche almeno una offerta di mercato libero del venditore alternativa più conveniente in termini di spesa annua lorda rispetto all'offerta a condizioni aggiornate, ove presente? Se sì, quali potrebbero essere i criteri per individuare le offerte da inserire? Se no, per quale motivo?

Indicare un'offerta alternativa in sede di variazione unilaterale potrebbe essere, in alcuni casi, una opportunità interessante da valutare in sede commerciale, ma a nostro parere deve essere una scelta e non un obbligo per il venditore, che deve restare libero da vincoli stringenti sia sui criteri per identificarla sia sull'opportunità o meno di inserirla.

Spesso, infatti, le diverse offerte in portafoglio sono difficilmente paragonabili su parametri univoci e predefiniti perché sono costruite pensando a diversi tipi di clienti e di bisogni (che a loro volta cambiano nel tempo); pertanto, ancora una volta, il dato solo della spesa annua sarebbe fuorviante. Inoltre, l'implementazione di una tale previsione potrebbe richiedere una forma di variazione unilaterale (ricordiamo che si tratta quasi sempre di rinnovi di condizioni economiche scadute) personalizzate; invece di solito si tratta di variazioni su diversi lotti di clienti. Pertanto una modifica regolatoria di questo tipo richiederebbe un investimento anche organizzativo del processo oneroso e quindi in ultima istanza non conveniente per il cliente. Ogni lettera di rinnovo contiene l'informativa in merito alla possibilità di poter informarsi e scegliere un'altra offerta dello stesso venditore o della concorrenza, pertanto su questo aspetto ci sembra che il cliente abbia già un'informazione sufficiente per decidere se mantenere o modificare il contratto sottoscritto.

Q16. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di integrare le disposizioni del Codice di condotta, prevedendo un obbligo informativo in occasione di ogni evoluzione automatica delle condizioni economiche già prevista nel contratto? Se no per quale motivo?

Siamo contrari. Le tipologie di evoluzioni economiche automatiche sono molto diversificate e sono peraltro già tutte indicate e descritte nelle condizioni economiche al momento della sottoscrizione. A nostro avviso le comunicazioni ad hoc su variazioni contrattuali, inviate con 3 mesi di preavviso, arrivino solo in presenza di effettive modifiche rispetto a quanto sottoscritto inizialmente. Pertanto crediamo che la ricezione di un documento del genere porterebbe più a maggiore confusione che non comprensione da parte del cliente. Inoltre capita che alcuni "sconti" possano avere durata

anche limitata (ad es. pochi mesi) pertanto il cliente in quel caso riceverebbe questa nuova comunicazione in tempi molto brevi rispetto alla prima sottoscrizione (o paradossalmente contestualmente, se si optasse per un'applicazione rigida e formalistica della previsione).

Possiamo concordare sull'esigenza di evidenziare adeguatamente in sede precontrattuale e di adesione tali evoluzioni se previste dal contratto, anche perché, trattandosi spesso di iniziative rientranti nella promozione stessa dell'offerta, questo già avviene. In caso di offerta con durata superiore all'anno (e pertanto con la quantificazione della spesa annua per cliente tipo al momento calcolata solo sul primo periodo di durata) si può prevedere che venga data adeguata informazione in sede precontrattuale degli effetti della modifica già prevista. Anche questo dovrebbe essere un aspetto lasciato alla libera determinazione del venditore perché le informazioni devono sempre riflettere le caratteristiche peculiari dell'offerta. Ad esempio oggi le offerte caratterizzate da una diminuzione di prezzi unitari o sconti nel secondo anno di adesione sono penalizzate dal dato delle schede di confrontabilità, che considerano solo la spesa dei primi dodici mesi.

Q17. Si ritiene che nella comunicazione di preavviso di evoluzioni automatiche delle condizioni economiche già prevista nel contratto, possa essere indicato anche il riferimento ad almeno una offerta di mercato libero del venditore alternativa più conveniente in termini di spesa annua lorda rispetto all'offerta a condizione aggiornate, ove presente? Se sì, quali criteri si suggeriscono per l'inserimento dell'offerta più conveniente? Se no, per quale motivo?
---

Vale quanto già formulato al quesito Q15.

Q18. Si condividono gli orientamenti per l'efficientamento dei criteri di comunicazione delle condizioni economiche e degli indicatori sintetici di prezzo? Se no, per quale motivo?
--

Q19. Si ritiene che ci siano ulteriori elementi meritevoli di efficientamento? Se sì, quali?
--

Q20. Si condivide l'orientamento relativo alle tempistiche di attuazione? Se no, per quale motivo e quale tempistica si ritiene più adeguata?
---

Abbiamo già evidenziato come alcune previsioni, oltre ad avere la nostra contrarietà proprio per la loro non adeguatezza agli scopi prefissati, risulterebbero di difficile e/o onerosa implementazione per le società di vendita. Pertanto riteniamo che eventuali nuovi obblighi informativi (che richiedono sempre delle evoluzioni dei processi interni di non veloce implementazione) debbano essere quantomeno rimandati alla definizione di un quadro più certo e si auspica finalmente definitivo in merito alla completa liberalizzazione.