



---

**Autorità di regolazione per energia reti e ambiente**  
**Documento di consultazione 564/2019/R/com**  
**Osservazioni di Energia Libera**

---

Il presente documento contiene le osservazioni di Energia Libera al documento di consultazione dell'Autorità di regolazione per energia reti e ambiente (**Autorità**) 564/2019/R/com, recante *Rafforzamento degli obblighi informativi del codice di condotta commerciale a vantaggio dei clienti finali del mercato retail (DCO)* (prot. n. 14/20, termine invio osservazioni 31 gennaio 2020, inviato via email a [mercati-retail@arera.it](mailto:mercati-retail@arera.it))

\* \* \*

### **Premessa**

Si condivide l'obiettivo generale che l'Autorità si propone e cioè 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 proprie specifiche esigenze.

Nel merito, invece, si nutrono forti dubbi rispetto all'efficacia di alcune soluzioni prospettate dal Regolatore sia rispetto allo sforzo economico e operativo richiesto ai venditori, sia rispetto all'obiettivo prefisso. Si condivide, infatti, l'intento dell'Autorità di rendere i consumatori più consapevoli e più capaci di maturare una comprensione sulla migliore scelta possibile non solo in ordine al proprio fornitore ma anche della soluzione contrattuale più confacente alle proprie necessità, ma si ritiene che proprio l'Autorità tanto abbia già fatto in questa direzione. Si auspica, dunque, in ottica di ottimizzazione ed efficientamento operativo ed economico, di utilizzare strumenti già ad oggi funzionanti frutto di serrata ed efficace collaborazione tra l'Autorità e gli attori del mercato.

Sempre nell'ottica di una maggiore trasparenza rispetto alla fase pre-contrattuale, si coglie inoltre l'occasione per sensibilizzare il Regolatore circa la necessità di implementare strumenti di semplificazione del processo stesso di acquisizione. In tal senso, lo *switching* infra-mese e lo *switching* con voltura traguarderebbero l'obiettivo di aumentare la fiducia del consumatore nel mercato, consentendo allo stesso di trarre un immediato beneficio dalle offerte a cui decide di aderire.

Infine, nell'ottica di uno sforzo congiunto da parte di tutti gli attori di questa transizione verso una completa liberalizzazione si auspica che vengano poste in essere anche campagne informative di tipo istituzionale ed interventi di miglioramento del Portale Offerte che sarebbero estremamente utili nel garantire l'acquisizione di una sempre maggiore capacitazione da parte dei consumatori.

Di seguito si illustrano le proposte di revisione emerse durante la lettura del DCO.

### Scheda sintetica

Con riferimento alla nuova scheda sintetica che andrebbe a sostituire la nota informativa e, da quanto inteso, la scheda di confrontabilità ad oggi presente nei contratti dei venditori, si apprezza la scelta di rendere maggiormente efficaci (anche in termini di lunghezza) le informazioni ivi incluse. Apprezzando la riduzione ad una pagina del materiale che descrive sinteticamente le caratteristiche dell'offerta, per evitare 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.

Entrando nel dettaglio delle informazioni richieste:

- si segnala che non sempre le garanzie da richiedere al cliente sono note *ex-ante*, soprattutto nel caso di fornitura a PMI. Alcuni venditori, infatti, subordinano il tipo di garanzia richiesta ad alcune informazioni approfondite successivamente alla sottoscrizione della Proposta di Contratto;
- si chiede, eventualmente, di specificare nella delibera quali parti della scheda sono obbligatorie solo per i contratti destinati ai clienti domestici (ad es. diritto di ripensamento);
- si ritiene che i venditori debbano attenersi solo al contenuto della scheda informativa, ma non ad uno standard di forma e di grafica di tale scheda.

### Indicatori sintetici di prezzo

Si comprende l'intento dell'Autorità di fornire al cliente il maggior numero di elementi utili a rimarcare l'andamento economico della propria offerta e la possibilità di compararla con altre di operatori differenti, ma si ritiene che tali indici potrebbero generare confusione nel cliente poiché non riscontrabili all'interno della bolletta. Un cliente, infatti, che volesse verificare la corrispondenza tra quanto pattuito a contratto e quanto effettivamente fatturato andrebbe incontro a evidenti difficoltà. Volendo quindi andare nella direzione di una maggiore trasparenza si propone di inserire nella scheda sintetica l'informazione relativa al costo medio unitario della sola spesa per la materia energia/gas naturale relativo ai consumi di ciascun cluster di clienti come indicati nella scheda di confrontabilità. La confrontabilità delle offerte sarebbe comunque garantita e il cliente avrebbe maggiore immediatezza di raffronto anche per quanto riportato nel proprio contratto.

Si rileva poi, che in caso di utilizzo degli indicatori sintetici di prezzo, con particolare riferimento alle offerte a prezzo variabile, gli operatori si troverebbero impossibilitati a riportare il grafico con arco temporale degli ultimi 12 mesi che illustra l'andamento dell'indice variabile dell'offerta. Gli

operatori, infatti, sono vincolati per contratto con i *provider* degli indici, a clausole di segretezza che non permettono *disclosure* né sul consuntivo né tantomeno sulle *forward*.

### **Stima della spesa annua**

Condividiamo l'intento dell'Autorità di aiutare i clienti a confrontare le offerte presenti sul mercato ma, come detto, riteniamo che gli strumenti utili a tale scopo siano già presenti e pertanto non vediamo le necessità per i venditori di dotarsi di strumenti appositi che determinerebbero aggravii di costi di *acquisition* dei clienti e di interventi informativi.

Si ritiene quindi che la stima della spesa annua possa essere calcolata autonomamente dal cliente tramite il Portale Offerte, che possiede già tutti gli elementi per fornire il risultato parametrato secondo quanto richiesto in questo documento dell'Autorità.

Il calcolo tramite il Portale Offerte, oltre ai vantaggi appena elencati, ha inoltre la capacità di garantire assoluta omogeneità tra tutti i fornitori senza che le stime siano soggette a discrezionalità, con i rischi che quest'ultima comporta. È inoltre utile tenere in considerazione le grandi difficoltà di calcolo e di esposizione della spesa, ad esempio:

- nel caso del gas, la presenza di imposte e accise differenziate territorialmente determinerebbe in capo ai venditori l'obbligo di fornire ai propri agenti di vendita (siano essi porta e porta, siano *teleselling*) un vero e proprio sistema di fatturazione;
- se da un lato risulta possibile effettuare il calcolo per i 12 mesi successivi alla sottoscrizione del contratto con riferimento alle componenti ricomprese nella spesa per la materia energia/gas naturale (al netto di quelle regolate eventualmente richiamate), dall'altro risulta complesso provvedervi per le componenti non definite dal venditore anche in considerazione del loro aggiornamento periodico nonché della necessità di replicare i criteri di stima utilizzati dal Portale Offerte;
- nel caso di acquisizione di un *prospect*, alla luce delle difficoltà riscontrabili dal cliente nel reperimento del dato di consumo annuo, non risulta possibile fare una simulazione puntuale. Ciò, unitamente al fatto che tale dato potrebbe differire nel tempo, essendo legato ad abitudini di consumo che possono cambiare, esporrebbe il venditore al rischio di produrre prospetti erronei. In sintesi, sarebbe molto alto il rischio di fornire al cliente un'informazione non attendibile, con relative ricadute in termini di aumento della reclusività cui dovrebbe far fronte il venditore.

La soluzione, in generale, appare pertanto poco praticabile in quanto operativamente complessa e costosa, con il rischio che tale aggravio di costi operativi si rifletta poi sui prezzi applicati ai clienti finali. Sarebbe preferibile utilizzare la spesa annua al netto delle imposte; infatti, la “territorialità” delle imposte soprattutto sul gas sarebbe di difficile applicazione operativa; l’ipotesi di una simulazione della spesa annua al lordo delle imposte potrebbe essere praticabile solo nel caso in cui il valore delle imposte e delle tasse venisse fornito dall’Autorità tramite le determine di aggiornamento trimestrale, in modo da essere identico per tutti gli operatori. Già adesso esistono scostamenti tra la spesa annua delle schede di confrontabilità pubblicate dall’Autorità e le stime fornite dal Portale Offerte legate, probabilmente, all’algoritmo che tale Portale utilizza. Sarebbe quindi utile rendere trasparenti agli operatori, come avveniva nel Trova Offerte, i dettagli che compongono tutte le voci di spesa. Pertanto, si suggerisce di continuare con la pubblicazione delle schede di confrontabilità da parte dell’Autorità ogni trimestre, riportanti invece della spesa al netto delle imposte e tasse quella lorda. Solo così si possono 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.

### **Variazione unilaterale delle condizioni contrattuali**

La previsione della personalizzazione delle lettere che indicano le variazioni unilaterali del contratto e le evoluzioni automatiche delle condizioni economiche potrebbe essere controproducente nel processo di comprensione dei clienti. Mostrare la spesa complessiva futura ed il delta rispetto alla spesa precedente, implica infatti considerare anche variazioni di prezzo non necessariamente legate a componenti definite dal venditore e su cui il fornitore non ha alcuna leva oltre che nessuna contezza dei valori previsionali che ne renderebbero alquanto incerta la stima. Nel corso del tempo, infatti, oltre alle variazioni dei valori dei corrispettivi definiti dal venditore 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. Anche in questo caso, dunque, si rischierebbe di fornire al cliente un’informazione non attendibile.

In generale, quindi, 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 allo stesso tempo fornire elementi di contesto delle mutazioni di mercato intervenute e della causa delle variazioni della spesa, rischia di non essere coerente né rispetto all’obiettivo di comprensibilità dell’offerta né di capacitazione del cliente. Si tenga anche presente l’estrema difficoltà e onerosità anche economica di personalizzare ogni comunicazione di variazione unilaterale. In questo senso,

si suggerisce quindi di togliere l'indicazione della stima della spesa annua e il valore in termini assoluti e percentuali.

Con particolare riferimento alla comunicazione di preavviso nel caso di variazioni economiche già contrattualmente pattuite, si teme che una tale previsione possa determinare l'invio costante di comunicazioni al cliente. Il mondo delle offerte dei venditori del mercato libero è molto vario e non è raro trovare offerte che prevedono variazioni economiche frequenti (anche mensili) durante la vita contrattuale del cliente (soprattutto dei clienti non domestici). Questo porterebbe ad un invio massivo di comunicazioni, con stime di spesa imprecisa, difficilmente calcolabile ogni volta con 3 mesi di preavviso. Come noto, le informazioni sono già presenti nei contratti e si ritiene che il cliente abbia già a propria disposizione tutti gli elementi necessari.

### **Efficientamento del codice di condotta**

La rappresentazione dei corrispettivi dovuti dai clienti nel loro valore unitario al netto delle imposte e al lordo delle perdite di rete è di rilevante impatto per gli operatori di vendita che fino ad oggi hanno riportato il dato al netto delle perdite di rete. In termini pratici significherebbe dover intervenire radicalmente sul CRM e su tutti gli altri sistemi di fatturazione, modifica questa che richiederebbe un esborso non indifferente e tempistiche decisamente abbondanti.

Appare necessario chiarire che il termine di massimo 45 giorni imposto per la validità dell'offerta sia riferito alla singola proposta contrattuale (come ad oggi specificato nella nota informativa) e non alla validità del prezzo. Il listino delle offerte viene infatti aggiornato dai venditori con cadenza spesso trimestrale, se non addirittura superiore, in funzione della struttura organizzativa del venditore e delle sue reti di vendita. Pertanto, imporre un termine così breve alla validità dei prezzi espone 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 dei costi gestionali.

Si suggerisce, in ottica di omogeneizzazione con quanto riportato al punto 4.14, di eliminare il riferimento al mercato di Maggior Tutela/Tutela anche nella rappresentazione della stima della spesa annua.

### **Considerazioni finali**

In linea generale, si ritiene che l'introduzione di eventuali nuove misure e obblighi correlati al tema della completa liberalizzazione del mercato retail debba essere necessariamente valutata alla luce degli avanzamenti che avrà tale processo. Non sarebbe infatti opportuno per il settore farsi carico

di ulteriori adempimenti operativi e relativi costi, in mancanza di sviluppi effettivi del processo di liberalizzazione, che come sappiamo ha già subito diversi rinvii.

Ad ogni modo, con riferimento ai 6 mesi dall'approvazione proposti per l'implementazione delle numerose modifiche richieste, tale tempistica appare eccessivamente breve, anche considerando che gli investimenti informatici per il 2020 sono già stati decisi e messi a *budget* dagli operatori. Si chiedono, pertanto, almeno 12 mesi di tempo per attuare eventuali modifiche operative che dovessero essere ritenute necessarie; in ogni caso chiediamo che le misure siano adottate prima della fine della tutela.

In ultimo, preme porre l'attenzione sul mercato impatto economico che le modifiche qui proposte avrebbero sui venditori che necessariamente si troverebbero a dover trasferire, almeno in parte, i costi sostenuti ai clienti finali.