



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

***Spett.le Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente  
Direzione Mercati Retail e Tutele dei Consumatori di Energia***

*C.so di Porta Vittoria 27  
20122 Milano*

*Milano, 31 gennaio 2020*

<b>Osservazioni DCO 564/2019/R/com “Rafforzamento degli obblighi informativi del codice di condotta commerciale a vantaggio dei clienti finali del mercato retail”</b>
--

### **Osservazioni generali**

Condividiamo l’obiettivo di assicurare una piena trasparenza delle offerte formulate dai venditori nei confronti dei clienti. In particolare vediamo con favore che i venditori siano tenuti a rendere disponibili informazioni utili al cliente finale per essere pienamente consapevole delle offerte che gli vengono presentate dal mercato e poter cogliere le opportunità più confacenti alle sue specifiche esigenze.

Proprio in un’ottica di sforzo congiunto da parte di tutti gli attori di questa transizione verso una completa liberalizzazione, auspichiamo che vengano poste in essere anche campagne informative di tipo istituzionale ed interventi di implementazione del portale offerte che sarebbero estremamente utili nel garantire l’acquisizione di una sempre maggiore capacitazione da parte dei consumatori.

Nel merito avremmo però forti perplessità sul fatto che le soluzioni prospettateci siano effettivamente efficaci, sia in relazione allo sforzo economico e operativo che verrebbe richiesto ai venditori, sia rispetto all’obiettivo prefissato. Condividiamo infatti pienamente l’intento di rendere i consumatori più consapevoli e più capaci di maturare una comprensione sulla migliore scelta possibile sia in ordine al proprio fornitore, che anche alla soluzione contrattuale più confacente alle proprie necessità, ma riterremmo anche che proprio l’Autorità tanto abbia già fatto in questa direzione. Auspicheremmo dunque, anche in ottica di ottimizzazione ed efficientamento operativo ed economico, di utilizzare strumenti già ad oggi funzionanti e frutto di una serrata ed efficace collaborazione tra l’Autorità e gli attori del mercato.

È inoltre importante ricordare che le misure prospettate dovranno essere coerenti con l’evoluzione dei mercati, ed in tal senso qualsiasi confronto basato, anche indirettamente, solo sulla componente prezzo e/o sul confronto con il solo prezzo dei servizi di tutela potrebbe risultare non esaustivo ed implicitamente limitante la concorrenza nei mercati.



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

Infine, apprezzando la riduzione ad una pagina del materiale che descrive sinteticamente le caratteristiche dell'offerta, per evitare eccessiva uniformità tra i vari operatori di mercato sarebbe utile che la rappresentazione grafica e il formato (cartaceo, digitale, qr code, pagina html, ecc) delle schede sintetiche possa essere liberamente scelto dai singoli operatori, fermo restando la presenza comunque del medesimo patrimonio informativo.

Al fine di tener conto di quanto rappresentato nei paragrafi precedenti, qualora si volesse comunque dar corso alle ipotesi previste dal DCO riteniamo fondamentale che per i necessari sviluppi, interventi e adeguamenti ai sistemi e all'operatività degli operatori sia concesso un periodo di tempo superiore a quello previsto, e in ogni caso non inferiore a 12 mesi a partire dalla pubblicazione della Delibera in esito alla consultazione. Viceversa, nel caso fossero accolte le istanze rappresentate nelle presenti osservazioni, sarebbe secondo noi possibile un sensibile accorciamento dei tempi per gli sforzi implementativi.

### **Osservazioni di dettaglio**

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

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

Facciamo presente che il passaggio dalla nota informativa alla scheda sintetica propostaci rappresenta non solo un cambio di contenuti, ma anche di struttura. A oggi la nota informativa rappresenta un documento semi-statico ricompreso nel plico contrattuale, mentre l'introduzione della scheda sintetica dovrà essere oggetto di una modalità di proposizione e di contenuti specifici, dipendenti dall'offerta e da altre variabili (quali ad esempio il consumo) che dovranno essere generate insieme alle CTE. Ciò implica un onere considerevole lato venditore, che richiederà tempistiche e processi di implementazione dedicati, caratterizzati da una complessità gestionale che dovrà essere acquisita sia dai canali interni che esterni, questi ultimi a loro volta potrebbero avere tempi specifici e/o diversi di implementazione.

*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?*

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



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

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

Volendo garantire al cliente la massima trasparenza e comprensione della propria offerta, riteniamo più funzionale indicare nella scheda sintetica il costo medio unitario della materia energia. È infatti questo il dato che il cliente ritroverebbe nella fattura e che gli permetterebbe di verificare una vera corrispondenza tra quanto asserito in fase di stipula e quanto effettivamente fatturato. Gli indicatori proposti non sono infatti direttamente confrontabili con alcun elemento presente in bolletta, e pertanto per il cliente sarebbe macchinoso e per nulla immediato verificare la veridicità delle informazioni fornite dal venditore al momento della sottoscrizione dell'offerta.

Facciamo poi presente l'impossibilità, nel caso delle offerte variabili, di fornire al cliente un grafico con arco temporale degli ultimi 12 mesi che illustri l'andamento dell'indice variabile, i venditori sono infatti vincolati dalle licenze dei fornitori che pongono limiti tassativi sul pubblicizzare il consuntivo e tantomeno le forward da loro fornite.

In ultimo, per coerenza con quanto riportato al punto 4.14 relativamente alle offerte della Maggior Tutela/Tutela, si suggerisce di non inserire nella scheda sintetica le informazioni sulla spesa annua dei mercati regolati.

*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?*

*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?*

Comprendiamo e condividiamo la possibilità di fornire ai clienti tutti gli strumenti utili a permettere un confronto facile e chiaro tra le offerte e riteniamo che proprio in questa direzione siano andati gli sforzi degli ultimi anni con l'istituzione del Portale Offerte.

Riteniamo infatti che questo strumento assolva perfettamente alle funzioni citate nel documento, e che pertanto la stima della spesa annua possa essere fornita al cliente direttamente accedendo al portale. In questo modo si garantirebbe un'effettiva confrontabilità perché i parametri di calcolo sarebbero gli stessi per tutti, le società di vendita non dovrebbero sostenere costi per dotarsi di strumenti appositi, il cliente che intendesse fare ulteriori verifiche potrebbe ripetere facilmente il calcolo anche in autonomia e la stima sarebbe comunque personalizzata.



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

Facciamo inoltre presente come, soprattutto nel segmento gas, per il venditore sia elevata la difficoltà di fornire la stima della spesa annua al lordo delle imposte. In questo caso evidenziamo infatti come ogni venditore dovrebbe prevedere strumenti di calcolo complessi che tengano per esempio in considerazione tutte le accise di tutti i comuni italiani. In pratica ogni fornitore dovrebbe dotarsi e dotare la propria forza di vendita di strumenti che simulino per ogni potenziale cliente una pre-fattura.

L'ipotesi di una simulazione spesa annua al lordo delle imposte sarebbe infatti condivisibile laddove il valore delle imposte e delle tasse sia fornito dall'Autorità, in modo che sia un elemento identico per tutti gli operatori. Si segnala in proposito che già adesso assistiamo a degli scostamenti tra la spesa annua delle schede di confrontabilità pubblicate dall'Autorità e le stime fornite dal Portale Offerte legate probabilmente all'algoritmo che il Portale utilizza.

Come detto prima, se si ricorresse invece all'utilizzo del Portale, che già contiene IVA e accise ed eventuali addizionali erariali, queste difficoltà sarebbero ampiamente superate e al cliente sarebbe garantita un'immediata confrontabilità. Riteniamo comunque utile che siano resi trasparenti agli operatori, come avveniva nel Trova Offerte, i dettagli che compongono tutte le voci di spesa e quindi suggeriamo che l'Autorità continui con la pubblicazione delle schede di confrontabilità ogni trimestre, riportanti invece della spesa al netto delle imposte e tasse quella lorda. Solo così, secondo noi, si potrebbero prevenire calcoli differenti da parte dei vari operatori non solo della spesa relativa alla propria offerta, ma anche di quella alle condizioni regolate sulla quale si basa il calcolo dell'eventuale risparmio per il cliente finale.

In aggiunta a ciò, riteniamo comunque eccessivo attribuire carattere di obbligatorietà alla stima della spesa annua "personalizzata" in termini di consumi. Sarebbe infatti molto gravoso per il venditore elaborare e rendere disponibile, anche tramite i canali fisici, un documento in fase precontrattuale che contenga l'elaborazione del valore del consumo dichiarato dal cliente. Ad esempio, in relazione alle variabili dell'offerta diverse dal consumo, quali ad esempio l'attivazione dell'SDD o la ricezione di un bonus in bolletta che incide sul totale spesa energia, il cliente in fase precontrattuale dovrebbe ricevere  $n$  copie della stessa scheda sintetica quante sono le possibili variabili, con relativa complessità nella gestione di tutte le casistiche ed un aumento esponenziale nella predisposizione delle diverse combinazioni delle variabili per la generazione delle schede.

Reputiamo di conseguenza che la rappresentazione stimata per fasce rappresenti ancora un utile riferimento, che potrebbe essere reso ancora più fruibile dalla introduzione di un valore al lordo delle imposte e delle tasse, immediatamente confrontabile con il Portale Offerte.



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

*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?*

Riteniamo che, oltre a essere molto onerosa dal punto di vista del venditore, la personalizzazione della lettera di variazioni, sia unilaterali che contrattualmente già negoziate, potrebbe essere controproducente per la comprensione dei clienti, rischiando di fornire un'informazione potenzialmente distorta e distorsiva. Ciò sarebbe particolarmente rilevante con riferimento alla comunicazione della stima di spesa per l'anno successivo (da un punto di vista operativo infatti la proposta si tradurrebbe nella predisposizione di una comunicazione per ogni singolo cliente con conseguente evidente aggravio dei costi per il venditore).

Ciò perché mostrare il complessivo per il futuro ed il delta rispetto alla spesa precedente significherebbe "annegare" variazioni di prezzo non necessariamente legate al costo della materia prima in una serie di corrispettivi su cui il fornitore non ha alcuna leva. Nel corso del tempo infatti, oltre alle variazioni dei costi di approvvigionamento della materia prima, possono intervenire variazioni relative alla spesa per il trasporto e la gestione del contatore, agli oneri di sistema, alle altre componenti della tariffa nonché mutazioni nei comportamenti di consumo dei clienti stessi.

Paradossalmente una spesa complessiva diversa e maggiore, legata a mutati scenari di mercato, potrebbe portare il cliente a pensare che il fornitore lo stia imbrogliando, anche nell'ipotesi di prezzo uguale o persino inferiore al precedente. Quanto proposto nel DCO potrebbe quindi portare a una minore, o comunque potenzialmente fuorviante o erronea, comprensione da parte del cliente, a fronte però di un grande sforzo da parte dell'operatore difficilmente gestibile a livello operativo.

In generale riteniamo quindi che focalizzare l'attenzione del cliente unicamente sul confronto di spesa tra un periodo e l'altro, spesso riferito a 2 anni precedenti alla proposta di rinnovo, senza però fornirgli elementi di contesto delle mutazioni di mercato intervenute e della causa delle variazioni delle spesa, rischi di non essere coerente né rispetto all'obiettivo di comprensibilità dell'offerta, né a quello di capacitazione del cliente stesso.

Evidenziamo inoltre come le integrazioni prospettate nelle comunicazioni di variazioni unilaterali impatterebbero con la limitata disponibilità per il venditore dei dati di consumo effettivi. I dati di consumo disponibili per una comunicazione inviata alcuni mesi prima della scadenza di un contratto (che assumiamo di durata annuale) difficilmente saranno dati di consumo effettivi, tali per cui non sarà necessaria un'assunzione di stima che confronti la spesa



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

ipotizzata in acquisizione con quella ipotizzata al rinnovo. Tale confronto non sarebbe trasparente, non sarebbe affidabile e potrebbe confondere il cliente, perché l'aumento del prezzo unitario potrebbe non necessariamente tradursi in un incremento in termini di spesa annua.

Infine facciamo presente che le modalità di simulazione *ad hoc* per ogni singolo cliente considerando i canali tradizionali rispetto ai canali di acquisizione mass market sarebbe difficilmente realizzabile, in quanto si potrebbe ragionare solo in termini standard e per cluster. Il dato del consumo peraltro, salvo il caso di cliente già acquisito, non è di semplice reperibilità per il venditore in fase di acquisizione di un prospect e quindi risulterebbe difficile fare una simulazione puntuale, oltre al fatto che il cliente potrebbe non essere disponibile a fornire tale informazione. Inoltre tale dato potrebbe differire nel tempo, essendo legato ad abitudini di consumo che possono cambiare, e ciò esporrebbe il venditore a rischio di prospetti erronei e dunque ad un significativo incremento della reclusività.

*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?*

Non condividiamo la proposta di inviare informative, di fatto assimilabili alle variazioni unilaterali, in merito ad evoluzioni economiche automatiche. In questi casi infatti i clienti dispongono già in precedenza di tutte le informazioni utili a conoscere l'evoluzione della propria offerta. Ribadiamo anche in questo caso che tutte queste proposte non sono prive di un significativo sforzo economico specifico, cui necessariamente il venditore dovrebbe fare fronte con l'aiuto del cliente finale.

In ogni caso, qualora venissero attuate le proposte presenti nel documento in analisi, chiediamo che l'evoluzione delle condizioni economiche già previste nel contratto che riguardino bonus sia distinta da quella nel caso dell'applicazione di sconti. I bonus in molti casi rientrano già nella dinamica comunicativa venditore cliente perché sono molto spesso strutturati a celebrazione del raggiungimento di fasi del rapporto di fornitura per cui il cliente deve rendersi conto di essere "premiato". Diversamente, nel caso degli sconti, andrebbero di fatto esclusi quelli relativi ai primi 3 mesi di fornitura (sarebbe già chiaro in sottoscrizione) e quelli relativi ai 12 mesi (che si tradurrebbero in comunicazione di rinnovo), essendo con ogni probabilità interessate a questa misura le promozioni semestrali, rispetto alle quali si potrebbe però anche prevedere di rafforzare il messaggio in fase acquisitiva senza necessità di ricorrere a successive comunicazioni.

*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?*



## **ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GROSSISTI DI ENERGIA E TRADER**

Riteniamo che l'indicazione dei corrispettivi dovuti dai clienti al lordo delle perdite di rete rappresenti un massiccio cambiamento rispetto a quanto portato avanti in tutti questi anni e di conseguenza richiederebbe interventi particolarmente onerosi e lunghi su tutti i sistemi aziendali. Interventi che però potrebbero non essere controbilanciati da un effettivo vantaggio per i clienti. Richiediamo pertanto di lasciare l'informazione allo stato attuale.

Chiederemmo inoltre di chiarire che il termine di massimo 45 giorni imposto per la validità dell'offerta sia riferito alla singola proposta contrattuale e non alla validità del prezzo. Ciò in quanto il listino delle offerte viene aggiornato dai venditori con cadenza spesso trimestrale (se non addirittura superiore funzione quest'ultima della struttura organizzativa del venditore e delle sue reti di vendita) e pertanto imporre un termine così breve alla validità dei prezzi esporrebbe il fornitore al rischio di mancato allineamento di tutti i suoi agenti, oltre ad aumentare enormemente l'operatività del processo di aggiornamento dei listini con un pesante aggravio sui costi gestionali

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

Come già espresso in premessa le proposte e quindi le tempistiche implementative (fissate pari a 6 mesi nel DCO) dovranno essere coordinate con le recenti evoluzioni del contesto normativo nell'ambito del superamento della maggior tutela. Si tenga conto altresì del fatto che gli investimenti informatici previsti dagli operatori per il 2020 sono già stati decisi e messi a budget, e quindi sarebbe gravoso imporne altri importanti e non preventivati in un termine così breve. Qualora venissero invece confermati gli orientamenti espressi nel DCO, stimiamo che il tempo per le necessarie implementazioni dovrebbe essere non inferiore a 12 mesi.

*Appendice: FAC-SIMILE di scheda sintetica*

Chiederemmo che sia evidenziata in un apposito campo l'energia verde, altrimenti destinata a confluire in Prodotti/Servizi aggiuntivi.

Restando comunque a piena disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento ed opportunità di confronto in tema, rinnoviamo tutti i nostri più cordiali saluti.