

**Audizioni periodiche ARERA - 21 novembre 2023**

Memoria scritta

Con riferimento all'audizione in epigrafe, la scrivente Associazione intende produrre, per agevolare anche l'Ufficio, delle osservazioni scritte che siano di ausilio per il prossimo futuro.

Dalle casistiche presentate agli sportelli territoriali dell'associazione e in particolare allo sportello "Energia: diritti a viva voce" abbiamo rilevato un aumento delle problematiche legate a:

1. comunicazioni obbligatorie da parte dei gestori;
2. analfabetismo energetico e informazioni;
3. attivazioni contrattuali;
4. utilizzo Portale Offerte;
5. mancanza contatti con alcune società venditrici.

**1. COMUNICAZIONI**

Molti consumatori hanno scoperto di aver avuto un "repricing" al ricevimento della bolletta. Invero, la comunicazione obbligatoria – come da articolo 13 del Codice di Condotta Commerciale "*Articolo 13 Termini e modalità di preavviso per la variazione unilaterale delle condizioni contrattuali e per le evoluzioni automatiche delle condizioni economiche*" – non è mai arrivata al consumatore. Si contesta, come già rappresentato più volte in passato, che il Codice di Condotta Commerciale non tuteli assolutamente il consumatore; ci riferiamo specificatamente alla previsione che recita "*Fatta salva prova contraria, la suddetta comunicazione si presume ricevuta trascorsi 10 giorni dall'invio effettuato da parte del venditore.*". Se la comunicazione del venditore non avviene in maniera tracciabile, per il consumatore è impossibile produrre una "prova contraria" e non ha modo di tutelarsi. La tematica delle variazioni di prezzo a scadenza, e a maggior ragione delle modifiche unilaterali del contratto, comportano delle conseguenze che non possono passare in secondo grado. Il consumatore deve essere messo nelle condizioni di gestire al meglio la propria fornitura con tempistiche adeguate.

CHIEDIAMO che le comunicazioni che il gestore deve inviare al cliente finale, nei casi suesposti, debbano avvenire in maniera TRACCIABILE.

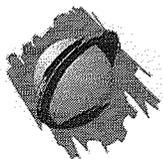
**2. ANAFALBETISMO**

Dalla nascita del mercato libero di luce e gas non è mai stata predisposta una campagna informativa presso i clienti finali, soprattutto quelli domestici, che avesse lo scopo di metterli nelle condizioni di conoscere il mercato libero, la gestione delle offerte e la lettura delle bollette.

Il Decreto del Ministro della transizione ecologica 31 agosto 2022 articolo 2 prevedeva:

Art. 2 (Promozione dell'ingresso consapevole dei clienti finali nei mercati dell'energia)

1. Fermo restando quanto stabilito dall'articolo 2, commi 2 e 4, del decreto del Ministro dello sviluppo economico del 31 dicembre 2020, il Ministero della transizione ecologica, in collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico, **promuove iniziative di comunicazione finalizzate ad incrementare il grado di informazione dei clienti finali** di cui all'articolo 1, comma 2, lettera a), **sulla normativa** vigente in materia di apertura del mercato, sulle relative tempistiche, **sugli obblighi e sui diritti dei clienti finali medesimi**, nonché sulle opportunità del mercato in termini di vantaggi



derivanti da pluralità di offerte, trasparenti e confrontabili, e **sugli strumenti a tutela di tali diritti**.  
2. Ai fini di cui al comma 1, il Ministero della transizione ecologica, in **collaborazione con**

**L'ARERA**, secondo tempistiche che tengono conto sia dell'esigenza di **promuovere la scelta consapevole delle offerte sul mercato libero dell'energia elettrica e del gas naturale**, sia dell'esigenza di **assicurare una corretta e tempestiva informazione al cliente in vista della cessazione dei regimi di tutela** nei termini stabiliti dalla legge n. 124/2017: a) **svolge periodiche campagne di comunicazione istituzionali attraverso una pluralità di canali divulgativi e sui principali media a diffusione nazionale in modo da raggiungere efficacemente la platea di clienti interessati dal superamento del regime** dei prezzi regolati di gas naturale ed energia elettrica tenuto conto delle diverse tempistiche previste dalla normativa di riferimento; b) **promuove iniziative informative, anche su base territoriale, in collaborazione con le organizzazioni di categoria delle microimprese e le associazioni dei consumatori**, favorendo altresì la formazione specifica delle medesime associazioni per fornire supporto ai clienti finali domestici, compresi, per il gas naturale, i condomini ad uso domestico, e alle microimprese di cui all'articolo 1, secondo periodo nella ricerca della migliore offerta di mercato. 3. L'ARERA rafforza la trasparenza e la chiarezza informativa sulle condizioni di fornitura e sui prezzi, in modo da agevolare il confronto autonomo dei clienti fra l'offerta economica di tutela e le alternative disponibili sul mercato. L'ARERA assicura altresì che le microimprese ricevano, per il tramite dell'attuale esercente il servizio di maggior tutela, anche una comunicazione di carattere istituzionale contenente le necessarie informazioni sul passaggio al servizio a tutele graduali, sia in prossimità dell'esito delle procedure concorsuali di cui all'articolo 3, comma 1, sia contestualmente all'invio dell'ultima bolletta emessa nell'ambito del regime di maggior tutela. 4. Per le finalità di cui al presente articolo, il Ministero della transizione ecologica e l'ARERA possono avvalersi del supporto della società Acquirente Unico S.p.A. (di seguito: AU), in particolare per la diffusione delle informazioni a beneficio dei clienti finali, nonché per il tempestivo aggiornamento del Portale delle offerte di cui all'articolo 1, comma 61, della legge n. 124/2017 e per la semplificazione delle procedure di conciliazione e trattamento dei reclami. 5. Nel corso del processo di completamento della liberalizzazione dei mercati finali del gas naturale e dell'energia elettrica, l'ARERA, avvalendosi dell'AU, effettua un monitoraggio sull'evoluzione del comportamento dei clienti finali, delle azioni di cambio di fornitore, sull'andamento dei prezzi offerti ai clienti finali, sulla trasparenza e pubblicità delle offerte e dei servizi connessi e valuta l'introduzione di misure regolatorie volte a rafforzare l'efficacia degli strumenti per la confrontabilità delle offerte. AU fornisce il proprio supporto ai sensi del primo periodo mediante l'analisi e l'elaborazione delle informazioni provenienti dal Sistema informativo integrato di cui all'articolo 1-bis del decreto-legge 8 luglio 2010, n. 105, convertito, con modificazioni, dalla legge 13 agosto 2010, n. 129. Il rapporto di monitoraggio di cui al presente comma è trasmesso al Ministero della transizione ecologica ed alle Commissioni parlamentari competenti per la prima volta entro il 31 luglio 2023 e successivamente ogni sei mesi, fino al 31 gennaio 2025.

Successivamente il **Decreto MASE 17 maggio 2023** - art. 1 comma 4 "Il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica, nel promuovere le campagne informative istituzionali destinate ai clienti domestici attraverso una pluralità di canali divulgativi e sui principali media a diffusione nazionale ai sensi dell'articolo 2 del decreto del 6 Ministro della transizione ecologica 31 agosto 2022, **utilizza**



anche i canali televisivi in orari di maggior ascolto e assicura lo svolgimento delle campagne con adeguata tempestività e periodicità.

Queste campagne informative non sono mai partite, lasciando che i clienti finali si informassero in autonomia senza tener presente:

1. che molte persone vivono in piccoli centri privi di uffici/sportelli dei gestori a cui chiedere informazioni,
2. che il personale presente negli uffici/sportelli dei gestori non sempre ha modo/tempo di soffermarsi a lungo con un singolo cliente per dare informazioni,
3. che il personale presente negli uffici/sportelli dei gestori non sempre ha ben compreso - lui stesso - il funzionamento della bolletta e della vita di un'offerta commerciale,
4. che spesso le informazioni scritte vengono date con un linguaggio molto tecnico e poco comprensibile ai non addetti al lavoro,
5. che l'evoluzione del mercato libero è stata complessa e repentina ed è difficile per la maggior parte dei clienti finali comprendere che la normativa è in continua evoluzione,
6. non tutte le persone possono informarsi tramite internet (perché non hanno un collegamento a casa o perché non sanno usare il computer).

E' evidente che, oggi, questi anni di disinformazione hanno sclerotizzato il rifiuto psicologico del cliente finale alla comprensione e gestione del contratto di fornitura. L'argomento è molto delicato e la nostra associazione quotidianamente si trova a gestire problematiche legate all'incomprensione delle fatture e all'ignoranza delle normative, delle azioni periodiche da compiere per la corretta gestione dell'utenza e dei consumi e del contratto. Tali "mancanze" non si possono risolvere con un singolo incontro allo sportello. Periodicamente effettuiamo incontri rivolti ai nostri associati per dare queste informazioni, e ogni anno nuovi consumatori si rivolgono a noi.

Chiediamo che questo processo informativo/formativo dell'utente sia svolto a livello nazionale e massivo, su input di Arera, e con l'apporto delle associazioni dei consumatori.

### 3. ATTIVAZIONI CONTRATTUALI

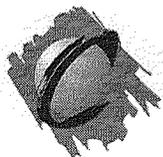
Si rileva un aumento della problematica dei contratti NON RICHIESTI.

I contratti effettuati telefonicamente tramite telemarketing si rivelano:

1. Completamente manipolati nell'audio -> nello specifico possiamo fornire registrazioni contrattuali dove è solo l'operatore che parla, fornendo anche i dati del futuro cliente, il quale compare nella registrazione solamente attraverso una serie di "si",
2. Basati su informazioni false e fornite in modo fraudolento al fine di estorcere la sottoscrizione,
3. Sottoscritti in maniera fraudolenta poiché lo stesso call center utilizza i dati di un soggetto contattato a nome di un'azienda per effettuare uno switch con l'altro fornitore.

Unitamente, il cliente che si reca presso uno "store", sovente viene invitato a sottoscrivere con firma digitale tramite otp, un contratto senza essere in grado di gestire l'adesione da remoto, che viene manipolata da agenti/impiegati. Il risultato è la sottoscrizione di un contratto differente da quello proposto.

E' necessario un cambio normativo più specifico e stringente. I Call Center devono essere verificati in maniera più stringente e chiediamo vengano riviste le procedure per la stipula dei contratti a distanza.



#### 4. PORTALE OFFERTE

L'utilità del Portale Offerte viene vanificata da:

1. un numero eccessivo di offerte da confrontare;
2. l'incongruenza tra l'offerta descritta e il link associato;
3. l'incongruenza – in molte offerte – tra le caratteristiche descritte sul portale e quelle effettivamente prospettate sul sito del gestore;
4. il fatto che sulle pagine di dettaglio del Portale le descrizioni dell'offerta spesso si limitano a poche righe.

#### 5. MANCANZA CONTATTI CON ALCUNE SOCIETÀ VENDITRICI

L'apertura del mercato dell'energia ha comportato la nascita di molte nuove società di vendita nel mercato libero. Queste realtà, tuttavia, ancora di piccole dimensioni, non hanno creato dei canali di contatto con le AACC e, in caso di contenzioso, risulta difficoltosa la gestione delle problematiche che, spesso, vengono risolte solamente tramite una conciliazione in Autorità.

Alla luce del lungo percorso finora svolto dalle AACC e imprese per facilitare la risoluzione delle problematiche incorse ai clienti finali, chiediamo ad ARERA di intervenire al fine di agevolare l'interlocuzione con nuove realtà aziendali. Le esperienze pregresse che le AACC possono portare ad esempio sono sicuramente positive e le aziende stesse hanno sempre riconosciuto come la nostra mediazione renda più efficaci le risoluzioni delle eventuali problematiche sorte e accorcino i tempi delle chiusure dei reclami.

Con l'augurio che queste nostre indicazioni possano essere utili all'Autorità, restiamo a disposizione per ogni eventualità ed inviamo ossequiosi saluti.

Per Confconsumatori APS  
Il Consigliere Delegato  
Avv. Carmen Agnello