



**ARERA**  
**Direzione Mercati Retail**  
**e Tutele dei Consumatori di energia**

**OGGETTO: OSSERVAZIONI E COMMENTI SU DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE 564/2019/R/COM**

L'Associazione Consumatori Konsumer Italia, nella persona della Dott.ssa Valentina Masciari, Responsabile Nazionale Utenze, riporta di seguito le osservazioni su quanto esposto nel documento in oggetto:

in linea generale, si condividono gli orientamenti diretti a rafforzare la trasparenza e gli obblighi informativi dei venditori a vantaggio dei clienti finali.

Un consumatore adeguatamente informato, è un consumatore che fa scelte consapevoli.

Nella realtà, fino a questo momento, non si è creata questa situazione di equilibrio nello scambio di informazioni tra società fornitrici e cliente; le regole esistenti si sono sfumate a causa di comportamenti poco trasparenti, soprattutto nella fase di vendita, quella che precede la stipula effettiva del contratto.

In questa fase, infatti, approfittando della situazione di "vantaggio" che si ha nei confronti del Consumatore non sempre addentro agli aspetti più tecnici della composizione dell'offerta, si propinano le informazioni più disparate e dirette a trarre consapevolmente in inganno il potenziale Cliente.

Questa è la fase più delicata, di quella che sarà la vita del futuro contratto eventualmente sottoscritto: chiarezza e trasparenza nella fase precontrattuale, sono la base per un consumatore soddisfatto e cosciente di ciò che ha fatto.

Ancora adesso troviamo approcci commerciali che promettono sconti se non eliminazione di voci della bolletta elettrica o del gas, che non possono essere oggetto di alcuna trattativa.

Abbiamo poi, una contrattualistica, sempre come visione generale, che non aiuta il consumatore: condizioni contrattuali con caratteri illeggibili perché volontariamente minuscoli e poca chiarezza nell'esposizione, offerta commerciale poco chiara che non mette in evidenza, se non addirittura evita di indicare, altre voci, non legate alla struttura in senso stretto della composizione del prezzo, che verranno applicate in fattura.

Si aggiunga che ci sono casi in cui la modulistica non viene neanche consegnata al Cliente.

Consideriamo poi, i casi di contratti a distanza, fatti mediante vocal order : nella prima fase della chiamata, vengono fornite alcune informazioni mentre, nella registrazione vera e propria, si dice



altro; aggiungiamo poi, che purtroppo, queste registrazioni vengono fatte con un ritmo tale che anche un esperto di settore, avrebbe difficoltà a capire cosa viene detto e da qui, si ingenera la confusione...

Abbiamo situazioni diffuse in cui ancora non si riesce a distinguere tra società di vendita e distribuzione, anche perché, diciamolo, in alcuni casi conviene che i Consumatori mantengano tale "non conoscenza", perché ciò giova nella vendita poco corretta che magari viene fatta.

Tutto questo, non ha fatto altro che portare il Consumatore a valutare negativamente il libero mercato, perché, concretamente, mancanza di trasparenza da un alto e di consapevolezza dall'altro, hanno giustamente ingenerato diffidenza nel passaggio in questione e questo spiega i numeri ancora bassi di adesione a tale regime.

Sarebbe auspicabile, partendo dal fatto che molti contratti vengono proposti dal canale di vendita indiretta delle società, che in quadro di maggiori controlli, maggiore trasparenza e maggiore informazione, si proponesse alle società di vendita, di verificare, con un sistema di check call, non solo la volontà del futuro cliente di portare a termine quel contratto ma, anche l'effettiva comprensione dell'offerta sottoscritta: si effettuerebbe un controllo a monte sulla regolarità della vendita e si "pulirebbe" il mercato da pratiche scorrette.

E perché non pensare anche di aumentare gli indennizzi che le società di vendita devono riconoscere al Consumatore che, in qualche modo, abbia subito un torto?

Attualmente vanno considerati irrisori e di poca influenza sulla correzione di comportamenti scorretti: se però le società di vendita sapessero di dover indennizzare in modo congruo il Consumatore danneggiato, forse e dico forse, potrebbero arrivare a creare un sistema vendita e gestione dei clienti, più performante, oltre che migliorare la propria reputation.

Per accrescere la conoscenza dei Consumatori, si potrebbe pensare anche a delle pillole tipo di "pubblicità progresso", nelle quali in modo semplice e d'impatto, si possano far arrivare a tutti, nozioni chiarificatrici del mercato libero e delle voci presenti nelle bollette luce e gas, come è stato fatto per incentivare l'uso del Portale Offerte.

Ben vengano allora regole più stringenti che obblighino le società di vendita ad avere maggiore rispetto del Consumatore e ben venga una maggiore trasparenza e maggiori informazioni per i Consumatori, sempre però che si vigili sull'attuazione concreta di tutto l'impianto.

In ultimo, una menzione a parte, anche se non strettamente collegata a questi argomenti ma di sicuro alla trasparenza del mercato nella sua generalità e alla tutela dei Consumatori, è l'assenza di regole adeguate, sull'operato dei Distributori, che non fanno minimamente riferimento al Codice del Consumo.

Stiamo riscontrando una serie di situazioni in cui il Consumatore deve ingiustamente soccombere senza poter far valere un dovuto diritto di replica: quello che affermano i Distributori è incontestabile e non si riesce, in alcun modo, ad avere riscontri certi sul suo operato.



Un esempio su tutti : rilevazioni periodiche, soprattutto nei casi di contatori gas non accessibili, che portano a conguagli onerosi, per più di due anni, in quanto non si riescono ad effettuare per presunta assenza dell'intestatario.

Tutte le contestazioni vengono respinte perché si utilizza la regola che consente di escludere la prescrizione in caso di gruppo di misura non accessibile.

Abbiamo però riscontrato una serie di casistiche in cui, nelle date indicate di tali presunte rilevazioni, il soggetto era presente in casa ma nessuno si era recato ad effettuare il tentativo di lettura.

Ancora, quando si è sollevato il problema che nessun avviso o cartolina, era stato lasciato per comunicare il tentativo di lettura e quindi comunicare come procedere per risolvere la questione, viene risposto che non esiste un obbligo in tal senso ma che invece esiste un obbligo del cliente a fornire l'autolettura.

E' chiaro che da questo quadro, brevemente descritto, nascono una serie di considerazioni sull'intero sistema in essere, considerazioni che verranno adeguatamente espresse in un documento apposito della nostra Associazione, Konsumer Italia.