

DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE
564/2019/R/COM

**RAFFORZAMENTO DEGLI OBBLIGHI
INFORMATIVI DEL CODICE DI CONDOTTA
COMMERCIALE A VANTAGGIO DEI CLIENTI
FINALI DEL MERCATO *RETAIL***

Documento per la consultazione
Mercato di incidenza: energia elettrica e gas naturale
19 dicembre 2019

Premessa

Il presente documento per la consultazione si inquadra nell'ambito del procedimento avviato dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (di seguito: Autorità) con la deliberazione 21 maggio 2019, 197/2019/R/com (di seguito: deliberazione 197/2019/R/com) "Avvio di un procedimento per la definizione di strumenti regolatori per l'informazione e l'empowerment dei clienti finali nei mercati retail dell'energia elettrica e del gas naturale da parte dei venditori. Integrazioni alla deliberazione dell'Autorità 746/2017/R/com" e si inserisce nelle linee di intervento di cui agli obiettivi strategici OS2 "Consapevolezza del consumatore e trasparenza per una migliore valutazione del servizio" e OS 17 "Funzionamento efficiente dei mercati retail e nuove forme di tutela dei clienti di piccola dimensione nel contesto liberalizzato" del Quadro Strategico 2019-2021 dell'Autorità di cui all'Allegato A alla deliberazione 18 giugno 2019, 242/2019/A (di seguito: Quadro Strategico 2019-2021).

Nel documento sono presentati gli orientamenti dell'Autorità volti a rafforzare la trasparenza degli obblighi informativi dei venditori a vantaggio dei clienti finali nelle fasi precontrattuale e contrattuale mediante la revisione del Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica e di gas naturale ai clienti finali (di seguito: Codice di condotta commerciale) di cui alla deliberazione dell'Autorità 28 giugno 2018, 366/2018/R/com (di seguito: deliberazione 366/2018/R/com).

*I soggetti interessati sono invitati a far pervenire all'Autorità osservazioni e suggerimenti **entro e non oltre il 31 gennaio 2020**.*

Al fine di agevolare la pubblicazione dei contenuti dei documenti pervenuti in risposta alla presente consultazione si chiede di inviare, ove possibile, tali documenti in formato elettronico.

I soggetti che intendono salvaguardare la riservatezza o la segretezza, in tutto o in parte, della documentazione inviata sono tenuti a indicare quali parti della propria documentazione siano da considerare riservate.

È preferibile che i soggetti interessati inviino le proprie osservazioni e commenti attraverso il servizio interattivo messo a disposizione sul sito internet dell'Autorità. In subordine, osservazioni e proposte dovranno pervenire al seguente indirizzo tramite uno solo di questi mezzi: e-mail (preferibile) con allegato il file contenente le osservazioni, fax o posta.

**Indirizzo a cui far pervenire osservazioni e suggerimenti:
Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente
Direzione Mercati Retail e Tutele dei consumatori di energia**

**Corso di Porta Vittoria, 27 – 20122 Milano
tel. 02.655.65.351/608
fax 02.655.65.265
e-mail: mercati-retail@arera.it
sito internet: www.arera.it**

INDICE

1. INTRODUZIONE	4
2. CONTESTO NORMATIVO COMUNITARIO E REGOLAZIONE DI RIFERIMENTO	5
<u>Contesto normativo comunitario</u>	5
<u>Contesto regolatorio di interesse</u>	6
<i>Codice di condotta commerciale</i>	7
<i>Portale Offerte</i>	9
3. RICOGNIZIONE SULLA PERCEZIONE DEI CLIENTI FINALI E SULLE INIZIATIVE INTERNAZIONALI RELATIVAMENTE ALLE INFORMAZIONI CONTRATTUALI	11
<u>Risultati delle indagini demoscopiche a livello nazionale e comunitario</u>	11
<u>Iniziative internazionali</u>	13
4. ORIENTAMENTI SUGLI INTERVENTI DI RAFFORZAMENTO DEGLI OBBLIGHI INFORMATIVI DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE	14
<u>Fase precontrattuale</u>	15
<i>Introduzione scheda sintetica e indicatori sintetici di prezzo</i>	15
<i>Stima della spesa annua</i>	20
<i>Perimetro di applicazione</i>	22
<u>Fase contrattuale: variazione unilaterale delle condizioni contrattuali</u>	23
<i>Variazioni unilaterali del contratto</i>	24
<i>Informativa in merito ad evoluzioni economiche automatiche</i>	25
<u>Efficientamento del Codice di condotta</u>	26
<i>Criteri di presentazione dei prezzi di fornitura del servizio e della spesa</i>	26
<i>Interventi di aggiornamento e riallineamento</i>	28
5. TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE	29
APPENDICE	30
TABELLA 1: FAC-SIMILE DI SCHEDA SINTETICA - OFFERTA A PREZZO FISSO PER LA FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE	30
TABELLA 2: FAC-SIMILE SCHEDA SINTETICA - OFFERTA A PREZZO VARIABILE PER LA FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE	31

1. INTRODUZIONE

- 1.1. Il presente documento per la consultazione si inquadra nell'ambito del procedimento avviato dall'Autorità con la deliberazione 197/2019/R/com *Avvio di un procedimento per la definizione di strumenti regolatori per l'informazione e l'empowerment dei clienti finali nei mercati retail dell'energia elettrica e del gas naturale da parte dei venditori. Integrazioni alla deliberazione dell'Autorità 746/2017/R/com.*
- 1.2. La consultazione si inserisce, inoltre, nelle linee di intervento dell'Obiettivo Strategico 2 "Consapevolezza del consumatore e trasparenza per una migliore valutazione del servizio" e dell'Obiettivo Strategico 17 "Funzionamento efficiente dei mercati *retail* e nuove forme di tutela dei clienti di piccola dimensione nel contesto liberalizzato" del Quadro Strategico 2019-2021 dell'Autorità.
- 1.3. Come evidenziato da ultimo anche nel documento per la consultazione 26 settembre 2019, 397/2019/R/eel, la legge 4 agosto 2017, n. 124 "Legge annuale per il mercato e la concorrenza" (di seguito: legge 124/2017), con lo scopo di attuare una riforma complessiva e organica dell'attuale assetto del mercato *retail*, traccia un complesso percorso di superamento dei regimi di tutela di prezzo che presuppone tra l'altro l'adozione, da parte dell'Autorità, di adeguati strumenti di informazione e tutela non di prezzo del consumatore nella relazione con i venditori. Tali misure rivestono un'importanza cruciale rispetto agli obiettivi di completa apertura del mercato sanciti dalla legge concorrenza, atteso che requisito imprescindibile all'affermazione del mercato libero quale modalità ordinaria di approvvigionamento per i clienti di piccola dimensione è proprio la maturazione del consumatore e la sua capacità di valutare le offerte e i venditori che meglio soddisfano le proprie esigenze (sia in termini di prezzo sia di qualità e caratteristiche del servizio).
- 1.4. Il Codice di condotta commerciale, allegato alla deliberazione 366/2018/R/com, regola, in accordo con le previsioni del Codice del consumo¹ e delle direttive comunitarie in materia energetica, le regole di comportamento che i venditori di energia elettrica e/o gas naturale (compresi i loro incaricati a qualunque titolo), devono osservare nei rapporti commerciali con i clienti finali (clienti domestici e clienti non domestici di piccole dimensioni²).
- 1.5. L'obiettivo della presente consultazione è illustrare gli orientamenti dell'Autorità relativi al rafforzamento della trasparenza degli obblighi informativi in capo ai venditori ed al miglioramento della confrontabilità delle offerte del mercato libero da conseguire in questa prima fase attraverso una revisione del Codice di condotta commerciale in coerenza con il Portale delle offerte presenti nei mercati *retail* rivolte ai clienti finali domestici e alle piccole imprese di energia elettrica e gas naturale (di seguito: Portale Offerte) di cui alla deliberazione 1 febbraio 2018, 51/2018/R/com (di seguito: deliberazione 51/2018/R/com),

¹ Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

² Articolo 2 Codice di condotta commerciale: punti di riconsegna esclusivamente in bassa tensione e/o consumi di gas naturale complessivamente non superiori a 200.000 Smc/anno.

in esito alla quale si potranno valutare anche eventuali interventi di efficientamento degli altri strumenti regolatori.

1.6. Più in dettaglio, gli interventi prospettati attengono a tre aree tematiche del Codice di condotta che possono sintetizzarsi in:

- i. **fase precontrattuale:** interventi relativi agli obblighi informativi del venditore nella fase di promozione dell'offerta e nelle attività preliminari alla sottoscrizione di un nuovo contratto di fornitura;
- ii. **fase contrattuale:** interventi relativi agli obblighi informativi del venditore nell'ambito dell'ordinario rapporto contrattuale con il cliente finale con particolare riferimento alle variazioni delle condizioni economiche;
- iii. **efficientamento:** interventi volti alla revisione di alcuni articoli e della struttura del Codice di condotta commerciale per una più precisa definizione dei criteri di presentazione dei prezzi di fornitura del servizio e della spesa nonché ad un aggiornamento e riallineamento dei riferimenti del medesimo Codice alla normativa e alla regolazione attualmente vigenti.

1.7. Il presente documento per la consultazione è così strutturato:

- i. il capitolo 2 illustra gli elementi di contesto normativo e regolatorio dell'intervento oggetto del presente documento per la consultazione;
- ii. il capitolo 3 illustra le evidenze empiriche sulla percezione dei clienti finali relativamente alla scelta di un contratto di fornitura e le esperienze intraprese sullo scenario internazionale in materia di trasparenza e confrontabilità delle offerte nei mercati *retail* dell'energia elettrica e del gas naturale;
- iii. il capitolo 4 illustra gli orientamenti dell'Autorità in materia di strumenti regolatori per rafforzare l'informazione ed elevare ulteriormente la consapevolezza dei clienti finali nei mercati *retail* dell'energia elettrica e del gas naturale;
- iv. il capitolo 5 illustra gli orientamenti dell'Autorità in merito alle tempistiche di attuazione degli interventi prospettati.

2. CONTESTO NORMATIVO COMUNITARIO E REGOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Contesto normativo comunitario

2.1. L'obiettivo di promozione della partecipazione attiva al mercato da parte dei clienti finali riveste un ruolo centrale per le istituzioni europee. Da ultimo, la Direttiva (UE) 2019/944 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 5 giugno 2019 (di seguito: Direttiva elettrica) relativa a norme comuni per il mercato interno dell'energia elettrica e che supera la precedente direttiva in materia (Direttiva (CE) 2009/72), facente parte del c.d. *Clean Energy Package*, individua tre aree di intervento a favore dei clienti finali: informazione, *empowerment* e protezione. Nell'ambito delle prime due aree, la Direttiva elettrica

promuove, tra l'altro, la partecipazione attiva del cliente finale nel mercato, anche mediante un'informazione più chiara, comprensibile e diffusa in merito al funzionamento dei mercati e agli strumenti disponibili per effettuare una scelta consapevole.

- 2.2. Il Capo III della Direttiva elettrica definisce in particolare una serie di norme volte a proteggere e a rendere partecipi i clienti finali nei mercati energetici. In dettaglio, il Capo III prevede che:
- i. i clienti finali abbiano diritto a un contratto con il loro fornitore che specifichi tutte le informazioni necessarie per effettuare una scelta consapevole (articolo 10, comma 3), tra cui gli addebiti per prodotti o servizi a pacchetti e relativa durata; queste informazioni devono essere eque e comunicate chiaramente in anticipo (prima della conclusione o della conferma del contratto); in aggiunta a tali disposizioni, già previste nell'ambito della Direttiva (CE) 2009/72, la Direttiva elettrica introduce l'obbligo, in capo ai venditori, di consegnare ai clienti finali *una sintesi delle principali condizioni contrattuali, in maniera evidenziata e con un linguaggio semplice e conciso*;
 - ii. i clienti finali ricevano adeguata comunicazione dell'intenzione di modificare le condizioni contrattuali e di eventuali adeguamenti del prezzo di fornitura e dei motivi e prerequisiti di tale adeguamento e della sua entità e siano informati del loro diritto di risolvere il contratto al momento della comunicazione (articolo 10, comma 4). La comunicazione deve essere trasparente e comprensibile e inviata in tempo utile; in particolare, la Direttiva elettrica stabilisce che la comunicazione deve essere inviata *entro due settimane, o entro un mese nel caso dei clienti civili, prima della data di applicazione dell'adeguamento*;
 - iii. relativamente alle bollette e informazioni di fatturazione, qualora il contratto preveda *una variazione futura di prodotto o di prezzo o una riduzione*, la bolletta debba darne adeguata informazioni al cliente finale, unitamente alla data della variazione (articolo 18, comma 4).

Contesto regolatorio di interesse

- 2.3. Uno dei principali obiettivi che l'Autorità ha inteso perseguire nell'ambito della regolazione del mercato della vendita al dettaglio è quello relativo all'aumento della conoscenza e della capacità negoziale dei clienti finali di piccole dimensioni, al fine di consentire una loro maggiore partecipazione al mercato. In tale ambito, rientrano gli interventi volti a facilitare la consultazione e la comparazione delle offerte proposte dai venditori nel mercato libero, al fine di facilitare una scelta d'acquisto più consapevole e razionale.
- 2.4. Negli interventi di cui al precedente punto rientrano sia iniziative a tutela del cliente finale nell'ambito del rapporto con il venditore sia interventi di carattere comunicativo e informativo, volti a rendere il cliente finale edotto delle opportunità del mercato libero e, di conseguenza, un soggetto attivo e partecipe che possa cogliere tali opportunità in una

condizione di maggiore capacità negoziale. Si evidenziano a seguire gli interventi regolatori con maggiore attinenza alla presente consultazione. Tali interventi operano altresì in sinergia con il Portale Consumi, istituito con la deliberazione 25 giugno 2019, 270/2019/R/com, e attivo da luglio 2019, che consente a ciascun cliente finale l'accesso ai propri dati di consumo storici, elettrici e gas, in modo chiaro e fruibile.

Codice di condotta commerciale

- 2.5. Come ricordato nell'introduzione, il Codice di condotta commerciale regola, in accordo con le previsioni del Codice del consumo e delle direttive comunitarie in materia energetica, le regole di comportamento che i venditori di energia elettrica e/o gas naturale, devono osservare nei loro rapporti commerciali con i clienti finali (clienti domestici e clienti non domestici di piccole dimensioni).
- 2.6. L'obiettivo primario delle disposizioni del Codice di condotta commerciale è la tutela del cliente finale nel momento in cui riceve offerte per la conclusione di contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas naturale di mercato libero, imponendo specifici obblighi di trasparenza ed informazione ai venditori, anche qualora agiscano per mezzo di soggetti terzi per la promozione di offerte contrattuali e/o la conclusione di contratti. Gli obblighi in capo ai venditori riguardano la **fase precontrattuale** (acquisizione del cliente finale) e specifici aspetti della **fase contrattuale**, nell'ambito del rapporto che intercorre tra le parti in seguito alla stipula del contratto.
- 2.7. In dettaglio il Codice di condotta commerciale disciplina: le modalità di diffusione da parte dei venditori delle informazioni relative alle offerte commerciali; la formazione del personale commerciale, sua riconoscibilità e relative regole di comportamento; i criteri per la comunicazione dei prezzi di fornitura del servizio di energia elettrica e di gas naturale; le informazioni minime da fornire nelle comunicazioni a scopo commerciale; le informazioni preliminari alla conclusione del contratto per i contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dai locali commerciali e per quelli rientranti in dette categorie; i criteri di redazione dei contratti di fornitura e loro contenuto; la consegna del contratto e il diritto di ripensamento; la variazione unilaterale dei contratti; le schede di confrontabilità.
- 2.8. Con specifico riferimento alla **fase precontrattuale**, in occasione della proposta di un'offerta di un contratto di fornitura, e in ogni caso prima della conclusione del contratto medesimo, il Codice di condotta commerciale prevede che il cliente finale debba ricevere, tra l'altro:
 - i. la Nota informativa³ contenente informazioni sull'identità dell'impresa e sull'operatore commerciale; le scadenze e gli eventuali oneri per l'attivazione della fornitura; la lista delle clausole che il contratto deve sempre contenere; la lista dei documenti che il venditore deve consegnare al cliente finale; un'informativa sul

³ Allegato 4 del Codice di condotta commerciale.

diritto di ripensamento e un avviso per il cliente finale circa la possibilità di rientrare nel regime di tutela;

- ii. esclusivamente per le forniture di energia elettrica, gas naturale e congiunte dei clienti domestici, la scheda di confrontabilità⁴, applicabile alla proposta stessa; la scheda di confrontabilità fornisce al cliente finale domestico, sulla base di fasce di consumo standardizzate, un confronto tra la spesa annua stimata dell'offerta contrattuale del venditore e la spesa annua stimata del servizio di maggior tutela/tutela gas, entrambe al netto delle imposte. La spesa annua è una quantificazione sintetica in termini monetari dell'offerta contrattuale e agevola, grazie alla sua facilità di comprensione, il confronto tra le offerte di mercato libero nonché tra quest'ultime e i servizi di maggior tutela/tutela gas.

2.9. Al fine di uniformare le informazioni presentate dai venditori ai clienti finali, il Codice di condotta commerciale individua i criteri generali di calcolo per la stima della spesa annua⁵. Provvede inoltre a disciplinare la modalità di evidenziazione di eventuali ulteriori oneri previsti dal contratto di fornitura e i corrispettivi previsti a fronte di servizi accessori, diversi dalla prestazione principale⁶ ed infine fornisce indicazioni vincolanti per i venditori in relazione alla compilazione dei riquadri relativi alle modalità di indicizzazione/variazioni dei corrispettivi, alla descrizione di sconti e bonus e ad altri dettagli sull'offerta⁷.

2.10. Con specifico riferimento alla **fase contrattuale**, il Codice di condotta commerciale svolge uno specifico ruolo di tutela e rafforzamento della consapevolezza del cliente finale, informandolo dei propri diritti e delle modalità con le quali esercitarli. Il venditore ha infatti l'obbligo di redigere i contratti di fornitura in un linguaggio chiaro e comprensibile, con contenuti minimi obbligatori⁸, tra i quali ad esempio la modalità di utilizzo dei dati di lettura, le modalità di fatturazione e di pagamento del servizio, comprese le conseguenze dell'eventuale ritardo nel pagamento (penali, interessi e procedure di messa in mora e di sospensione della fornitura), i livelli specifici e generali di qualità commerciali e i relativi indennizzi automatici, le modalità per l'inoltro di reclami e di richieste di informazioni, nonché le modalità di attivazione delle eventuali procedure di risoluzione extragiudiziali delle controversie. Tali clausole devono essere conformi alla specifica regolazione dell'Autorità ove prevista ed applicabile. Inoltre è previsto che i contratti di fornitura contengano una sezione in cui sono illustrate le condizioni economiche offerte, in termini di informazioni sui corrispettivi afferenti ai servizi di vendita proposti, espressi nel loro valore effettivo unitario nonché in misura percentuale rispetto ad un cliente finale tipo. In tale sezione sono inoltre riassunti, al netto delle imposte, i costi relativi al trasporto e alla

⁴ Allegati 1, 2 e 3 del Codice di condotta commerciale.

⁵ Artt 16, 17 e 18 del Codice di condotta commerciale.

⁶ Art. 19 del Codice di condotta commerciale.

⁷ Artt. 20, 21 e 22 del Codice di condotta commerciale.

⁸ Artt. 10 e 11 del Codice di condotta commerciale.

gestione del contatore e la componente tariffaria A_{sos} ⁹, nel caso di fornitura di energia elettrica.

- 2.11. Sempre nell'ambito della fase contrattuale, il Codice di condotta commerciale disciplina anche, all'Articolo 13, i termini e le modalità di preavviso per la comunicazione di eventuali variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali da parte del venditore.

Portale Offerte

- 2.12. A rafforzamento della capacità di comprensione del cliente finale intenzionato ad effettuare una scelta nel mercato libero, ai sensi dell'Articolo 1, comma 61 della legge Concorrenza 2017, con la deliberazione 51/2018/R/com, l'Autorità ha definito la disciplina per la realizzazione e la gestione del Portale Offerte da parte del Gestore del Sistema Informativo Integrato (SII). In particolare, con l'allegato A) della deliberazione 51/2018/R/com, come modificato dalla deliberazione 5 marzo 2019, 85/2019/R/com, è stato approvato il regolamento per il funzionamento del Portale Offerte (di seguito: Regolamento).

- 2.13. Il Portale in questione rappresenta uno strumento terzo ed imparziale che fornisce ai clienti di minori dimensioni uno strumento informativo in grado di aiutarli nella comparazione delle offerte presenti sul mercato, promuovendo la capacità dei clienti ad operare scelte consapevoli grazie a una maggiore comprensione delle diverse offerte commerciali. Il Portale Offerte è operativo dall'1 luglio 2018. Si è previsto la pubblicazione in seno al Portale Offerte, prima della loro immissione in commercio, unicamente delle offerte rivolte alla generalità di tutti i clienti di piccole dimensioni. Ai fini della pubblicazione le offerte sono, ad oggi, distinte tra:

- i. offerte a prezzo fisso, cioè le offerte in relazione alle quali sono mantenuti costanti o, in ogni caso, sono noti i valori, riferiti almeno ai primi 12 mesi, dei prezzi complessivamente pagati dal cliente o della sola parte di prezzo relativa all'acquisto o all'approvvigionamento dell'energia elettrica o del gas naturale;
- ii. offerte a prezzo variabile, cioè le offerte per le quali una o più componenti di prezzo che concorrono a determinare la spesa per la materia prima subiscono variazioni automatiche legate ai prezzi dell'energia elettrica o del gas naturale nei mercati all'ingrosso o risultanti dall'applicazione di un indice definito dal contratto secondo una formula con input oggettivi e senza alcuna discrezionalità, ivi incluse le offerte che al riguardo prevedono uno sconto rispetto ai servizi di tutela definiti dall'Autorità.

- 2.14. L'elenco delle offerte, determinato in base alle informazioni richieste al cliente per la consultazione del sito (ad esempio, l'oggetto della fornitura, il consumo annuo, la potenza impegnata del contatore), è ordinato per livelli crescenti della spesa annua stimata con la possibilità di essere ordinato e filtrato sulla base di alcuni criteri (ad esempio, nome del

⁹ La componente A_{sos} serve per finanziare il sistema di incentivi riconosciuti per la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili e da cogenerazione. È a carico di tutti i clienti elettrici.

venditore, presenza di servizi aggiuntivi). Per ciascuna offerta dell'elenco è presente una pagina di dettaglio all'interno della quale sono contenute informazioni di approfondimento e descrizioni relative all'offerta stessa (Articolo 12 del Regolamento).

2.15. Il Regolamento prevede che:

- i. vengano pubblicate tutte le offerte generalizzate di energia elettrica e gas naturale, anche congiunte, rivolte ai clienti domestici¹⁰ e non domestici¹¹ (Articolo 5, comma 1, del Regolamento), mentre siano escluse dalla pubblicazione le offerte riservate unicamente alle amministrazioni pubbliche e le offerte non generalizzate tra cui quelle rivolte ai dipendenti del venditore e delle imprese appartenenti al medesimo gruppo societario, o a familiari o amici dei medesimi dipendenti (Articolo 5, comma 2);
- ii. la spesa annua stimata delle offerte pubblicate avvenga sulla base del prelievo annuo associato all'utente¹² e delle componenti di prezzo applicabili alla specifica offerta commerciale nel medesimo periodo. Il calcolo della spesa annua stimata è effettuato con riferimento a quattro trimestri solari a partire dal primo giorno del trimestre in cui l'utente consulta il Portale Offerte (Articolo 14, comma 1);
- iii. ai fini della stima della spesa annua, si considerino tutte le componenti di prezzo applicabili dal venditore al cliente finale nell'ambito della propria offerta, afferenti alla spesa per: la materia prima energia/gas naturale; il trasporto e la gestione del contatore; gli oneri di sistema; le imposte e le tasse. (Articolo 16, comma 1). Inoltre, la stima deve contenere gli eventuali sconti applicati automaticamente in virtù dell'adesione all'offerta, inclusi gli sconti percepiti dal cliente qualora questo non risolva il contratto prima dell'anno, maturati nel corso dei primi dodici mesi dalla data di decorrenza del contratto indipendentemente dalla sua durata. Eventuali altri sconti non sono considerati ai fini della suddetta stima (Articolo 16, comma 5);
- iv. la pagina di dettaglio contenga, tra l'altro, il dettaglio delle voci della spesa annua stimata in particolare distinguendo tra le seguenti voci: spesa per la materia energia/gas naturale, spesa per il trasporto e per la gestione del contatore, spesa per oneri di sistema, imposte e tasse e dando separata evidenza degli sconti (Articolo 12, comma 3).

2.16. Nell'ottica di semplificare le informazioni a disposizione dei clienti finali, con la deliberazione 28 giugno 2018, 366/2018/R/com, l'Autorità ha approvato primi interventi di armonizzazione dei criteri di calcolo della spesa annua delle schede di confrontabilità

¹⁰ Clienti domestici di cui al comma 2.3, lettera a) del TIV (energia elettrica) e di cui all'articolo 2, comma 3, lettera a) del TIVG nonché condomini uso domestico di cui all'articolo 2, comma 3, lettera b) del TIVG, con consumi annui non superiori a 200.000 Smc (gas naturale).

¹¹ Clienti non domestici di cui al comma 2.3, lettera c) del TIV (energia elettrica) e di cui all'articolo 2, comma 3, lettera d) del TIVG, con consumi annui non superiori a 200.000 Smc (gas naturale).

¹² Ai sensi dell'articolo 15 del Regolamento, il prelievo annuo dell'utente è determinato come valore così come dichiarato dall'utente in fase di consultazione del Portale Offerte (anche attraverso uno strumento di stima del predetto prelievo a partire da informazioni di base circa l'utilizzo dell'energia).

del Codice di condotta commerciale con quelli del Portale Offerte e di semplificazione della struttura delle schede stesse ai fini di una maggiore capacitazione del cliente finale.

3. RICOGNIZIONE SULLA PERCEZIONE DEI CLIENTI FINALI E SULLE INIZIATIVE INTERNAZIONALI RELATIVAMENTE ALLE INFORMAZIONI CONTRATTUALI

Risultati delle indagini demoscopiche a livello nazionale e comunitario

- 3.1 Nell'ambito delle funzioni di regolazione attribuite dalla legge istitutiva, l'Autorità svolge periodicamente un'indagine quantitativa a livello nazionale che coinvolge sia clienti domestici sia clienti non domestici, finalizzata a rilevare e misurare i comportamenti, le percezioni e le scelte dei medesimi clienti nel mercato liberalizzato dell'energia elettrica e del gas (di seguito: indagine demoscopica); la più recente indagine demoscopica è stata condotta tra dicembre 2018 e marzo 2019 e ha interessato 3.000 clienti finali domestici e 2.502 clienti finali non domestici; di questi, rispettivamente, 2.079 domestici e 828 non domestici hanno dichiarato di non aver mai cambiato venditore e quindi di essere ancora serviti nel mercato tutelato.
- 3.2 Dai risultati dell'indagine demoscopica sono emerse una diffusa carenza informativa dei clienti finali nei confronti del mercato libero e una scarsa propensione ad essere soggetti attivi del mercato medesimo anche qualora si fosse deciso di cambiare contratto. Il 43,6% dei clienti domestici e il 24,9% dei clienti non domestici dichiara di non essere a conoscenza del fatto che i venditori nel mercato possano proporre diversi tipi di contratto; nel caso dei clienti domestici, la percentuale si abbassa al 16,4% tra coloro che hanno già cambiato venditore e al 22,3% tra coloro che hanno già cambiato contratto ma non venditore.
- 3.3 Relativamente al passaggio nel mercato libero, il 19,6% dei clienti domestici intervistati ha dichiarato di aver cambiato venditore di energia elettrica e il 36,2% il venditore di gas naturale (il 22,2% ha cambiato venditore per entrambe le forniture); il mercato non domestico appare, invece, più dinamico con il 40% degli intervistati che ha scelto il venditore di energia elettrica e il 77,3% che ha scelto il venditore di gas naturale (il 37,4% è passato al mercato libero per entrambe le forniture). I fattori che hanno primariamente spinto i clienti finali intervistati, sia domestici sia non domestici, ad effettuare una scelta sono stati il risparmio in termini monetari e la possibilità di avere un prezzo bloccato. Per i clienti finali domestici, è emersa anche l'importanza, in fase di scelta, di avere un unico venditore per entrambe le forniture (energia elettrica e gas naturale). Nell'ambito della scelta di un nuovo venditore di energia elettrica, il 42,4% dei clienti domestici (51,7% per i non domestici) non ha effettuato alcun confronto con altre offerte; il 30,1% (26,9%), ha effettuato un confronto solamente con le nuove offerte del precedente venditore; il 21,6% (15,4%) un confronto sia con le offerte del precedente venditore sia con quelle di altri venditori e il 5,9% (6%) un confronto con le offerte di altri venditori ma non quelle del precedente. Inoltre, il 37,6% (20,3%) dichiara di non conoscere le condizioni contrattuali del contratto stipulato. Simili percentuali sono state registrate nel mercato del gas naturale.

- 3.4 Considerando i soli clienti finali che non hanno ancora effettuato il passaggio al mercato libero (69,1% dei clienti domestici intervistati e 33,1% dei clienti non domestici), tra le motivazioni che vengono addotte dai clienti medesimi per giustificare tale inerzia, la demoscopica ha individuato, da un lato, scetticismo e lacune informative riguardanti il mercato libero (timore di avere esperienze negative, scarsa chiarezza delle opportunità, incertezza di prezzi e qualità del servizio) e, dall'altro lato, costi di ricerca e cognitivi (complessità della scelta e delle procedure di cambio venditore e/o contratto, mancanza di tempo). Appare evidente, quindi, che il mercato dell'energia sia tuttora caratterizzato da elevate barriere all'ingresso dal lato della domanda, le quali generano costi non monetari e, di conseguenza, disincentivano i clienti finali ad assumere un ruolo attivo. Ciò è rilevato nell'ambito dell'indagine demoscopica stessa, dove l'89,9% dei clienti domestici ha dichiarato di non considerare la possibilità di passare al mercato libero nei mesi successivi all'intervista.
- 3.5 I risultati dell'indagine demoscopica sono confermati anche a livello europeo, dove l'Italia si posiziona al di sotto della media in termini di consapevolezza e informazione dei clienti finali:
- i. l'indagine demoscopica presentata nell'ambito del documento della Commissione Europea "*Consumer study on "Pre-contractual information and billing in the energy market – improved clarity and comparability"*", pubblicato a giugno 2018, ha rilevato che seppur il 56% dei clienti finali domestici italiani abbia ricevuto oppure cercato proposte per offerte di energia elettrica o gas naturale (al di sopra della media EU28, pari al 46%), solamente il 10% ha effettivamente cambiato venditore (al di sotto della media EU28, pari al 14%). Tra i canali più utilizzati per ricevere o cercare informazioni circa le offerte del mercato libero, i soggetti intervistati hanno indicato il *teleselling* (25%), i siti internet dei venditori (14%) e la pubblicità (11%). Nell'ambito della fase di scelta di un'offerta, inoltre, la demoscopica ha rilevato una generale difficoltà dei clienti finali domestici italiani a confrontare il prezzo (47% degli intervistati ha risposto che confrontare il prezzo è stato facile contro il 63% della media EU28) e la durata del contratto (36% rispetto 49% della media EU28). Infine, tra le politiche che secondo i clienti finali incrementerebbero la confrontabilità delle offerte, i soggetti intervistati in Italia hanno indicato la presentazione, da parte dei venditori, dei prezzi e delle caratteristiche dell'offerta in formato standardizzato;
 - ii. l'indagine demoscopica presentata nell'ambito del documento della Commissione Europea "*Second consumer market study on the functioning of the retail electricity markets for consumers in the EU*" pubblicato a settembre 2016, ha rilevato che i clienti finali domestici italiani sono tra i meno informati in Europa circa i propri consumi energetici, la propria situazione contrattuale e il calcolo delle componenti di costo della materia prima; relativamente alla scelta di cambiare venditore e/o contratto, l'indagine ha confermato che il 21% dei clienti italiani non ha mai contemplato la decisione; inoltre, tra i motivi di inerzia ha rilevato la percepita insoddisfazione nella relazione con il venditore attuale (44%), l'incertezza nelle

opportunità della scelta (20%), la complessità nel confrontare le offerte dei diversi venditori (18%), la complessità (13%) e lunghezza (9%) della procedura.

- 3.6 Il documento della Commissione Europea “*Consumer study on “Pre-contractual information and billing in the energy market – improved clarity and comparability”*” contiene, inoltre, un’analisi sulle modalità di comunicazione dei venditori nei Paesi dell’Unione Europea, valutando criteri di trasparenza e comprensibilità nell’ambito della presentazione delle offerte commerciali in aggiunta agli obblighi informativi già previsti dalla regolazione. La ricerca ha rilevato che, in Italia, il 40% dei venditori monitorati non scompone il prezzo dell’offerta più economica nel materiale informativo del proprio sito internet mentre la totalità dei venditori non fornisce un’adeguata informazione circa imposte, tasse e sconti applicabili.

Iniziative internazionali

- 3.7 In ambito europeo, alcuni Paesi hanno implementato specifici interventi volti ad aumentare la partecipazione attiva del cliente finale nei mercati dell’energia sotto forma di obblighi informativi o linee guida in capo ai venditori. In particolare, le iniziative più diffuse hanno riguardato la fase precontrattuale, relativamente alle informazioni circa le condizioni economiche dell’offerta, e la fase contrattuale, relativamente alle comunicazioni da parte dei venditori delle variazioni contrattuali.

- 3.8 In particolare, nel Regno Unito, il venditore è tenuto a:

- i. predisporre un elenco, sotto forma di tabella o altro formato facilmente leggibile, delle condizioni principali dell’offerta (*Tariff Information Label*), con l’obiettivo di agevolare la comparazione con le altre offerte del venditore medesimo o con le offerte di altri venditori; questa lista deve essere diffusa dal venditore nell’ambito della presentazione commerciale dell’offerta (ad esempio, sul proprio sito internet qualora esistente o nella fase precontrattuale) e, in ogni caso, a richiesta del cliente finale¹³;
- ii. informare il cliente finale dell’esistenza di due offerte più economiche (in termini di prezzo), rispetto all’offerta attualmente sottoscritta, del venditore medesimo (*Relevant Cheapest Tariff* e *Alternative Cheapest Tariff* nel *Cheapest Tariff Message*), ove esistenti; tale informazione deve essere veicolata mediante un confronto che utilizza la stima della spesa annua in occasione di una variazione delle condizioni del contratto e, in ogni caso, ogni 12 mesi¹⁴;
- iii. inviare al cliente finale un’informativa qualora sia previsto un incremento delle condizioni economiche dell’offerta sottoscritta o la validità della componente fissa

¹³ La *Tariff Information Label* è prevista ai sensi della Condition 31F “Encouraging and enabling engagement” della *Supply Standard Licence Conditions*.

¹⁴ Il *Cheapest Tariff Message* è previsto ai sensi della Condition 31F “Encouraging and enabling engagement” della *Supply Standard Licence Conditions*.

di un'offerta a prezzo fisso sia in scadenza¹⁵; l'informativa deve essere inviata in maniera tale da garantire al cliente finale un tempo sufficiente per effettuare una scelta informata e deve contenere i motivi della variazione nonché le implicazioni, anche monetarie, che tale variazione avrà sul cliente finale.

- 3.9 In Irlanda, un recente aggiornamento del codice di condotta commerciale, redatto dall'autorità regolatrice di settore, ha stabilito diversi obblighi in capo ai venditori con l'obiettivo di incentivare la scelta del cliente finale¹⁶. In particolare, a cadenza annuale, via e-mail o in formato cartaceo, attraverso la fattura (in posizione prominente) oppure separatamente, i venditori debbono comunicare ai clienti finali domestici che hanno sottoscritto un contratto di fornitura più di tre anni prima:
- i. le condizioni economiche attualmente in vigore con l'offerta sottoscritta;
 - ii. una stima della spesa annua con l'offerta sottoscritta;
 - iii. il testo: “Questa tariffa è la migliore per le Sue esigenze? Può trovare di meglio”;
 - iv. il testo: “Non ci sono costi di switching quando il contratto scade”;
 - v. un riferimento al sito dell'autorità dove si possono trovare informazioni circa i comparatori di prezzo accreditati.

4. ORIENTAMENTI SUGLI INTERVENTI DI RAFFORZAMENTO DEGLI OBBLIGHI INFORMATIVI DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE

- 4.1 L'Autorità ritiene opportuno procedere all'aggiornamento del Codice di condotta commerciale con la duplice finalità di:
- i. facilitare ai clienti finali la confrontabilità delle offerte proposte dai venditori;
 - ii. rafforzare la trasparenza delle informazioni contrattuali.
- 4.2 Gli interventi prospettati intendono operare in coerenza e sinergia con gli altri strumenti posti in essere dall'Autorità per promuovere la consapevolezza e la partecipazione dei clienti di piccole dimensioni nel mercato dell'energia.
- 4.3 Sulla base dell'approccio *customer-first*, le nuove misure dovranno essere sviluppate sulla base delle esigenze e specificità del cliente finale domestico e di piccole dimensioni, a cui si indirizzano le disposizioni del Codice di condotta commerciale, e dovranno garantire che:
- i. il consumatore riceva tutte le informazioni necessarie a sottoscrivere o rinegoziare consapevolmente un contratto di fornitura e sia pienamente consapevole dei propri diritti e degli strumenti per il relativo esercizio;

¹⁵ Gli obblighi informativi in caso di variazioni delle condizioni contrattuali sono previsti ai sensi della Condition 31I “Contract changes information (notifications of price increases, disadvantageous unilateral variations and end of fixed term contracts)” della *Supply Standard Licence Conditions*.

¹⁶ Articolo 9, comma 2, “Content of Standard Terms and Conditions” dell’*Electricity and Gas Suppliers’ Handbook 2017*.

- ii. tali informazioni siano fornite in una forma comprensibile e immediatamente fruibile;
 - iii. le informazioni relative alle condizioni economiche siano confrontabili agevolmente con quelle presenti sul Portale Offerte.
- 4.4 Come evidenziato nell'introduzione, gli orientamenti prospettati si suddividono in tre categorie:
- i. **fase precontrattuale;**
 - ii. **fase contrattuale;**
 - iii. **efficientamento** del Codice di condotta commerciale.

Fase precontrattuale

- 4.5 Come emerso dalle indagini demoscopiche illustrate nel capitolo 3, tra i fattori che causano l'inerzia dei clienti finali nei mercati dell'energia vi è la percepita complessità della scelta di un'offerta. Il tempo di ricerca dell'offerta più adatta alle proprie esigenze ha un impatto negativo sul processo decisionale del cliente finale in quanto rappresenta a tutti gli effetti un costo non monetario; tanto più è ostico, per il cliente finale, comprendere il contenuto di un'offerta ed effettuare un confronto tra le offerte presenti nel mercato libero e/o il proprio contratto, tanto più aumenta il costo di ricerca; e ciò può portare il cliente finale a compiere una scelta non ottimale se non, nei casi estremi, a scoraggiare la scelta medesima.
- 4.6 In questa fase di ricerca e confronto, il cliente finale deve essere in grado di:
- i. comprendere, senza eccessivi sforzi cognitivi, le informazioni veicolate dal venditore relativamente alle condizioni economiche e contrattuali dell'offerta;
 - ii. utilizzare, in maniera agevole e proficua, le informazioni veicolate dal venditore per effettuare un confronto con le offerte del mercato libero.
- 4.7 Come richiamato nel capitolo 2, il Codice di condotta commerciale prevede una serie di obblighi in capo al venditore con il fine di rendere edotto il cliente finale circa le caratteristiche dell'offerta per la fornitura di energia elettrica e/o di gas naturale nella fase precedente alla sottoscrizione del contratto.
- 4.8 L'Autorità intende intervenire in particolare su due degli strumenti informativi attualmente previsti dal Codice:
- i. la nota informativa;
 - ii. la stima della spesa annua, ad oggi contenuta nelle schede di confrontabilità.

Introduzione scheda sintetica

- 4.9 Con l'affermarsi di un mercato maggiormente articolato e un numero sempre maggiore di venditori ed offerte diversificate, si ritiene che l'attuale nota informativa non rappresenti

più lo strumento ottimale per perseguire l'obiettivo di facilitare la comprensione del contratto proposto e rendere meno complessa la confrontabilità tra le offerte presenti nel mercato libero. Infatti, tale documento richiede che il cliente finale adotti un comportamento attivo per verificare la presenza, all'interno del contratto, di una lunga serie di clausole, non sempre di agevole e intuitiva lettura, anche alla luce del linguaggio tecnico giuridico che di norma caratterizza i contratti.

- 4.10 Nell'ottica di tutelare e rendere il cliente finale più consapevole semplificando nel contempo gli obblighi informativi in capo ai venditori, l'Autorità ritiene opportuno introdurre una **scheda sintetica**, in sostituzione dell'attuale nota informativa, che presenti in formato standardizzato e riassume in maniera concisa le informazioni essenziali dell'offerta; tale scheda dovrà essere consegnata al cliente finale in occasione della proposta di un contratto di fornitura e in ogni caso prima della conclusione del contratto e potrà, in caso di sottoscrizione del contratto proposto, rappresentare in ogni momento una sintesi di agevole lettura per il cliente degli elementi essenziali del contratto medesimo.
- 4.11 Si ritiene che tale scheda sintetica debba essere inserita dal venditore in posizione prominente all'interno della normale documentazione contrattuale (di norma ponderosa) così da incrementarne la visibilità e l'agevole utilizzo da parte del cliente finale, in una prospettiva di consapevolezza degli elementi essenziali anche a propria tutela.
- 4.12 Con l'obiettivo di fornire al cliente finale un documento essenziale e riassuntivo, la scheda sintetica dovrà contenere, in una singola facciata, almeno i seguenti elementi:
- i. la denominazione commerciale e il codice dell'offerta¹⁷;
 - ii. la validità temporale dell'offerta;
 - iii. l'identità e i recapiti del venditore;
 - iv. la durata contrattuale;
 - v. i metodi e le tempistiche di fatturazione e di pagamento;
 - vi. le eventuali garanzie richieste;
 - vii. le tempistiche per esercitare il diritto di ripensamento
 - viii. la descrizione sintetica di prodotti o servizi aggiuntivi;
 - ix. la descrizione sintetica degli sconti con modalità e tempistiche di applicazione¹⁸;
 - x. il tipo di prezzo dell'offerta (fisso o variabile) e, nel caso di prezzo fisso, l'indicazione del periodo temporale all'interno del quale il prezzo è mantenuto fisso.

¹⁷ Coincidenti con quelli utilizzati nel Portale Offerte (per le offerte ivi pubblicate).

¹⁸ Gli sconti dovranno essere suddivisi tra quelli che concorrono a determinare la stima della spesa annua ai sensi dell'Articolo 16, comma 5, del Regolamento (gli eventuali sconti applicati automaticamente in virtù dell'adesione all'offerta, inclusi gli sconti percepiti dal cliente qualora questo non risolva il contratto prima dell'anno, maturati nel corso dei primi dodici mesi dalla data di decorrenza del contratto indipendentemente dalla sua durata), ed eventuali altri sconti, non considerati ai fini della stima ma rappresentati nella pagina di dettaglio di cui all'Articolo 12 del medesimo Regolamento.

- 4.13 Il venditore potrà comunque inserire eventuali link, anche sotto forma di QR code, che indirizzino automaticamente il cliente finale alla sezione del proprio sito internet nel quale è pubblicata l'offerta nella sua interezza. Il ricorso ad eventuali link non potrà essere utilizzato per omettere, rinviando al proprio sito internet, le informazioni essenziali sopra elencate.
- 4.14 In ragione dell'evoluzione del mercato, anche alla luce della legge 124/2017, l'Autorità non ritiene più necessario riportare nella scheda sintetica l'informazione ai clienti finali aventi diritto alla tutela di prezzo della facoltà di sottoscrivere, in alternativa al contratto proposto, un contratto di maggior tutela/tutela gas.
- 4.15 Si ritiene invece opportuno mantenere l'indicazione dei riferimenti al sito www.arera.it e al numero verde 800.166.654 dello Sportello per il consumatore Energia e Ambiente ai quali il cliente finale può rivolgersi per informazioni sul Codice di condotta commerciale e in generale sui propri diritti nonché il riferimento al codice identificativo o nominativo del personale commerciale che ha contattato il cliente finale ai fini dell'offerta. Si ritiene, infine, opportuno inserire il riferimento al Portale Offerte (www.ilportaleofferte.it), che consente di confrontare le offerte presenti sul mercato.

Indicatori sintetici di prezzo

- 4.16 A completamento delle informazioni riassuntive dell'offerta e del contratto, l'Autorità ritiene inoltre opportuno che il venditore inserisca nella nuova scheda degli **indicatori sintetici di prezzo** relativi alla sola materia prima energia/gas naturale, contenente tutte quelle componenti, non già ricomprese nelle categorie di spesa di trasporto e gestione del contatore, oneri di sistema e imposte, il cui valore è liberamente determinato dal venditore¹⁹. L'obiettivo principale dell'orientamento dell'Autorità è di dare un'evidenza intuitiva delle componenti di spesa associate all'offerta e liberamente determinate dal venditore nonché di standardizzare la presentazione di queste componenti in sede di fase precontrattuale così da facilitare la confrontabilità tra l'offerta del venditore e le offerte presenti nel mercato libero.
- 4.17 Le offerte del mercato libero sono in continua evoluzione e sempre più differenziate in base alle esigenze dei clienti finali, prevedendo sia servizi aggiuntivi innovativi che condizioni economiche caratterizzate da differenti strutture di prezzo. A titolo esemplificativo, le offerte si differenziano per tipologia di prezzo (a prezzo fisso e a prezzo variabile), in base alla durata delle condizioni economiche (ad esempio, di dodici mesi o di diverso periodo), o in base all'articolazione del prezzo per scaglioni di consumo, nonché per le offerte di energia elettrica per tipologia di trattamento orario (mono, fasce, oltre le tre fasce orarie). In base a quanto esposto, è quindi intenzione dell'Autorità determinare degli **indicatori sintetici di prezzo** rappresentativi anche delle offerte di mercato libero più complesse e articolate così da aumentare la comprensibilità e confrontabilità delle stesse.

¹⁹ Articolo 16, comma 2, del Regolamento.

4.18 In considerazione delle differenze che contraddistinguono la struttura dei corrispettivi delle offerte fisse e quella delle offerte variabili si intendono definire **indicatori sintetici di prezzo** distinti rispettivamente per le offerte a prezzo fisso e per quelle variabili. Si riportano di seguito in dettaglio tre tipologie di indicatori e possibili metodologie di calcolo dei medesimi:

- i. Indicatore anno (€/anno);
- ii. Indicatore consumo (€/kWh o €/Smc);
- iii. Indicatore potenza (€/kW, solo per energia elettrica).

4.19 Al fine di favorire l'attività amministrativa dei venditori, è intenzione dell'Autorità valutare la possibilità di inserimento degli **indicatori sintetici di prezzo** delle offerte di mercato libero nella sezione di *preview* del Portale Offerte a disposizione dei venditori. Tale opzione consentirebbe di facilitare l'inserimento degli indicatori in argomento nella scheda sintetica relativa alle offerte pubblicate nel Portale Offerte. I venditori dispongono comunque di tutti gli elementi necessari al calcolo in autonomia dei suddetti indicatori anche relativamente alle offerte non pubblicate nel Portale.

4.20 Le componenti unitarie di spesa che concorreranno alla determinazione di ciascuno degli **indicatori sintetici di prezzo** saranno le medesime pubblicate nella pagina di dettaglio del Portale Offerte. È, inoltre, intenzione dell'Autorità di dare mandato al Gestore del Portale Offerte di pubblicare nella sezione "Trasparenza" un apposito documento che dettagli le metodologie di calcolo degli indicatori per ciascuna tipologia di offerta di mercato libero.

4.21 In dettaglio, si propone di inserire nella nuova scheda i seguenti **indicatori sintetici di prezzo**:

A. Per le offerte a prezzo fisso

- i. **Indicatore anno:** un indicatore sintetico determinato dalla sommatoria di tutti i corrispettivi unitari che concorrono alla formazione della spesa per la materia prima energia/materia gas naturale in termini di €/anno (c.d. quota fissa), qualora presenti nell'offerta;
- ii. **Indicatore consumo:** un indicatore sintetico determinato dalla sommatoria di tutti i corrispettivi unitari che concorrono alla formazione della spesa per la materia prima energia per offerte monorarie, in termini di €/kWh, e, per la materia gas naturale, in termini di €/Smc (c.d. quota energia), qualora presenti nell'offerta. Qualora l'offerta di fornitura di energia elettrica preveda prezzi differenziati per fasce orarie, al fine di fornire al cliente finale un'informazione quanto più sintetica e confrontabile possibile, l'Autorità ritiene opportuno che l'indicatore sintetico consumo venga determinato dalla media dei prezzi pesata sulla base delle ore di applicazione dei medesimi prezzi tra le fasce; si ritiene che tale metodologia sia la più idonea a rendere neutro l'indicatore rispetto al profilo di consumo del cliente finale anche in considerazione della complessità intrinseca di un'offerta di questo tipo che può potenzialmente svilupparsi in un'elevata quantità di fasce;

- iii. **Indicatore potenza:** solo nel caso di offerte di energia elettrica, un indicatore sintetico determinato dalla sommatoria di tutti i corrispettivi unitari che concorrono alla formazione della spesa per la materia prima energia in termini di €/kW (c.d. quota potenza), qualora presenti nell'offerta.

Gli **indicatori sintetici di prezzo** dovranno comunque essere riportati nella scheda sintetica anche se con valore pari a zero.

B. Per le offerte a prezzo variabile

- i. **Indicatore anno:** un indicatore sintetico determinato dalla sommatoria di tutti i corrispettivi unitari che concorrono alla formazione della spesa per la materia prima energia/materia gas naturale in termini di €/anno (c.d. quota fissa), qualora presenti nell'offerta;
- ii. **Indicatore consumo:** contenente, relativamente ai corrispettivi che concorrono alla formazione della spesa per la materia prima energia/gas naturale in termini di €/kWh o €/Smc (c.d. quota energia), i seguenti elementi:
 - a) una descrizione dell'indice utilizzato e/o del mercato all'ingrosso di riferimento per il calcolo del prezzo e del relativo criterio di aggiornamento;
 - b) la frequenza degli aggiornamenti di prezzo;
 - c) un grafico con arco temporale degli ultimi 12 mesi che illustra, in termini di €/kWh o €/Smc, l'andamento dell'indice variabile dell'offerta;
 - d) il totale di tutti i corrispettivi unitari che concorrono alla formazione della spesa per la materia prima energia in termini di €/kWh e della materia gas naturale in termini di €/Smc, non rappresentati nel grafico di cui alla precedente lettera, qualora presenti nell'offerta²⁰.
- iii. **Indicatore potenza:** solo nel caso di offerte di energia elettrica, un indicatore sintetico determinato dalla sommatoria di tutti i corrispettivi unitari che concorrono alla formazione della spesa per la materia prima energia in termini di €/kW (c.d. quota potenza), qualora presenti nell'offerta.

Gli **indicatori sintetici di prezzo** dovranno comunque essere riportati nella scheda sintetica anche se con valore pari a zero.

- 4.22 Al fine di garantire la coerenza tra le informazioni fornite al cliente finale nella fase precontrattuale e la documentazione consegnata al medesimo cliente a seguito della stipula del contratto, l'Autorità ritiene opportuno introdurre l'obbligo in capo ai venditori di riportare gli **indicatori sintetici di prezzo** anche nelle condizioni economiche di fornitura di cui all'Articolo 10, comma 3 del Codice di condotta commerciale, come meglio specificato al successivo punto 4.30.

²⁰ Come nel caso delle offerte a prezzo fisso, le metodologie di calcolo degli indicatori saranno riportate nella sezione "Trasparenza" del Portale Offerte.

Stima della spesa annua

- 4.23 Nella fase di scelta di un'offerta nel mercato libero, la consapevolezza e la razionalità della decisione si realizzano quando il cliente finale è in grado di quantificare l'offerta in termini riconoscibili e familiari. A tal fine, sia in fase precontrattuale attraverso le schede di confrontabilità sia nell'ambito della comparazione tra offerte del mercato libero attraverso il Portale Offerte, l'Autorità ha ritenuto che la spesa annua stimata fosse la misura più idonea per elevare la capacità di scelta del cliente finale e fornire uno strumento comparativo efficace e sintetico. Tale misura è universalmente intellegibile rappresentando un valore semplice da approssimare per qualsiasi cliente finale, anche alla luce dell'articolata composizione dei corrispettivi che concorrono a determinare il prezzo finale e alla loro variabilità in relazione ai diversi fattori.
- 4.24 Con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente gli strumenti per rendere il cliente finale maggiormente in grado di valutare l'offerta, si ritiene opportuno che il cliente finale riceva, in fase precontrattuale, una **stima della spesa annua dell'offerta al lordo di imposte e tasse**.
- 4.25 In merito a quanto sopra, l'Autorità ritiene opportuno che **la spesa annua stimata, al lordo di imposte e tasse**, dell'offerta del venditore venga inserita **nella nuova scheda sintetica**. La spesa annua sarà calcolata dal venditore al momento della presentazione dell'offerta, seguendo i criteri di calcolo del Portale Offerte, sulla base del dato storico di consumo effettivo in proprio possesso (in caso di nuova offerta ad un proprio cliente finale) o del consumo dichiarato dal cliente finale, riportato in bolletta o reperibile tramite Portale Consumi (in caso di offerta che preveda il cambio venditore). L'Autorità ritiene inoltre opportuno superare le schede di confrontabilità ed inserire nella nuova scheda sintetica anche la stima annua del servizio di maggior tutela/tutela gas al lordo di imposte e tasse.
- 4.26 L'inclusione della spesa annua stimata al lordo di imposte e tasse nella scheda sintetica, oltre a soddisfare le esigenze di chiarezza e trasparenza a favore del cliente finale (in quanto tutte le informazioni essenziali per effettuare una scelta consapevole si troverebbe nello stesso documento), garantirebbe una personalizzazione della stima della spesa e consentirebbe la semplificazione della documentazione contrattuale che il venditore deve fornire al cliente finale in fase precontrattuale. Tuttavia, la soluzione in questione imporrebbe al venditore l'onere di dotarsi di strumenti idonei a fornire una stima della spesa annua personalizzata al momento della presentazione dell'offerta.
- 4.27 In subordine, si potrebbe prevedere **l'inclusione della spesa annua stimata al lordo di imposte e tasse**, calcolata seguendo i criteri di calcolo del Portale Offerte, **nella scheda di confrontabilità**, in sostituzione della spesa annua stimata netta attualmente prevista nelle medesime schede; in tal caso la spesa annua stimata lorda sia dell'offerta del venditore sia del servizio di maggior tutela/tutela gas non sarebbe personalizzata sulla base del profilo di consumo del cliente finale, ma standardizzata seguendo le attuali fasce di consumo riportate nelle schede di confrontabilità. Il cliente finale, in tale ipotesi, riceverebbe dal

venditore la nuova scheda sintetica, comprensiva degli **indicatori sintetici di prezzo**, e la scheda di confrontabilità²¹.

- 4.28 Tale orientamento non prevede la personalizzazione della stima della spesa annua e comporta altresì che i venditori debbano comunque compilare la scheda di confrontabilità, relativamente alla stima della spesa annua lordo imposte e tasse sia della propria offerta commerciale sia del servizio di maggior tutela/tutela gas, seguendo i criteri del Portale Offerte, utilizzando quindi lo stesso algoritmo di calcolo oppure la funzione di anteprima messa a disposizione dal Gestore. La soluzione in questione non risulterebbe pertanto efficiente per il cliente finale in quanto disperderebbe le informazioni necessarie per effettuare una scelta consapevole; le informazioni essenziali sull'offerta, infatti, e gli indicatori sintetici di prezzo sarebbero illustrati nell'ambito della scheda sintetica mentre la stima della spesa annua lorda resterebbe nell'ambito delle schede di confrontabilità. Inoltre, tale orientamento potrebbe comportare un aggravio in capo ai venditori relativamente alle offerte di gas naturale in considerazione delle differenze territoriali in materia di imposte e tasse.
- 4.29 La TABELLA 1: FAC-SIMILE DI SCHEDA SINTETICA - OFFERTA A PREZZO FISSO PER LA FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE e la TABELLA 2: FAC-SIMILE SCHEDA SINTETICA - OFFERTA A PREZZO VARIABILE PER LA FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE in Appendice riportano, a titolo esemplificativo, un fac-simile della nuova scheda sintetica per tipo di offerta (prezzo fisso e variabile).
- 4.30 Nel fac-simile della scheda è presente un box denominato **Indicatori sintetici di prezzo**, che si ritiene opportuno debba essere riportato, con i medesimi contenuti e caratteristiche, ogniqualvolta nella documentazione precontrattuale e contrattuale (comprese le condizioni economiche di fornitura) siano comunicate informazioni relative agli indicatori medesimi.

- | |
|--|
| <p>Q1. <i>Si condivide l'introduzione della nuova scheda sintetica? Se no per quale motivo?</i></p> <p>Q2. <i>Si condividono i contenuti della scheda sintetica? Se no, per quale motivo?</i></p> <p>Q3. <i>Si condivide l'introduzione degli indicatori sintetici di prezzo? Se no, per quale motivo?</i></p> <p>Q4. <i>Si condividono le modalità di determinazione degli indicatori sintetici di prezzo? Se no, quale criterio alternativo si suggerisce?</i></p> <p>Q5. <i>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?</i></p> <p>Q6. <i>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?</i></p> |
|--|

²¹ La previsione che la stima della spesa annua sia fornita al lordo delle imposte e tasse, comporterà il superamento della pubblicazione da parte dell'Autorità delle determinazioni di aggiornamento trimestrali delle schede di confrontabilità relative ai prezzi di fornitura di energia elettrica e di gas naturale.

- Q7. *Si ritiene utile l'indicatore potenza per le offerte di energia elettrica? Se no, per quale motivo?*
- Q8. *Si ritiene opportuno introdurre gli indicatori sintetici di spesa nelle condizioni economiche di fornitura? Se no, per quale motivo?*
- 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?*
- Q11. *Si condivide l'orientamento di riportare il box Indicatori sintetici di prezzo in ogni parte della documentazione precontrattuale e contrattuale ogniqualvolta ci sia il riferimento a tali indicatori? Se no, per quale motivo?*

Perimetro di applicazione

- 4.31 La deliberazione 366/2018/R/com, che ha approvato primi interventi di armonizzazione delle schede di confrontabilità del Codice di condotta commerciale con il Portale Offerte:
- i. ha introdotto all'Articolo 23 del Codice, norme transitorie relative ai criteri di stima della spesa annua da riportare nelle schede di confrontabilità, limitatamente alle offerte non pubblicate nel Portale Offerte e fino alla loro pubblicazione;
 - ii. ha disposto, all'Articolo 9, comma 1, lettera l, del medesimo Codice, l'esclusione dalla consegna al cliente finale della scheda di confrontabilità relativamente alle offerte non generalizzate.
- 4.32 Con successivo chiarimento del 22 novembre 2018, l'Autorità ha specificato che la deliberazione 51/2018/R/com, al fine di fornire un'adeguata ed esaustiva rappresentazione delle offerte presenti sul mercato *retail*, prevede che siano pubblicate sul Portale le offerte rivolte alla generalità dei clienti finali pubblicizzate o diffuse sui siti internet e/o presso gli sportelli fisici dei venditori, su altri siti internet e sui principali mezzi di informazione con copertura territoriale almeno pari alla regione e che, attualmente, non rientrano in questa categoria tutte le offerte che indipendentemente dal canale di commercializzazione:
- i. siano riservate a un gruppo chiuso di soggetti dotati di specifici requisiti distintivi e quindi non replicabili per la generalità dei clienti;
 - ii. abbiano condizioni contrattuali ed economiche oggetto di negoziazione individuale ossia, personalizzate;
 - iii. non siano pubblicizzate con nessuna delle modalità sopra indicate - siti internet e/o presso gli sportelli fisici dei venditori, su altri siti internet e sui principali mezzi di informazione con copertura territoriale almeno pari alla regione - ma proposte ai clienti solamente se direttamente contattati dal venditore o da un suo agente e sottoscrivibili unicamente dai clienti in tal modo contattati;

- iv. siano riservate unicamente alle pubbliche amministrazioni;
 - v. siano destinate ai *prosumer*;
 - vi. siano pubblicizzate esclusivamente tramite mezzi di informazione con una copertura territoriale inferiore alla regione.
- 4.33 In considerazione del suddetto chiarimento si ritiene opportuno intervenire sul richiamato Articolo 9, comma 1, lettera l, del Codice di condotta commerciale al fine di specificare in maniera più dettagliata il perimetro delle offerte relativamente alle quali sia opportuno prevedere la consegna della nuova scheda sintetica e/o della scheda di confrontabilità (in caso di mantenimento della stessa).
- 4.34 A tal fine si ritiene opportuno prevedere che la nuova scheda sintetica sia consegnata a tutti i clienti finali rientranti nell'ambito di applicazione di cui all'articolo 2 del Codice di condotta commerciale, ma che l'indicazione della stima della spesa annua lorda nella scheda sintetica o nelle schede di confrontabilità sia fornita unicamente per le offerte destinate ai clienti domestici con l'eccezione di quelle rivolte ai dipendenti del venditore e delle imprese appartenenti al medesimo gruppo societario, a familiari o amici dei medesimi dipendenti per le quali non sussistono criticità in termini di esigenze di tutela del cliente finale.

<p><i>Q12. Si condivide l'orientamento dell'Autorità relativo al perimetro di applicazione? Se no per quale motivo?</i></p>

Fase contrattuale: variazione unilaterale delle condizioni contrattuali

- 4.35 Come evidenziato in premessa, uno degli obiettivi della presente consultazione è integrare il Codice di condotta commerciale con misure di rafforzamento della trasparenza delle informazioni contrattuali che operino non solo nella fase di sottoscrizione di un nuovo contratto di fornitura, ma anche nel corso della validità di un contratto già stipulato, con particolare riferimento alla variazione delle condizioni economiche.
- 4.36 Quando nell'ambito di un contratto in essere il venditore invia al cliente una comunicazione di variazione unilaterale delle condizioni contrattuali (economiche o no), il cliente abitualmente aderisce alla stessa in maniera automatica e non pienamente consapevole, di norma tramite silenzio assenso, anche a causa della non sempre facile individuazione da parte del consumatore degli impatti delle modifiche comunicate, soprattutto se tali modifiche hanno riflessi sul prezzo della fornitura.
- 4.37 L'Autorità intende integrare gli attuali obblighi informativi dei venditori per garantire che il consumatore riceva tutte le informazioni necessarie a valutare pienamente gli impatti economici di eventuali modifiche o evoluzioni contrattuali e conseguentemente la propria convenienza a mantenere un contratto in essere, a rinegoziare consapevolmente un diverso contratto di fornitura con il medesimo venditore o ricercare nel mercato una nuova offerta.

4.38 Più in particolare, come illustrato nei successivi paragrafi, le misure prospettate nel presente documento di consultazione intendono operare su due fronti:

- i. integrare il contenuto della comunicazione di preavviso attualmente prevista in caso di modifiche unilaterali del contratto con elementi che facilitino l'individuazione e la valutazione da parte del cliente finale degli impatti economici della medesima variazione;
- ii. introdurre uno specifico obbligo informativo a carico dei venditori finalizzato a rafforzare la consapevolezza del cliente finale in tutte quelle situazioni in cui è prevista una evoluzione automatica delle condizioni economiche di un contratto in essere, quali, ad esempio, il termine di un periodo promozionale.

Variazioni unilaterali del contratto

4.39 Nei contratti in cui è inserita esplicitamente la facoltà per il venditore di variare unilateralmente specifiche clausole del contratto, l'Articolo 13 del Codice di condotta commerciale prevede che il venditore, in presenza di giustificato motivo, dia comunicazione in forma scritta della medesima variazione a ciascuno dei clienti finali interessati con un preavviso non inferiore a 3 mesi. La comunicazione del venditore, che non può essere trasmessa all'interno dei documenti di fatturazione o congiuntamente ad essi (salvo che la variazione non comporti una riduzione dei corrispettivi originariamente pattuiti), deve contenere:

- i. il testo completo di ciascuna delle disposizioni contrattuali risultante dalla modifica proposta;
- ii. l'illustrazione chiara, completa e comprensibile, dei contenuti e degli effetti della variazione proposta;
- iii. la decorrenza della variazione proposta;
- iv. le modalità ed i termini per la comunicazione da parte del cliente finale dell'eventuale volontà di esercitare il recesso senza oneri;
- v. l'illustrazione chiara e comprensibile che il cliente finale di gas naturale avente diritto al servizio di tutela ha, in alternativa alla facoltà di recedere, la facoltà di essere fornito dal medesimo esercente alle condizioni economiche e contrattuali del servizio di tutela. In tale caso la richiesta in forma scritta del cliente finale dovrà essere esercitata secondo le modalità e i termini della precedente lettera.

4.40 Al fine di facilitare il cliente finale nella valutazione della convenienza di proseguire nel contratto esistente o di passare ad una nuova offerta e nella prospettiva di quantificare gli effetti della variazione proposta, si ritiene opportuno prevedere che la suddetta comunicazione sia integrata con la stima della spesa annua lorda, calcolata con i criteri precedentemente illustrati, riferita ai 12 mesi successivi alla variazione, e valorizzata sulla base dei consumi del cliente nei 12 mesi precedenti alla comunicazione (o di una loro stima nel caso di cliente contrattualizzato da meno di un anno).

- 4.41 L'Autorità, inoltre, al fine di aumentare la consapevolezza del cliente rispetto agli effetti delle modifiche intervenute, ritiene opportuno prevedere che sia indicata nella comunicazione di preavviso anche la differenza di spesa rispetto alle condizioni precedenti alla modifica. La variazione potrebbe essere espressa in termini assoluti (ovvero come differenza tra il valore della stima della spesa annua lorda post variazione e quello che la spesa annua avrebbe assunto se non fosse intervenuta la variazione stessa) e in termini percentuali. Si ritiene inoltre opportuno che debba essere evidenziata nella comunicazione la possibilità di consultare il Portale Offerte per un confronto tra tutte le offerte disponibili.
- 4.42 Continuerebbe comunque ad applicarsi quanto attualmente disposto dall'Articolo 13, comma 2, del Codice di condotta commerciale che prevede che la comunicazione di preavviso non è dovuta in caso di variazione dei corrispettivi che derivano dall'applicazione di clausole contrattuali in materia di indicizzazione o di adeguamento automatico (tra cui, ad esempio, i corrispettivi di trasporto e gli oneri). In questo caso il cliente finale è informato della variazione nella prima bolletta in cui le variazioni sono applicate.

- 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?*
- Q15. Si ritiene che nella comunicazione di preavviso di variazioni unilaterali possa essere indicata anche almeno una offerta di mercato libero del venditore alternativa più conveniente in termini di spesa annua lorda rispetto all'offerta a condizioni aggiornate, ove presente? Se sì, quali potrebbero essere i criteri per individuare le offerte da inserire? Se no, per quale motivo?*

Informativa in merito ad evoluzioni economiche automatiche

- 4.43 Attualmente il Codice di condotta commerciale prevede che il cliente finale riceva una comunicazione di preavviso in occasione di variazioni delle condizioni contrattuali unilaterali. Non sono previsti obblighi informativi specifici in caso di evoluzioni delle condizioni economiche già contrattualizzate quali, ad esempio, i cambiamenti conseguenti allo scadere di sconti annuali o biennali, contratti che prevedono un periodo a prezzo fisso e un successivo periodo a prezzo variabile.
- 4.44 Al fine di aumentare la consapevolezza e la capacità negoziale del cliente finale l'Autorità ritiene opportuno integrare le disposizioni del Codice di condotta commerciale, prevedendo, che il venditore, in occasione di ogni evoluzione automatica delle condizioni economiche già prevista nel contratto, invii, a ciascuno dei clienti finali interessati, con un preavviso non inferiore a 3 mesi una comunicazione in forma scritta (separata dai

documenti di fatturazione) che ricordi al cliente medesimo la decorrenza delle nuove condizioni (ad esempio, la data in cui cesseranno gli sconti promozionali) e contenga:

- i. la stima della spesa annua lorda, calcolata con i criteri precedentemente illustrati, riferita ai 12 mesi successivi alla suddetta decorrenza, valorizzata sulla base dei consumi del cliente nei 12 mesi precedenti alla comunicazione (o di una loro stima nel caso di cliente contrattualizzato da meno di un anno);
- ii. l'indicazione della variazione economica rispetto alle condizioni pre-decorrenza;
- iii. l'indicazione della possibilità di consultare il Portale Offerta per un confronto personalizzato tra tutte le offerte disponibili.

4.45 Si ritiene che tale intervento di rafforzamento della consapevolezza del consumatore si renda tanto più necessario nell'attuale contesto di mercato che vede una competizione tra venditori sul mercato libero basata in gran parte su offerte che prevedono promozioni o condizioni di favore nel primo o secondo anno di contratto. Il cliente finale deve essere messo in grado di valutare l'adeguatezza e convenienza complessiva del contratto che va a stipulare senza essere indotto ad una valutazione superficiale basata solo sul periodo promozionale.

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?

Q17. Si ritiene che nella comunicazione di preavviso di evoluzioni automatiche delle condizioni economiche già prevista nel contratto, possa essere indicato anche il riferimento ad almeno una offerta di mercato libero del venditore alternativa più conveniente in termini di spesa annua lorda rispetto all'offerta a condizione aggiornate, ove presente? Se sì, quali criteri si suggeriscono per l'inserimento dell'offerta più conveniente? Se no, per quale motivo?

Efficientamento del Codice di condotta

4.46 L'Autorità intende procedere ad una revisione di alcuni articoli e della struttura del Codice di condotta commerciale finalizzata ad una più precisa definizione dei criteri di presentazione dei prezzi di fornitura del servizio e della spesa nonché ad un aggiornamento e riallineamento dei riferimenti del Codice di condotta commerciale alla normativa e regolazione attualmente vigenti.

Criteri di presentazione dei prezzi di fornitura del servizio e della spesa

4.47 Il Titolo II del Codice di condotta commerciale definisce i criteri con i quali devono essere comunicate le informazioni relative ai prezzi di fornitura del servizio. Più in particolare l'Articolo 5 prevede attualmente che tali informazioni debbano uniformarsi, tra l'altro, ai seguenti criteri:

- i. i corrispettivi dovuti dai clienti per la prestazione del servizio sono indicati nel loro valore unitario al netto delle imposte, specificando che saranno gravati dalle imposte fatta salva la possibilità di indicare il prezzo comprensivo delle imposte in ragione

della struttura dell'offerta, specificando in tale caso che il corrispettivo è comprensivo di imposte;

- ii. i corrispettivi unitari dovuti in proporzione al consumo di energia elettrica o di gas naturale sono indicati in euro per kWh o in euro per Smc;
- iii. i corrispettivi unitari dovuti in misura fissa sono indicati in euro/punto di fornitura/anno o in euro/punto di riconsegna/anno;
- iv. i corrispettivi unitari dovuti in proporzione alla potenza impegnata sono indicati in euro per kW/anno;
- v. i corrispettivi unitari dovuti per eventuali prelievi di energia reattiva sono indicati in euro per kvarh.

4.48 Al fine di perseguire il duplice obiettivo di aumentare la consapevolezza dei clienti finali in merito ai corrispettivi applicati e favorire una maggiore confrontabilità delle offerte, l'Autorità intende modificare parzialmente il suddetto Articolo 5, disponendo che i corrispettivi dovuti dai clienti siano indicati nel loro valore unitario al lordo delle perdite di rete e al netto delle imposte, per analogia con le modalità di esposizione dei corrispettivi delle offerte pubblicati nel Portale Offerte.

4.49 In conseguenza di quanto evidenziato al punto precedente, i criteri richiamati al punto 4.47 saranno modificati come segue (le modifiche sono evidenziate in grassetto):

- i. i corrispettivi dovuti dai clienti per la prestazione del servizio sono indicati nel loro valore unitario al netto delle imposte **ed al lordo delle perdite di rete**, specificando che saranno gravati dalle imposte fatta salva la possibilità di indicare il prezzo comprensivo delle imposte in ragione della struttura dell'offerta, specificando in tale caso che il corrispettivo è comprensivo di imposte;
- ii. i corrispettivi unitari dovuti in proporzione al consumo di energia elettrica o di gas naturale sono indicati **esclusivamente** in euro per kWh o in euro per Smc;
- iii. i corrispettivi unitari dovuti in misura fissa sono indicati **esclusivamente** in euro/punto di fornitura/anno o in euro/punto di riconsegna/anno;
- iv. i corrispettivi unitari dovuti in proporzione alla potenza impegnata sono indicati **esclusivamente** in euro per kW/anno;
- v. i corrispettivi unitari dovuti per eventuali prelievi di energia reattiva sono indicati **esclusivamente** in euro per kvarh.

4.50 Fermo restando che tutti i corrispettivi devono essere quantificati al momento della presentazione dell'offerta commerciale, si ritiene opportuno meglio specificare nell'Articolo 5 del Codice di condotta commerciale, che qualora specifici corrispettivi non siano puntualmente quantificabili (ad esempio gli oneri di sbilanciamento) la descrizione sintetica della modalità di applicazione debba esplicitare anche i criteri di determinazione.

4.51 Inoltre, si ritiene opportuno specificare che, qualora il venditore preveda nella propria offerta componenti la cui denominazione coincide con quella definita dall'Autorità per i

clienti serviti in regime di tutela²², tali componenti debbano essere applicate al cliente finale nel loro valore vigente in linea con gli aggiornamenti trimestrali dell’Autorità; nel caso in cui l’offerta, invece, faccia riferimento a valori non aggiornati, il venditore è tenuto a denominare le componenti in questione diversamente da quanto previsto dall’Autorità.

- 4.52 Analogamente si ritiene necessario prevedere, che in tutte le comunicazioni in cui siano richiamati **indicatori sintetici di prezzo**, qualunque sia la forma adottata, i medesimi indicatori debbano essere rappresentati e calcolati in conformità ai criteri di cui al punto 4.21.
- 4.53 L’Articolo 6 del Codice di condotta commerciale specifica, infine, coerentemente a quanto già previsto nel Portale Offerte, che l’informazione relativa alla stima della spesa complessiva deve comprendere l’applicazione su base annua di tutti i corrispettivi dovuti dal cliente finale in relazione all’esecuzione del contratto di fornitura. Tale disposizione è finalizzata a garantire un’informazione omnicomprensiva e completa al cliente finale e a evitare una rappresentazione ambigua ovvero parziale di tale spesa. A rafforzamento della corretta interpretazione della medesima disposizione, si ritiene opportuno efficientare il Titolo II del Codice di condotta commerciale chiarendo, in maniera più esplicita, che i richiamati criteri, modificati come prospettato, debbano trovare applicazione con riferimento:
- i. a qualunque tipologia di comunicazione precontrattuale o contrattuale prevista nel Codice di condotta commerciale (comprese le condizioni economiche offerte di cui all’Articolo 10, comma 3 del Codice);
 - ii. ad ogni voce di costo prevista dal contratto, indipendentemente dalla denominazione che il fornitore attribuisce alla medesima (ad esempio: costi amministrativi o simili).

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?

Interventi di aggiornamento e riallineamento

- 4.54 L’Autorità intende procedere all’aggiornamento e riallineamento dei riferimenti del Codice di condotta commerciale tra i quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo:
- i. utilizzare nell’intero Codice di condotta il termine “venditore” anziché quello di “esercente la vendita”;
 - ii. integrare la lettera e) del comma 9.1 del Codice di condotta commerciale, relativo alla durata della validità dell’offerta e alle modalità di adesione, con l’indicazione, attualmente presente nella nota informativa di cui all’Allegato 4, che il venditore è tenuto ad indicare il termine di validità, non eccedente 45 giorni, della proposta di contratto formulata dal cliente;

²² A titolo esemplificativo e non esaustivo componenti quali, per l’energia elettrica, PE, PD, PCV; e per il gas naturale, C_{mem}, CCR, QVD.

- iii. eliminare all'Articolo 10, "Criteri per la redazione dei contratti di fornitura", comma 4 il riferimento ai costi per lo stoccaggio in esito alla soppressione della componente QS disposta con la deliberazione 196/2013/R/gas;
- iv. specificare all'Articolo 11, "Contenuto dei contratti di fornitura", che i contratti debbano riportare anche indicazioni relative alle clausole risolutive espresse, all'assenza di oneri per la bolletta ed alle informazioni sulla possibilità di rateizzazione;
- v. eliminare all'Articolo 14, comma 1, la lettera a) in quanto superata ed assorbita dall'articolo 16 del TIF.

Q19. Si ritiene che ci siano ulteriori elementi meritevoli di efficientamento? Se sì, quali?

5. TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE

- 5.1 L'Autorità ritiene che gli obblighi informativi prospettati nel presente documento per la consultazione possano decorrere non prima di 6 mesi dalla data di approvazione del provvedimento e che, in ogni caso, le tempistiche del procedimento saranno coordinate con l'evoluzione della normativa in materia di superamento delle tutele di prezzo.

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

APPENDICE

TABELLA 1: FAC-SIMILE DI SCHEDA SINTETICA - OFFERTA A PREZZO FISSO PER LA FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE

FAC-SIMILE SCHEDA SINTETICA		
OFFERTA ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE “NOME OFFERTA” VALIDA DAL AL		
Venditore	Venditore, www.venditore.it Numero telefonico: 00.0000000 Indirizzo di posta: via Uno, 1, Milano Indirizzo di posta elettronica: venditore@venditore.it	
Nome e codice dell’offerta	“Nome Offerta” e Codice “XXXX”	
Durata del contratto	Es. Indeterminata	
Metodi di pagamento	Es. Domiciliazione bancaria/postale	
Frequenza di fatturazione	Es. Mensile	
Garanzie	Es. Nessuna	
Diritto di ripensamento	In forma scritta entro 14 giorni dalla conclusione del contratto	
Prodotti/servizi aggiuntivi	Es. Nessuno	
Sconti	Descrizione sintetica degli sconti e tempistiche di applicazione	
INDICATORI SINTETICI DI PREZZO “NOME OFFERTA” E “CODICE”		
Prezzo	Prezzo Fisso per 12 mesi	
Indicatore anno	Indicatore consumo	Indicatore potenzaⁱ
0,00 €/anno	0,00 €/kWh - €/Smc	0,00 €/kW
SPESA ANNUAⁱⁱ		
Consumo annuo (kWh/Smc)	Spesa annua stimata “NOME OFFERTA” E “CODICE” (lordo imposte e tasse) (€)	Spesa annua stimata Maggior tutela/Tutela gas (lordo imposte e tasse) (€)
000 kWh/Smc	0,00 €/anno	0,00 €/anno
ALTRE INFORMAZIONI “NOME OFFERTA” E “CODICE”		
Documenti in allegato	Es. Documentazione contrattuale	
Per ottenere informazioni sul Codice di condotta commerciale e sui propri diritti consulti il sito dell’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it o chiami il numero verde 800.166.654. Per informazioni sulle offerte disponibili nel mercato può consultare il Portale Offerte Luce e Gas www.ilportaleofferte.it .		
OPERATORE COMMERCIALE		
Codice identificativo o nominativo	Firma e data	
Xxxxxxxx		

TABELLA 2: FAC-SIMILE SCHEDA SINTETICA - OFFERTA A PREZZO VARIABILE PER LA FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE

FAC-SIMILE SCHEDA SINTETICA		
OFFERTA ENERGIA ELETTRICA/GAS NATURALE “NOME OFFERTA” VALIDA DAL AL		
Venditore	Venditore, www.venditore.it Numero telefonico: 00.0000000 Indirizzo di posta: via Uno, 1, Milano Indirizzo di posta elettronica: venditore@venditore.it	
Nome e codice dell’offerta	“Nome Offerta” e Codice “XXXX”	
Durata del contratto	Es. Indeterminata	
Metodi di pagamento	Es. Domiciliazione bancaria/postale	
Frequenza di fatturazione	Es. Mensile	
Garanzie	Es. Nessuna	
Diritto di ripensamento	In forma scritta entro 14 giorni dalla conclusione del contratto	
Prodotti/servizi aggiuntivi	Es. Nessuno	
Sconti	Descrizione sintetica degli sconti e tempistiche di applicazione	
INDICATORI SINTETICI DI PREZZO “NOME OFFERTA” E “CODICE”		
Prezzo	Prezzo Variabile	
Indice	Indice Uno	
Periodicità Indice	Es. Mensile	
Grafico indice (12 mesi)		
Indicatore anno	Indicatore consumo	Indicatore potenzaⁱⁱⁱ
0,00 €/anno	Indice Uno + 0,00 €/kWh - €/Smc	0,00 €/kW
SPESA ANNUA^{iv}		
Consumo annuo kWh/Smc	Spesa annua stimata “NOME OFFERTA” E “CODICE” (lordo imposte e tasse) (€)	Spesa annua stimata Maggior tutela/Tutela gas (lordo imposte e tasse) (€)
000 kWh/Smc	0,00 €/anno	0,00 €/anno

ALTRE INFORMAZIONI “NOME OFFERTA” E “CODICE”	
---	--

Documenti in allegato	Es. Documentazione contrattuale
------------------------------	---------------------------------

Per ottenere informazioni generali sul Codice di condotta commerciale e sui propri diritti consultì il sito dell’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it o chiami il numero verde 800.166.654. Per informazioni sulle offerte disponibili nel mercato può consultare il Portale Offerte Luce e Gas www.ilportaleofferte.it.

OPERATORE COMMERCIALE	
------------------------------	--

Codice identificativo o nominativo	Firma e data
---	---------------------

Xxxxxxxx

ⁱ Tale indicatore sarà presente esclusivamente nelle offerte di energia elettrica.

ⁱⁱ Il box spesa annua non sarà presente nella Scheda Sintetica in caso di mantenimento delle schede di confrontabilità.

ⁱⁱⁱ Tale indicatore sarà presente esclusivamente nelle offerte di energia elettrica.

^{iv} Il box spesa annua non sarà presente nella Scheda Sintetica in caso di mantenimento delle schede di confrontabilità.