

- sul consentire al cliente di riscontrare con sufficiente immediatezza quanto riportato nel contratto con quanto, ad esempio, inserito nei documenti di rendicontazione della spesa;

Richiamiamo infine l'importanza che siano evitati interventi eccessivamente gravosi per gli sviluppi che ne conseguirebbero sui sistemi informativi e sui processi aziendali, assicurando un adeguato bilanciamento tra i benefici che si suppone possano essere apportati dalle misure e i costi di adeguamento che invece, con certezza, dovranno essere sopportati dagli operatori.

Si rendono nel seguito le proprie osservazioni e per semplicità di esposizione si procede rispondendo per argomenti.

INDICATORI SINTETICI DI PREZZO

Pur comprendendo 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, la nostra esperienza diretta con i clienti ci porta a ritenere che tali indici potrebbero generare parecchia confusione, poiché di non immediata fruibilità e 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. 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 esercenti la vendita 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 contrattualmente vincolati con le società provider degli indici, a clausole di segretezza che non permettono disclosure né sul consuntivo né tantomeno sulle forward.

STIMA DELLA SPESA ANNUA

Come premesso, si comprende che il percorso tracciato da ARERA intenda accompagnare il consumatore a "camminare sempre più sulle proprie gambe" e che la possibilità di paragonare le offerte presenti sul mercato sia parte integrante di questo percorso. Tuttavia, riteniamo che gli strumenti utili a tale scopo, quale il Portale Offerte, siano già presenti e pertanto non vediamo le necessità per i venditori di dotarsi di strumenti appositi che determinerebbero aggravii di costi e di interventi informativi. Ravvediamo piuttosto l'importanza che

ARERA o le altre istituzioni competenti intervengano con apposite campagne di comunicazione per diffondere maggiormente la conoscenza del Portale e dei servizi da esso offerti, oltre che delle sue caratteristiche di indipendenza e terzietà.

Si suggerisce, quindi, che la stima della spesa annua personalizzata venga calcolata direttamente dall'operatore sul 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 a non comportare nuovi esborsi, avrebbe la capacità di garantire assoluta omogeneità tra tutti i fornitori senza che le stime siano soggette a discrezionalità.

È utile, poi, tenere in considerazione le grandi difficoltà di calcolo e di esposizione della spesa che si registrerebbero con le proposte avanzate dall'Autorità, ad esempio:

- nel caso del gas, il calcolo delle imposte e delle accise, differenziate territorialmente, imporrebbe ai venditori di fornire ai propri agenti di vendita (siano essi porta a porta, siano teleselling) un vero e proprio sistema di fatturazione;
- nel caso di acquisizione di un nuovo cliente non sempre è facile reperire il dato di consumo, non foss'altro perché il cliente non ha un'idea precisa di quale sia il suo consumo annuo. Ne consegue che sarebbe sfidante fare una simulazione puntuale che possa essere presa come riferimento per tutto l'anno di fornitura. Si aggiunga a questo che 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.

Le soluzioni presentate nel documento in analisi, se non riviste con i suggerimenti descritti, appaiono pertanto poco praticabili in quanto operativamente complesse e costose e comunque non bilanciate rispetto agli incerti benefici che ne deriverebbero e che potrebbero emergere anche mettendo in atto le proposte alternative da noi illustrate.

In ultimo si suggerisce, per coerenza 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.

VARIAZIONE UNILATERALE DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI

La personalizzazione della lettera di variazioni con la rappresentazione della spesa annua stimata potrebbe in primis essere controproducente per il cliente. Non è sempre detto, infatti, che tutte le variazioni di prezzo

rappresentate nel complessivo di spesa si riferiscano esclusivamente alla materia prima, talvolta potrebbero ricondursi ad una serie di corrispettivi su cui il fornitore non ha leva né tantomeno capacità previsionale.

Paradossalmente una spesa complessiva diversa e maggiore, legata a mutati scenari di mercato, potrebbe indurre il cliente a pensare che il fornitore stia agendo in modo scorretto anche nell'ipotesi di prezzo uguale o persino inferiore al precedente.

Si tenga anche presente l'estrema difficoltà e onerosità operativa ed 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 nel caso di variazioni economiche già contrattualmente pattuite, si fa presente che una tale previsione prevedrebbe una costante produzione di comunicazioni da inviare ad un medesimo cliente, con il probabile risultato che la ricezione di queste frequenti comunicazioni perderebbe interesse e valore per i clienti stessi. Non si deve trascurare, infatti, che sul mercato sono presenti innumerevoli varietà di offerte e che alcune potrebbero presentare variazioni economiche frequenti durante la vita contrattuale del cliente (soprattutto dei clienti non domestici). Questo porterebbe 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 riteniamo pertanto che il cliente abbia già a propria disposizione tutti gli elementi necessari.

In generale, con riferimento alle proposte sulle variazioni unilaterali contenute nel documento in analisi, si rileva che l'elevato sforzo operativo ed economico richiesto agli operatori di mercato non sarebbe minimamente traducibile in un vantaggio informativo per il cliente e che, come già sperimentato in passato con riferimento ai documenti di fatturazione, una quantità di informazioni eccessiva rischia di disorientare il cliente e disinteressarlo, generando così l'effetto opposto rispetto a quanto si vuole perseguire.

In ultimo, anche in questo caso per coerenza con quanto asserito al punto 4.14 sarebbe opportuno eliminare il rimando al mercato di Tutela.

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. Non concordiamo quindi con questa proposta di modifica e auspichiamo che ARERA mantenga la rappresentazione nel suo formato attuale.

Appare inoltre necessario 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, in quanto il listino delle offerte viene aggiornato dai venditori con cadenza, spesso trimestrale se non addirittura superiore. Imporre un termine così breve, introdurrebbe una complessità gestionale non indifferente.

TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE

Il termine temporale indicato per l'implementazione di quanto proposto appare senza dubbio ridotto ed impraticabile. Nel ribadire che riteniamo che i comprensibili obiettivi perseguiti dal DCO siano ottenibili anche valorizzando al meglio gli strumenti esistenti, quale il Portale Offerte, si richiede che qualora si ritenga comunque necessario intervenire con alcune o tutte le modifiche sostanziali proposte nel documento, per l'adeguamento siano concessi almeno 24 mesi di tempo dal momento della pubblicazione del provvedimento definitivo.

CONSIDERAZIONI FINALI

A conclusione di quanto esposto finora, preme ribadire alcune considerazioni fondamentali. Avendo chiaro e ritenendo comprensibile lo scopo che l'Autorità vuole perseguire con le novità prospettate, si auspica una riflessione attenta circa l'effettivo vantaggio che tali modifiche e/o integrazioni comporterebbero per i clienti. Infatti, a fronte di elevati costi operativi e gestionali che colpirebbero gli operatori, non si ravviserebbero commisurati benefici per i consumatori, che incapparebbero in ulteriori nuove informazioni sovrapposte a quelle già esistenti. Informazioni che, come esposto in precedenza, non necessariamente favorirebbero un'immediata e accessibile confrontabilità, poiché talvolta di difficile fruizione anche per chi opera nel mercato. Il tutto a discapito di quella semplicità espositiva che invece agevolerebbe il consumatore nel prendere confidenza con un mercato troppo spesso ritenuto complesso e poco interessante.

Per quanto riguarda gli esercenti la vendita, gli interventi richiesti da un provvedimento di questa portata significherebbero, come già fatto in occasione della Tutela Simile e delle P.L.A.C.E.T., la sospensione di nuovi sviluppi e di attività di perfezionamento dei sistemi informativi rivolti alla clientela. La mole delle evolutive richieste a seguito dei provvedimenti ARERA di questi ultimi anni, infatti, ha di fatto diminuito le risorse umane ed economiche che in previsione erano state destinate agli efficientamenti informativi del ramo commerciale.

