

# Il Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica

Con la liberalizzazione del mercato dell'energia elettrica, tutti i clienti hanno la possibilità di scegliere il proprio fornitore e le condizioni di fornitura del servizio (prezzo e vincoli contrattuali), valutando le offerte disponibili, predisposte liberamente dagli esercenti.

Per tutelare i clienti che si rivolgono al mercato libero, l'Autorità ha stabilito le regole di trasparenza e correttezza che gli esercenti devono seguire per promuovere le proprie offerte commerciali, alternative alle condizioni di fornitura del servizio di maggior tutela definite dall'Autorità, stipulare contratti basati su tali offerte ed eventualmente modificare i contratti già stipulati dai clienti.

Queste regole sono stabilite nel Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica ai clienti finali, approvato dall'Autorità con delibera n. 105/06.

### Cosa riguarda

In particolare, il Codice di condotta stabilisce:

- **le regole generali di trasparenza e correttezza dei venditori;**
- **come vanno indicati prezzi del servizio;**
- **come deve comportarsi il personale commerciale;**
- **quali informazioni e documenti vanno forniti ai clienti;**
- **il diritto di ripensamento;**
- **come preavvisare il cliente se il contratto verrà modificato**

### Quando si applica

Le regole del Codice devono essere obbligatoriamente rispettate da tutti gli esercenti che svolgono attività di vendita nel mercato libero, nei loro rapporti con i clienti alimentati in bassa tensione, cioè i clienti che hanno meno capacità e forza contrattuale nei confronti degli esercenti stessi.

### Ulteriori obblighi

Oltre a quanto stabilito dal Codice di condotta, con la delibera n. 272/07 l'Autorità ha stabilito ulteriori regole di trasparenza per le imprese e i gruppi societari che operano sia nel mercato libero sia come fornitori del servizio di maggior tutela, per garantire ai clienti la possibilità di distinguere in modo chiaro e inequivocabile se le comunicazioni, i documenti e le informazioni fornite si riferiscono al servizio di maggior tutela o alle offerte di mercato libero.

## Regole generali di trasparenza e correttezza

Le imprese devono seguire alcune regole generali di trasparenza e correttezza nei confronti dei clienti.

### Informazioni al pubblico

Le imprese devono fornire a chiunque si rivolga a loro le informazioni sulle proprie offerte commerciali in modo trasparente e completo. Devono inoltre essere in grado di rispondere alle richieste di chiarimenti e approfondimenti dei clienti che lo richiedono, compresi i clienti con esigenze particolari come ad esempio gli anziani o i disabili.

### Leggibilità dei contratti

I contratti sottoposti ai clienti devono essere scritti in caratteri di stampa leggibili, utilizzando un linguaggio chiaro e comprensibile.

*Vanno cioè evitate sia le soluzioni grafiche che possono scoraggiare la lettura o sviare l'attenzione (ad esempio, caratteri di dimensioni ridotte), sia il linguaggio specialistico, quando può essere sostituiti da espressioni di uso comune.*

# Autorità per l'energia elettrica e il gas

## Formazione degli addetti

Gli esercenti devono fornire al personale commerciale la formazione e le conoscenze necessarie per fornire informazioni corrette, esaurienti e aggiornate, riguardo sia le proprie offerte commerciali, sia i diritti e le garanzie posti a tutela dei clienti.

*Questo obbligo riguarda sia il personale dipendente sia il personale esterno incaricato a qualunque titolo di rapportarsi con i clienti per promuovere le offerte e stipulare contratti.*

## L'indicazione dei prezzi

---

### Componenti di prezzo

Tutti gli esercenti devono seguire i criteri stabiliti dal Codice di condotta per indicare i prezzi previsti dalle proprie offerte, e le loro componenti, in qualunque tipo di comunicazione (pubblicità, opuscoli informativi, siti Internet, contratti...). In questo modo i clienti possono comprendere e confrontare i prezzi delle diverse offerte in modo più semplice, senza preoccuparsi ad esempio di calcolare l'equivalenza tra diverse unità di misura.

I criteri stabiliti dal Codice di condotta sono:

- il prezzo applicato per l'energia consumata è espresso in euro per chilowattora (kWh);
- il prezzo applicato alla potenza impegnata è espresso in euro per chilowatt (kW) per anno;
- il prezzo applicato come quota fissa è espresso in euro per anno;
- se l'offerta prevede componenti di prezzo diverse dalle tipologie precedenti, devono essere indicati il prezzo per unità di misura, e una descrizione sintetica di come verrà applicato.

### Prezzi indicizzati

I contratti di vendita possono stabilire che il prezzo o una delle sue componenti è indicizzato, cioè che potrà variare automaticamente in base alle variazioni di un indice di riferimento. L'indicizzazione è adottata anche dall'Autorità per aggiornare ogni tre mesi la componente di prezzo applicata all'energia consumata delle condizioni economiche del servizio di maggior tutela.

*L'indice di riferimento utilizzato dall'Autorità registra le variazioni dei prezzi di un paniere di materie prime energetiche sui mercati internazionali.*

In caso di offerta a prezzo indicizzato, insieme all'indicazione del prezzo o della componente indicizzata deve essere indicata la frequenza delle possibili variazioni.

Inoltre, l'esercente deve descrivere sinteticamente il meccanismo di indicizzazione, indicare il prezzo massimo raggiunto negli ultimi dodici mesi e il periodo in cui questo prezzo massimo è stato raggiunto.

### Sconti

I contratti di fornitura possono stabilire che il prezzo o una delle sue componenti è determinato applicando uno sconto rispetto alle condizioni economiche del servizio di maggior tutela definite dall'Autorità o al prezzo di un'offerta concorrente. In questo caso, l'impresa deve mettere a disposizione dei clienti un canale informativo che fornisca informazioni complete sul prezzo da scontare. Inoltre, se lo sconto non è praticato sul prezzo complessivo ma su una delle sue componenti, deve essere fornita anche l'indicazione di quanto lo sconto incide mediamente, in termini percentuali, sul prezzo complessivo.

### Imposte

I prezzi devono essere indicati al netto delle imposte, specificando che gli importi saranno gravati dalle imposte. Le imprese devono rendere disponibile un canale informativo che fornisca informazioni complete sulle aliquote delle imposte vigenti.

*Per ciascun cliente le imposte sono sempre applicate con le stesse modalità, indipendentemente dal fornitore prescelto.*

# Autorità per l'energia elettrica e il gas

**Indicatore della spesa annua** Nelle comunicazioni commerciali le imprese possono riportare, come informazione aggiuntiva, un indicatore della spesa annua di uno o più clienti-tipo, con un determinato livello di consumo, forniti al prezzo previsto dalla propria offerta.

Le imprese sono libere di utilizzare o meno questo indicatore nelle proprie comunicazioni ma, se decidono di utilizzarlo, per calcolare l'importo e per presentare l'informazione devono obbligatoriamente seguire i seguenti criteri:

- devono conteggiare tutte le voci di spesa previste per la fornitura del servizio; sono invece escluse dal calcolo tutte le spese, gli sconti o i bonus che non riguardano la fornitura (ad esempio, i costi di attivazione, o eventuali bonus di benvenuto);
- devono calcolare l'indicatore applicando il prezzo in vigore al momento in cui viene diffusa l'informazione, anche se alcune componenti sono indicizzate e potranno cambiare nel tempo;
- devono considerare clienti-tipo con livelli di consumo annuo scelti tra quelli indicati dall'Autorità;
- oltre alla spesa annua complessiva, deve essere indicata anche la spesa annua per ciascuna delle diverse voci che la compongono;
- se il prezzo o alcune componenti sono indicizzate, va chiaramente specificato che il valore dell'indicatore potrà variare nel tempo;
- oltre all'indicatore della spesa annua deve essere specificata la durata del contratto proposto, il periodo di validità dei prezzi utilizzati per il calcolo, la durata dell'offerta e i casi in cui non è possibile aderire, se previsti.

*Questi criteri sono necessari per evitare che l'uso di metodi di calcolo diversi da parte di ciascuna impresa porti la diffusione di informazioni non confrontabili tra loro, e quindi fuorvianti per i clienti.*

**Pubblicità** Se nei messaggi pubblicitari non vengono indicati esplicitamente i prezzi offerti ma sono comunque fornite informazioni relative alle condizioni di fornitura, i messaggi stessi devono anche indicare i casi in cui non è possibile aderire all'offerta, se previsti, e un recapito (numero verde, sito Internet...) al quale il cliente interessato può rivolgersi per ottenere informazioni complete.

Se a giudizio del cliente il messaggio pubblicitario risulta ingannevole, può segnalarlo all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

## Il comportamento del personale commerciale

Il personale incaricato dalle imprese di promuovere le proprie offerte commerciali e stipulare contratti con i clienti deve essere riconoscibile.

**Identificazione** Se il contatto con i clienti avviene al telefono o in qualunque luogo diverso dalla sede o dagli uffici commerciali dell'impresa (ad esempio, a casa del cliente o in un centro commerciale), al momento del contatto il personale incaricato deve identificarsi e:

- in caso di contatto telefonico, deve fornire un recapito telefonico dell'esercente per cui opera, negli altri casi deve consegnare al cliente un documento dal quale risultino i propri dati e i recapiti dell'esercente per cui opera;
- informare il cliente che il contatto ha lo scopo di presentare un'offerta commerciale e stipulare un contratto.

*Questi obblighi riguardano sia il personale dipendente dell'impresa sia il personale esterno incaricato a qualunque titolo di rapportarsi con i clienti per promuovere le offerte e stipulare contratti.*

## Informazioni e documenti per la conclusione del contratto

	<p>Il Codice di condotta stabilisce le informazioni e i documenti che gli esercenti devono fornire ai clienti che intendono acquisire, in modo tale che questi abbiano tutti gli elementi per valutare l'offerta e decidere se aderire o meno.</p>
<b>Informazioni obbligatorie</b>	<p>Le <b>informazioni obbligatorie</b> previste dal Codice riguardano:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• il nome e un recapito dell'esercente, dell'eventuale intermediario incaricato di concludere il contratto e del soggetto che stipulerà i contratti per il servizio di trasporto dell'energia, se diverso dall'esercente stesso;</li><li>• il prezzo e le condizioni di fornitura del contratto proposto ;</li><li>• la durata del contratto proposto, le modalità con cui potrà essere rinnovato, i termini e le modalità che il cliente dovrà seguire per recedere dal contratto proposto (cioè estinguerlo prima della sua scadenza naturale);</li><li>• gli standard di qualità commerciale che l'esercente dovrà garantire, gli eventuali indennizzi automatici previsti per il mancato rispetto degli standard, e i livelli di qualità effettivamente raggiunti nell'anno precedente;</li><li>• la durata dell'offerta e i casi in cui non è possibile aderire, se previsti;</li><li>• i tempi necessari per l'avvio effettivo del servizio.</li></ul>
<b>Quando vanno fornite</b>	<p>Le informazioni obbligatorie devono essere fornite al cliente, qualunque sia il modo in cui viene contattato, prima che il nuovo contratto sia concluso.</p> <p><i>Il contratto è concluso quando chi riceve una proposta contrattuale comunica la propria accettazione a chi l'ha formulata.</i></p>
<b>Offerte congiunte</b>	<p>Per le offerte che riguardano la fornitura congiunta di gas e di energia elettrica, l'esercente deve fornire le informazioni obbligatorie relativamente a entrambi i servizi; deve inoltre specificare che i due servizi sono abbinati e deve illustrare quali conseguenze sono previste dal contratto per il caso che il cliente desideri disdire uno solo dei due servizi.</p>
<b>Offerte a sconto</b>	<p>Se il prezzo o una delle sue componenti è determinato applicando uno sconto rispetto al prezzo di un'offerta concorrente, l'esercente deve fornire informazioni dettagliate anche sulle condizioni contrattuali associate al prezzo dell'offerta concorrente presa come riferimento, se sono diverse dalle condizioni contrattuali proposte.</p>
<b>Documenti obbligatori</b>	<p>I <b>documenti obbligatori</b> che il cliente deve ricevere sono:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• una copia integrale del contratto;</li><li>• una nota informativa, predisposta dall'Autorità, che riassume gli obblighi di informazione previsti dal Codice e illustra al cliente cosa deve verificare prima di aderire a un nuovo contratto;</li><li>• per i soli clienti domestici, una scheda di riepilogo per il confronto dei prezzi, predisposta secondo uno schema definito dall'Autorità.</li></ul>

## Autorità per l'energia elettrica e il gas

### La scheda di riepilogo

La scheda di riepilogo per il confronto dei prezzi è un documento che riassume schematicamente il prezzo del servizio, gli eventuali sconti o bonus previsti dal contratto e calcola la spesa che un cliente-tipo, con determinati consumi, sostenerebbe in un anno con il prezzo in vigore al momento dell'offerta.

Questa spesa è confrontata, per ognuno dei livelli di consumo previsti, con la spesa annua del medesimo cliente-tipo servito alle condizioni di maggior tutela definite dall'Autorità; la scheda indica inoltre la variazione della spesa che il cliente servito in maggior tutela otterrebbe aderendo all'offerta, indicata con segno + se maggiore rispetto al servizio di maggior tutela o con segno - se minore.

Oltre alle informazioni sulla spesa annua, la scheda illustra in appositi riquadri le voci di spesa eventualmente previste per servizi accessori, gli eventuali criteri di indicizzazione del prezzo o di specifiche componenti, gli eventuali sconti o bonus e i dettagli dell'offerta particolarmente rilevanti per il cliente.

### Quando vanno forniti

I documenti obbligatori devono essere forniti al cliente prima che il nuovo contratto sia concluso, tranne nei casi in cui il contratto è concluso "a distanza", cioè utilizzando forme di comunicazione che non consentono lo scambio di documenti scritti (ad esempio, al telefono).

### Contratti "a distanza"

Per la fornitura di energia elettrica, come per tutti i contratti di somministrazione, non è necessario che il contratto sia concluso per iscritto: la proposta e l'accettazione possono avvenire, ad esempio, anche al telefono, o tramite Internet.

In questi casi, il cliente deve ricevere i documenti obbligatori al più tardi entro 10 giorni dalla conclusione del contratto.

*Ad esempio, se il contratto viene concluso al telefono, il cliente deve ricevere le informazioni obbligatorie al più tardi in occasione della telefonata; i documenti obbligatori (contratto e nota informativa) devono invece essere inviati al più tardi entro 10 giorni dalla telefonata.*

Anche in caso di ritardo nell'invio dei documenti da parte dell'impresa, il cliente domestico conserva il diritto di ripensamento, illustrato in un capitolo successivo di questa scheda.

### "Proposte di contratto"

Non sempre è l'impresa a formulare la proposta contrattuale. Il cliente infatti può essere invitato a firmare un modulo di "proposta di contratto" e ad inviarlo all'impresa per l'accettazione.

In questo caso è quindi il cliente a formulare la proposta (generalmente irrevocabile), e se l'impresa comunica al cliente la propria accettazione il contratto è concluso: per questo motivo, sia le informazioni obbligatorie sia la documentazione obbligatoria devono essere forniti al cliente al più tardi insieme al modulo di "proposta contrattuale".

*A tutela dei clienti, la delibera n. 144/07 stabilisce che quando la proposta è formulata dal cliente, se l'impresa non comunica l'accettazione entro 45 giorni, la proposta è revocata automaticamente, e il cliente non ha più alcun impegno nei confronti dell'impresa.*

## Il diritto di ripensamento

---

Per diritto di ripensamento si intende la possibilità riconosciuta in alcuni casi al cliente che ha concluso un contratto di recedere, cioè disdirlo, senza dover giustificare la propria decisione e senza sostenere alcun onere.

*Si tratta di un diritto che il Codice del Consumo (decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206) riconosce a tutti i consumatori che stipulano un contratto per motivi estranei alla propria attività professionale.*

### Chi e quando può farlo valere

Il diritto di ripensamento può essere fatto valere quando il contratto è stato concluso:

- in un luogo diverso dalla sede o dagli uffici commerciali dell'esercente (ad esempio a casa del cliente, o in un centro commerciale);
- utilizzando mezzi di comunicazione a distanza, che non consentono lo scambio di documentazione scritta (ad esempio, il telefono);

*Nel primo caso, il cliente potrebbe aver concluso il contratto in base a una decisione impulsiva o poco ragionata; nel secondo caso la decisione è stata presa senza poter valutare in tutti i dettagli una copia scritta del contratto.*

### Come farlo valere

In questi casi, il cliente ha 10 giorni di tempo per comunicare per iscritto il proprio ripensamento all'esercente, utilizzando un mezzo che consenta di dimostrare la data di spedizione (ad esempio, lettera raccomandata).

I 10 giorni si contano dalla conclusione del contratto, se è avvenuta in un luogo diverso dalla sede o da un ufficio commerciale dell'esercente, oppure dal momento in cui il cliente riceve il contratto, se è stato concluso utilizzando mezzi di comunicazione a distanza.

### "Proposte di contratto"

Per i clienti che hanno firmato e inviato all'esercente una "proposta di contratto", la delibera n. 144/07 stabilisce che il diritto di ripensamento può essere fatto valere entro 10 giorni dall'invio della proposta.

## Modifiche del contratto proposte dall'impresa

---

I contratti liberamente predisposti dalle imprese possono prevedere che alcune delle loro clausole, espressamente indicate nei contratti stessi, potranno essere modificate su iniziativa dell'impresa per giustificati motivi.

In questi casi, il Codice di condotta stabilisce che ciascun cliente deve essere preavvisato e, se non intende accettare le modifiche proposte, ha la possibilità di recedere dal contratto, cioè disdirlo, senza sostenere alcun onere.

### Preavviso

Il preavviso deve essere inviata a ciascuno dei clienti interessati dalle modifiche contrattuali con una comunicazione scritta, e con un anticipo di almeno 60 giorni di calendario rispetto alla data in cui le modifiche saranno applicate.

Per ciascuna delle modifiche proposte, la comunicazione inviata ai clienti deve:

- riportare il testo completo di ciascuna delle clausole nella versione modificata;
- illustrare in modo chiaro il contenuto e gli effetti della modifica;
- specificare il momento in cui la modifica sarà applicata;
- indicare in che modo e entro quali termini il cliente che non intende accettare le modifiche può comunicare all'impresa la sua volontà di recedere dal contratto.

*Il termine di preavviso garantito dal Codice di condotta offre al cliente il tempo necessario per scegliere un diverso contratto sul mercato libero o, ai clienti domestici e alle piccole imprese alimentate in bassa tensione che lo desiderano, per ritornare al servizio di maggior tutela.*

## Ulteriori obblighi di trasparenza

La delibera n. 272/07 introduce ulteriori obblighi di trasparenza per gli esercenti che svolgono sia il servizio di maggior tutela che la vendita al mercato libero con un'unica società, oppure con società separate del medesimo gruppo societario:

- nei contratti e nelle bollette, deve essere specificato in maniera chiara e visibile se il servizio fornito è quello di maggior tutela o è nel mercato libero;
- per il call center, un messaggio iniziale deve specificare che è possibile ottenere informazioni sia sul servizio di maggior tutela sia sulle offerte di mercato libero;
- per le informazioni pubblicate nei siti Internet o fornite presso gli sportelli, il cliente deve in maniera trasparente poter ottenere informazioni sia sul servizio di maggior tutela sia sulle offerte di mercato libero.

La stessa delibera stabilisce inoltre che, in caso di gruppi societari, le imprese che svolgono il servizio di maggior tutela non possono dare informazioni né promuovere le offerte dell'impresa dello stesso gruppo che opera sul mercato libero.

*Questi obblighi sono stati introdotti per evitare confusione nei clienti, e impedire che alcuni venditori del mercato libero siano avvantaggiati perché forniscono anche il servizio di maggior tutela o per i loro legami societari con imprese che forniscono il servizio di maggior tutela.*