

**DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE**  
**200/2024/R/COM**

**INTERVENTI DI AGGIORNAMENTO ED  
EFFICIENTAMENTO DEL CODICE DI CONDOTTA  
COMMERCIALE A VANTAGGIO DEI CLIENTI FINALI DI  
ENERGIA ELETTRICA E GAS NATURALE**

*Documento per la consultazione*  
 *Mercati di incidenza: energia elettrica, gas naturale*  
*23 maggio 2024*

## **Premessa**

*Il presente documento per la consultazione si inquadra nell'ambito del procedimento avviato dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente con la deliberazione 21 maggio 2024, 192/2024/R/com per l'aggiornamento e l'efficientamento delle disposizioni regolatorie vigenti in materia precontrattuale e contrattuale tenuto conto dell'evoluzione dei mercati retail dell'energia elettrica e del gas naturale.*

*In particolare, il presente documento illustra gli orientamenti di adeguamento ed efficientamento del Codice di condotta commerciale con riferimento all'implementazione delle modifiche al Codice del consumo disposte dal decreto legislativo 7 marzo 2023, n. 26, alle modifiche delle condizioni contrattuali ed economiche nei contratti di fornitura di energia elettrica e gas naturale ed alle disposizioni in materia di telemarketing e teleselling.*

*Il presente documento per la consultazione si inserisce nel percorso di riforma dell'Autorità delineato nel Quadro Strategico, approvato con deliberazione 13 gennaio 2022, 2/2022/A, che ha posto tra gli obiettivi strategici del quadriennio 2022-2025 l'empowerment del consumatore in un contesto fortemente dinamico ove il cambiamento strutturale dei settori e la crescente digitalizzazione in corso modificano le condizioni di riferimento nonché la promozione del funzionamento efficiente dei mercati retail e della crescente partecipazione attiva del consumatore, senza venir meno alle necessarie tutele (obiettivi strategici OS1 e OS23).*

*I soggetti interessati sono invitati a far pervenire all'Autorità le proprie osservazioni e proposte in forma scritta compilando l'apposito modulo interattivo disponibile sul sito internet dell'Autorità [www.arera.it](http://www.arera.it) o, in alternativa, all'indirizzo PEC istituzionale [protocollo@pec.arera.it](mailto:protocollo@pec.arera.it), entro il **24 giugno 2024**.*

*Si fa riferimento all'Informativa sul trattamento dei dati personali, punto 1, lett. b) e c) in merito alla pubblicazione e alle modalità della pubblicazione delle osservazioni e si invitano i soggetti interessati a seguire le indicazioni ivi contenute, in particolare in relazione ad eventuali esigenze di riservatezza.*

**Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente  
Direzione Mercati Energia  
Unità Tutele Contrattuali per i Clienti Elettrici e Gas  
Piazza Cavour, 5 - 20121 - Milano**

**e-mail: [protocollo@pec.arera.it](mailto:protocollo@pec.arera.it)  
sito internet: [www.arera.it](http://www.arera.it)**

## **INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 (GDPR)

La disciplina della partecipazione ai procedimenti di regolazione dell'ARERA è contenuta nella deliberazione n. 649/2014/A. Ai sensi dell'articolo 4.2 della disciplina in parola, l'ARERA non riceve contributi anonimi.

### **1. Base giuridica e finalità del trattamento**

#### **a. Trattamento dei dati personali raccolti in risposta alle consultazioni**

Si informa che i dati personali trasmessi partecipando alla consultazione pubblica saranno utilizzati da ARERA, ( Titolare del trattamento), nei modi e nei limiti necessari per svolgere i compiti di interesse pubblico e per adottare gli atti di sua competenza ai sensi della normativa vigente, con l'utilizzo di procedure anche informatizzate. Il trattamento è effettuato in base all'articolo 6, par. 1 lett. e) del GDPR.

#### **b. Pubblicazione delle osservazioni**

Le osservazioni pervenute possono essere pubblicate sul sito internet di ARERA al termine della consultazione. I partecipanti alla consultazione possono chiedere che, per esigenze di riservatezza, i propri commenti siano pubblicati in forma anonima. Una generica indicazione di confidenzialità presente nelle comunicazioni trasmesse non sarà considerata una richiesta di non divulgare i commenti.

I partecipanti alla consultazione che intendono salvaguardare la riservatezza o la segretezza, in tutto o in parte, delle osservazioni e/o documentazione inviata, sono tenuti ad indicare quali parti delle proprie osservazioni e/o documentazione sono da considerare riservate e non possono essere divulgate. A tal fine, i partecipanti alla consultazione sono tenuti a trasmettere una versione non confidenziale delle osservazioni destinata alla pubblicazione.

#### **c. Modalità della pubblicazione**

In assenza delle indicazioni di cui al punto b) della presente Informativa (richiesta di pubblicazione in forma anonima e/o divulgazione parziale), le osservazioni sono pubblicate in forma integrale unitamente alla ragione sociale/denominazione del partecipante alla consultazione. La ragione sociale/denominazione del partecipante alla consultazione che contenga dati personali è oscurata. Sono altresì oscurati tutti i dati personali contenuti nel corpo del contributo inviato e che possano rivelare l'identità di persone fisiche identificate o identificabili. I dati personali delle persone fisiche che rispondono alla consultazione nella loro capacità personale sono oscurati. Sono altresì oscurati tutti i dati personali contenuti nel corpo del contributo inviato e che possano rivelare l'identità del partecipante alla consultazione.

### **2. Modalità del trattamento e periodo di conservazione dei dati**

Dei dati personali possono venire a conoscenza i Capi delle Strutture interessate dall'attività di regolamentazione cui è riferita la consultazione, nonché gli addetti autorizzati al trattamento. I dati saranno trattati mediante supporto cartaceo e tramite procedure informatiche, con l'impiego di misure di sicurezza idonee a garantirne la riservatezza nonché ad evitare l'indebito accesso agli stessi da parte di soggetti terzi o di personale non autorizzato. Tali dati saranno conservati per un periodo massimo di 5 anni.

### **3. Comunicazione e diffusione dei dati**

I dati non saranno comunicati a terzi, fatti salvi i casi in cui si renda necessario comunicarli ad altri soggetti coinvolti nell'esercizio delle attività istituzionali del Titolare e i casi specificamente previsti dal diritto nazionale o dell'Unione Europea.

### **4. Titolare del Trattamento**

Titolare del trattamento è ARERA, con sede in Corso di Porta Vittoria, 27, 20122, Milano, e-mail: [info@arera.it](mailto:info@arera.it), PEC: [protocollo@pec.arera.it](mailto:protocollo@pec.arera.it), centralino: +39 02655651.

### **5. Diritti dell'interessato**

Gli interessati possono esercitare i diritti di cui agli articoli 15-22 del GDPR rivolgendosi al Titolare del trattamento agli indirizzi sopra indicati. Il Responsabile della Protezione dei Dati personali dell'Autorità è raggiungibile al seguente indirizzo: Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente, Corso di Porta Vittoria, 27, 20122, e-mail: [rpd@arera.it](mailto:rpd@arera.it).

Gli interessati, ricorrendone i presupposti, hanno altresì il diritto di proporre reclamo al Garante per la protezione dei dati personali, quale autorità di controllo, o di adire le opportune sedi giudiziarie.

## **INDICE**

<b>1</b>	<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>ADEGUAMENTO DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE AL DECRETO LEGISLATIVO 26/2023 .....</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>OBBLIGHI DEL VENDITORE IN MATERIA DI MODIFICA DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI .....</b>	<b>15</b>
<b>4</b>	<b>RAFFORZAMENTO DELLE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI TELEMARKETING E TELESELLING .....</b>	<b>29</b>
<b>5</b>	<b>TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE .....</b>	<b>35</b>

## 1 INTRODUZIONE

- 1.1 Il presente documento per la consultazione delinea gli orientamenti dell’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (di seguito: Autorità) in merito all’aggiornamento 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 a vantaggio dei clienti finali di energia elettrica e di gas naturale e della trasparenza del mercato.
- 1.2 Il Codice di condotta commerciale, da ultimo modificato con la deliberazione 31 ottobre 2023, 496/2023/R/COM, riporta, in accordo con le previsioni del Codice del consumo<sup>1</sup> 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 dimensioni<sup>2</sup>). Le disposizioni del Codice di condotta commerciale attengono a:
- i. la **fase precontrattuale**, con riferimento agli obblighi del venditore nella fase di promozione dell’offerta e nelle attività preliminari alla sottoscrizione di un nuovo contratto di fornitura;
  - ii. la **fase contrattuale**, con riferimento agli obblighi del venditore nell’ambito dell’ordinario rapporto contrattuale con il cliente finale, ad esempio in relazione alla modifica delle condizioni contrattuali.
- 1.3 Il presente documento per la consultazione si inquadra nell’ambito del procedimento avviato dall’Autorità con la deliberazione 21 maggio 2024, 192/2024/R/COM per l’aggiornamento e l’efficientamento delle disposizioni regolatorie vigenti in materia precontrattuale e contrattuale tenuto conto dell’evoluzione dei mercati retail dell’energia elettrica e del gas naturale.
- 1.4 In particolare, nell’ottica di adeguare la regolazione alla normativa vigente, il presente documento illustra gli orientamenti sugli obblighi dei venditori in fase precontrattuale con riferimento all’implementazione delle modifiche al Codice del consumo disposte dal decreto legislativo 7 marzo 2023, n. 26 (di seguito: decreto legislativo 26/2023) recante l’attuazione della direttiva (UE) 2019/2161

<sup>1</sup> Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

<sup>2</sup> L’articolo 2 del Codice di condotta commerciale prevede che il testo trovi applicazione nel caso in cui al cliente finale, a cui siano riconducibili punti di prelievo e/o punti di riconsegna esclusivamente alimentati in bassa tensione e/o consumi di gas naturale complessivamente non superiori a 200.000 Smc/anno, venga proposto un contratto di fornitura per uno o più punti di prelievo/riconsegna.

del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 (di seguito: direttiva Omnibus), che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

- 1.5 Inoltre, con l'obiettivo di rafforzare la tutela dei clienti finali in caso di modifica delle condizioni contrattuali e, al contempo, garantire trasparenza e certezza nell'applicazione delle nuove condizioni, il documento illustra gli orientamenti relativamente all'aggiornamento degli obblighi dei venditori in caso di modifica delle condizioni contrattuali nei contratti di fornitura di energia elettrica e gas naturale conseguenti a modifiche unilaterali, evoluzioni automatiche e rinnovi delle condizioni economiche con modifiche delle medesime.
- 1.6 Infine, a maggiore esplicitazione della regolazione che già prescrive specifici comportamenti che il venditore deve garantire, anche a mezzo di propri incaricati a qualsiasi titolo, per il contatto con il cliente finale in occasione della proposta di una offerta commerciale, il documento propone una serie più dettagliata di tali comportamenti nei casi in cui il venditore medesimo adotti tecniche di vendita quali il *teleselling* o *telemarketing*. Allo stesso tempo si ritiene opportuno valorizzare, anche come ulteriore elemento commerciale per il venditore, le ulteriori buone pratiche che i venditori medesimi volontariamente decidano di mettere in atto nell'offerta e nella conclusione dei contratti a distanza ai fini di un approccio ancora più trasparente e tutelante per il cliente finale.
- 1.7 Il presente documento per la consultazione si inserisce nel percorso di riforma dell'Autorità nel Quadro Strategico, approvato con deliberazione 13 gennaio 2022, 2/2022/A, che ha posto tra gli obiettivi strategici del quadriennio 2022-2025 l'*empowerment* del consumatore in un contesto fortemente dinamico ove il cambiamento strutturale dei settori e la crescente digitalizzazione in corso modificano le condizioni di riferimento nonché la promozione del funzionamento efficiente dei mercati *retail* e della crescente partecipazione attiva del consumatore, senza venir meno alle necessarie tutele (obiettivi strategici OS1 e OS23).
- 1.8 Il presente documento di consultazione è così strutturato:
  - i. il capitolo 2 illustra i riferimenti normativi e regolatori in materia di obblighi dei venditori in fase precontrattuale e gli orientamenti dell'Autorità per l'adeguamento della regolazione al decreto legislativo 26/2023;

- ii. il capitolo 3 illustra i riferimenti normativi e regolatori in materia di obblighi dei venditori in caso di variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali, di evoluzioni automatiche e di rinnovo delle condizioni economiche nei contratti di fornitura di energia elettrica e gas naturale e gli orientamenti dell'Autorità in merito all'efficientamento degli obblighi medesimi;
- iii. il capitolo 4 illustra i riferimenti normativi e regolatori relativamente al *telemarketing* e al *teleselling* nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale e gli orientamenti dell'Autorità per l'efficientamento delle disposizioni regolatorie in materia;
- iv. il capitolo 5 illustra gli orientamenti dell'Autorità in merito alle tempistiche di attuazione degli interventi prospettati.



## **2 ADEGUAMENTO DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE AL DECRETO LEGISLATIVO 26/2023**

- 2.1 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.
- 2.2 In tale ambito, rientrano, tra l’altro, le previsioni del Codice di condotta commerciale in materia di obblighi del venditore nella fase precontrattuale, al fine di dotare il cliente finale degli strumenti informativi appropriati per compiere una scelta — in questa fase in termini di eventuale sottoscrizione di un’offerta di energia elettrica e/o gas naturale.

### **Contesto normativo e regolatorio di interesse**

#### **Decreto legislativo 26/2023**

- 2.3 Il decreto legislativo 26/2023<sup>3</sup>, recependo le previsioni della direttiva Omnibus, nata per armonizzare le norme a tutela dei consumatori tra gli Stati membri dell’UE e aggiornare la disciplina per adeguarla ai cambiamenti di un mercato sempre più digitale, ha integrato e modificato in molte parti il Codice del consumo con l’obiettivo di aumentare la trasparenza nel mercato a vantaggio del consumatore e ridurre l’asimmetria informativa che, in qualche modo, potrebbe condizionare la capacità decisionale del cliente finale.
- 2.4 Per quanto riguarda gli interventi di interesse per il presente documento si segnalano:
- i. l’introduzione dell’obbligo per il venditore di fornire al consumatore, prima che quest’ultimo sia vincolato da un contratto a distanza<sup>4</sup> o negoziato fuori dei locali commerciali<sup>5</sup>, unitamente alle altre informazioni

<sup>3</sup> Attuazione della direttiva (UE) 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 novembre 2019, che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell’Unione relative alla protezione dei consumatori.

<sup>4</sup> Ai sensi dell’articolo 45, comma 1, lettera g), del Codice del consumo, il contratto a distanza è qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, mediante l’uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso.

<sup>5</sup> Ai sensi dell’articolo 45, comma 1, lettera h), del Codice del consumo, il contratto negoziato fuori dei locali commerciali è qualsiasi contratto tra il professionista e il consumatore: 1) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un luogo diverso dai locali del professionista; 2) per cui è stata fatta un’offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui al numero 1; 3) concluso nei locali del

precontrattuali previste dall'articolo 49, comma 1, del Codice del consumo, anche quelle relative a qualsiasi altro mezzo di comunicazione elettronica, qualora utilizzato, che garantisca al consumatore una corrispondenza scritta con il venditore, che rechi la data e l'orario dei relativi messaggi, su supporto durevole e la rimozione dell'obbligo di fornire il numero di fax (articolo 1, comma 13, lettera a), numero 1. che modifica l'articolo 49, comma 1, lettera c) del Codice del consumo<sup>6</sup>);

- ii. in caso di contratto negoziato fuori dei locali commerciali o a distanza, se il consumatore vuole che la fornitura inizi durante il periodo di ripensamento e il contratto impone al consumatore l'obbligo di pagare, il venditore, oltre a esigere una esplicita richiesta in tal senso da parte del consumatore (su supporto durevole in caso di contratto negoziato fuori dei locali commerciali), deve richiedere a quest'ultimo anche di riconoscere di non avere più il diritto di ripensamento una volta che il contratto sarà stato interamente eseguito (articolo 1, comma 15 che modifica l'articolo 50, comma 3, del Codice del consumo<sup>7</sup> e articolo 1, comma 16, lettera b) che modifica l'articolo 51, comma 8, del Codice del consumo<sup>8</sup>);
- iii. il prolungamento a 30 giorni del termine per l'esercizio del diritto di ripensamento nei casi di contratti conclusi nel contesto di visite non richieste di un venditore presso l'abitazione di un consumatore oppure di escursioni organizzate da un venditore con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatori (articolo 1, comma 17, lettera a) che introduce il comma 1-bis all'articolo 52 del Codice del consumo<sup>9</sup>).

### **Codice di condotta commerciale**

2.5 L'articolo 9, comma 1, del Codice di condotta commerciale disciplina le informazioni che il venditore deve trasmettere al cliente finale in occasione della proposta di un'offerta di un contratto di fornitura e, in ogni caso, prima della conclusione del contratto di fornitura, ivi incluse le informazioni sui suoi recapiti (numero di telefono, numero di fax, indirizzo elettronico) presso cui il cliente

professionista o mediante qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza immediatamente dopo che il consumatore è stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore; oppure; 4) concluso durante un viaggio promozionale organizzato dal professionista e avente lo scopo o l'effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore.

<sup>6</sup> "Obblighi di informazione nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali".

<sup>7</sup> "Requisiti formali per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali".

<sup>8</sup> "Requisiti formali per i contratti a distanza".

<sup>9</sup> "Diritto di recesso".

può ottenere ulteriori informazioni sull'offerta, inclusi i corrispettivi applicati, ed a cui inoltrare eventuali reclami e, nel caso di contratti conclusi a distanza o fuori dei locali commerciali con clienti finali domestici, il costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto (articolo 9, comma 1, lettera a.).

- 2.6 Il venditore assolve agli obblighi informativi di cui all'articolo 9, comma 1, del Codice di condotta commerciale fornendo al cliente finale, in occasione della proposta di un'offerta e, in ogni caso, prima della conclusione del contratto di fornitura, la Scheda sintetica di cui all'Allegato 1 del Codice di condotta commerciale, corrispondente al tipo di cliente finale (domestico o non domestico), al tipo di fornitura (energia elettrica, gas naturale o fornitura congiunta) e al tipo di prezzo (fisso o variabile), e compilata in ogni sua parte nel rispetto di quanto previsto al Titolo VII del Codice medesimo. La Scheda sintetica contiene un riquadro denominato "Nome offerta" nel quale il venditore deve riportare, tra l'altro, le informazioni sui suoi recapiti (articolo 18, comma 1, lettera b.).
- 2.7 Inoltre, nel caso dei contratti conclusi fuori dei locali commerciali o a distanza, il Codice di condotta commerciale prevede specifici obblighi informativi del venditore nella fase precontrattuale per garantire il diritto di ripensamento e rendere edotto il cliente finale domestico della possibilità di esercitarlo; infatti, in questi casi, il cliente può sempre decidere di recedere dal contratto senza oneri e senza dover fornire alcuna motivazione entro 14 giorni decorrenti dalla data di conclusione del contratto (articolo 52 del Codice del consumo e articolo 12, comma 4 del Codice di condotta commerciale). Il venditore, tra l'altro, è tenuto ad informare il cliente finale:
- i. in merito alle condizioni, ai termini e alle procedure per esercitare il diritto di ripensamento ai sensi del Codice del consumo, le informazioni sui costi ragionevoli che dovrà sostenere il cliente finale in caso di esercizio di tale diritto o di perdita dello stesso o di esercizio dello stesso dopo aver comunque presentato richiesta di avvio della fornitura ai sensi dell'articolo 50, comma 3, o dell'articolo 51, comma 8, del Codice del consumo (articolo 9, comma 1, lettera f.);
  - ii. che in caso di richiesta di esecuzione del contratto prima che sia decorso il termine per il ripensamento, il cliente medesimo potrà comunque esercitare il suddetto diritto nei termini previsti e che, in tali casi, lo stesso sarà tenuto a corrispondere al venditore gli importi relativi ai costi sostenuti, indicandone livelli e modalità di determinazione (articolo 9,

comma 5, lettera b.); in questi casi, qualora non sia stata avviata la fornitura, il venditore di energia elettrica e/o di gas naturale potrà applicare un corrispettivo massimo non superiore al corrispettivo applicato dall'esercente la maggior tutela nei casi di cui all'articolo 11 del TIV<sup>10</sup> mentre, nel caso di avvio della fornitura, il cliente finale sarà tenuto al pagamento dei corrispettivi previsti dal contratto fino al momento della cessazione della fornitura (articolo 9, comma 6);

- iii. che la richiesta di esecuzione del contratto prima che sia decorso il termine per il ripensamento non comporterà l'avvio della fornitura nel periodo previsto per il ripensamento, ma potrà comunque comportare un anticipo della fornitura con il nuovo venditore rispetto alle normali tempistiche previste (articolo 9, comma 5, lettera c.).

### **Orientamenti dell'Autorità**

2.8 Con riferimento all'articolo 1, comma 13, lettera a), numero 1., del decreto legislativo 26/2023, l'Autorità ritiene opportuno un mero aggiornamento del Codice di condotta commerciale con riferimento alle informazioni fornite al cliente finale in fase precontrattuale in merito ai recapiti del venditore. In particolare, si propone di:

- i. modificare l'articolo 9, comma 1, lettera a., del Codice di condotta commerciale come segue (in grassetto le aggiunte):

*l'identità del venditore, l'indirizzo geografico in cui è stabilito ed i suoi recapiti (numero di telefono, indirizzo elettronico) presso cui ottenere anche ulteriori informazioni sull'offerta, inclusi i corrispettivi applicati, ed a cui inoltrare eventuali reclami e, nel caso di contratti conclusi a distanza o fuori dei locali commerciali con clienti finali domestici, **le informazioni relative ai mezzi di comunicazione elettronica eventualmente forniti che consentano al cliente finale di contattare per iscritto il venditore e di ricevere una risposta, che rechi la data e l'orario dei relativi messaggi, su un supporto durevole e il costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto secondo quanto previsto dal Codice del Consumo;***

- ii. modificare, in coerenza, l'articolo 18, comma 1, lettera b., del Codice di condotta commerciale come segue (in grassetto le aggiunte)

<sup>10</sup> Testo integrato delle disposizioni dell'Autorità per l'erogazione dei servizi di vendita dell'energia elettrica di ultima istanza

*nella sezione “Venditore”: l’identità del venditore, l’indirizzo geografico in cui è stabilito ed i suoi recapiti (numero di telefono, indirizzo elettronico) presso cui ottenere anche ulteriori informazioni sull’offerta, inclusi i corrispettivi applicati, ed a cui inoltrare eventuali reclami e, nel caso di contratti conclusi a distanza o fuori dei locali commerciali con clienti finali domestici, le informazioni relative ai mezzi di comunicazione elettronica eventualmente forniti che consentano al cliente finale di contattare per iscritto il venditore e di ricevere una risposta, che rechi la data e l’orario dei relativi messaggi, su un supporto durevole e il costo dell’utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto secondo quanto previsto dal Codice del Consumo.*

- 2.9 Per quanto riguarda l’esecuzione anticipata del contratto di fornitura di energia elettrica e/o gas naturale, l’articolo 1, commi 15 e 16, lettera b), del decreto legislativo 26/2023, modificando, rispettivamente, l’articolo 50, comma 3, e l’articolo 51, comma 8, del Codice del consumo, prevede che qualora il cliente richieda l’inizio della fornitura durante il periodo per l’esercizio del diritto di ripensamento e il contratto imponga al consumatore l’obbligo di pagare, il consumatore deve esplicitare tale richiesta al venditore su supporto durevole in caso di contratto negoziato fuori dei locali commerciali e riconoscere che, una volta che il contratto sarà stato interamente eseguito, non potrà più esercitare il diritto di ripensamento. Pertanto, il consumatore che richieda l’avvio della fornitura prima che sia decorso il termine previsto per l’esercizio del diritto di ripensamento, qualora durante tale termine il contratto sia interamente eseguito, decade dalla possibilità di esercitare il recesso per ripensamento.
- 2.10 Ai fini dell’adeguamento dell’articolo 9, comma 5, lettere b. e c., del Codice di condotta commerciale alla previsione normativa di cui al precedente paragrafo 2.9, si rende necessaria l’identificazione del momento in cui il contratto può essere considerato *interamente eseguito*, momento dal quale viene meno per il cliente finale domestico la facoltà di esercitare il diritto di ripensamento. Nel caso dei contratti di energia elettrica e gas naturale, il contratto non può che considerarsi interamente eseguito nel momento dell’avvio della nuova fornitura contrattualizzata. La stipula di un nuovo contratto di fornitura si concretizza infatti nell’esecuzione della fornitura alle condizioni contrattuali ed economiche

concordate che costituisce il presupposto per la fatturazione dei prelievi del punto di prelievo/riconsegna associato al cliente finale<sup>11</sup>.

- 2.11 Nel caso di cambio venditore, in attesa della definizione della riforma del processo di cambio di fornitore “in 24 ore” nel settore elettrico di cui ai primi orientamenti del documento per la consultazione 20 dicembre 2022, 705/2022/R/eel<sup>12</sup>, generalmente l’avvio della fornitura richiede da tre settimane a due mesi dalla stipula del contratto<sup>13</sup>. Gli *switching* vengono, infatti, eseguiti di norma il primo giorno di ogni mese; se il nuovo venditore (venditore entrante) attiva la procedura di *switching* entro il giorno 10 di un dato mese, il cambio decorrerà dal primo giorno del mese successivo, altrimenti decorrerà dal primo giorno del secondo mese successivo. In questi casi, così come nel caso di attivazione di un nuovo punto di prelievo/riconsegna, risulta evidente che l’eventuale richiesta di esecuzione anticipata del contratto di fornitura da parte del cliente non possa concretizzarsi prima che sia trascorso il periodo di 14 giorni del diritto di ripensamento.
- 2.12 Tuttavia, in prospettiva dell’evoluzione della regolazione e nei casi in cui già oggi risulti tecnicamente possibile una esecuzione anticipata prima di 14 giorni dalla stipula del contratto (ad esempio, nel caso di un nuovo contratto con lo stesso venditore) con la conseguente decadenza del diritto di esercitare il ripensamento, appare necessario garantire al cliente finale domestico la conoscenza del possibile venir meno di tale diritto.
- 2.13 Alla luce di tali considerazioni, l’Autorità ritiene opportuno:
- i. modificare l’articolo 9, comma 5, lettera b., del Codice di condotta commerciale come segue (in grassetto le aggiunte):

*nel caso di richiesta di esecuzione del contratto prima che sia decorso il termine per il ripensamento, e qualora il contratto imponga, in tale caso, al cliente l’obbligo di pagare, il cliente medesimo dovrà farne esplicita richiesta al venditore (su supporto*

<sup>11</sup> In considerazione della disciplina dell’Autorità in materia di switching e aggiornamento del Registro Centrale Ufficiale (RCU) del Sistema Informativo Integrato (SII), l’avvio della fornitura avviene nel momento in cui nel RCU il punto di prelievo/riconsegna è associato alla nuova controparte commerciale, in caso di switching con variazione della controparte commerciale (cioè qualora l’utente di dispacciamento/distribuzione cambi) o in caso di variazione solo della controparte commerciale (cioè qualora l’utente di dispacciamento/distribuzione non cambi) oppure nel momento della conclusione del contratto, in caso non vi sia alcun cambio della controparte commerciale.

<sup>12</sup> Con questo documento, l’Autorità ha delineato i primi orientamenti in merito alla riforma del processo di cambio fornitore “in 24 ore” nel settore elettrico, da attuare entro il 1° gennaio 2026, ai sensi del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 210.

<sup>13</sup> L’Autorità ha disciplinato tali modalità e tempistiche con la deliberazione 14 ottobre 2015, 487/2015/R/eel per il settore dell’energia elettrica e con la deliberazione 8 febbraio 2018, 77/2018/R/com per il settore del gas naturale.

*durevole in caso di contratto negoziato fuori dei locali commerciali) e riconoscere che non potrà più esercitare il suddetto diritto una volta che il contratto sarà stato interamente eseguito dal venditore, cioè una volta avviata la fornitura, in tali casi, lo stesso sarà tenuto a corrispondere al venditore gli importi previsti dal medesimo contratto;*

- ii. sopprimere l'articolo 9, comma 5, lettera c., del Codice di condotta commerciale.

2.14 Con riferimento all'articolo 1, comma 17, lettera a), del decreto legislativo 26/2023 in materia di prolungamento del termine per il diritto di ripensamento in specifiche casistiche, l'Autorità ritiene opportuno integrare l'articolo 12, comma 4, del Codice di condotta commerciale come segue (in grassetto le aggiunte):

*Qualora il contratto di fornitura sia stato concluso dal cliente finale domestico in un luogo diverso dai locali commerciali del venditore o a distanza, il cliente può recedere dal contratto senza oneri e senza dover fornire alcuna motivazione entro 14 (quattordici) giorni decorrenti dalla data di conclusione del contratto, secondo quanto previsto dal Codice del consumo, fatto sempre salvo quanto specificamente previsto dal medesimo Codice agli articoli 52 e 53. **Il periodo di ripensamento di 14 giorni è prolungato a 30 (trenta) giorni nel caso di contratti conclusi nel contesto di visite non richieste di un venditore presso l'abitazione di un cliente finale domestico oppure di escursioni organizzate da un venditore con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas naturale ai clienti finali domestici.***

<p>Q1. <i>Si condivide l'orientamento relativamente all'identificazione del momento in cui il contratto si intende interamente eseguito? Se no, per quale motivo?</i></p>
---

### **3 OBBLIGHI DEL VENDITORE IN MATERIA DI MODIFICA DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI**

3.1 L'obiettivo di garantire una comunicazione chiara, trasparente e completa da parte dei venditori nei confronti dei clienti finali assume ancor più rilevanza nel contesto della progressiva liberalizzazione dei mercati *retail* e del completo superamento delle tutele di prezzo.

- 3.2 In tale ambito, rientrano, tra l'altro, le disposizioni del Codice di condotta commerciale volte a rendere edotti i clienti finali di piccole dimensioni delle modifiche delle condizioni contrattuali proposte dai venditori nell'ambito dell'ordinario rapporto contrattuale di fornitura, al fine di ridurre le asimmetrie informative e facilitare una scelta informata e razionale - in questo caso, tra accettare la modifica oppure recedere dal contratto e sottoscrivere un'altra offerta con lo stesso o altro venditore.
- 3.3 Il parallelismo tra normativa generale e regolazione di dettaglio, che prevede obblighi informativi rivolti ad una platea circoscritta di clienti meritevoli di tutela rafforzata, è un tratto distintivo del Codice di condotta commerciale le cui disposizioni, anche con riferimento alle modifiche delle condizioni contrattuali, devono essere lette in combinato disposto con la normativa primaria, in particolare con il Codice del consumo.

#### **Contesto normativo e regolatorio di interesse**

- 3.4 In merito alla modalità di comunicazione delle variazioni unilaterali e dei rinnovi delle condizioni economiche dei contratti, quali atti unilaterali, trovano applicazione, innanzitutto, le disposizioni della normativa primaria di cui al combinato disposto degli articoli 1334 (efficacia degli atti unilaterali) e 1335 (presunzione di conoscenza) del Codice civile che, da un lato, correlano la produzione degli effetti giuridici degli atti unilaterali al momento in cui pervengono a conoscenza del destinatario e, dall'altro lato, presumono che il destinatario abbia avuto conoscenza dell'atto nel momento in cui lo stesso atto sia pervenuto al suo indirizzo.
- 3.5 Da tali norme consegue che, in caso di controversia circa l'efficacia delle variazioni unilaterali e dei rinnovi delle condizioni economiche dei contratti, sorta a seguito della contestazione avanzata dal cliente finale destinatario circa la ricezione dell'atto, grava sul venditore l'onere della prova dell'invio e del recapito degli atti menzionati all'indirizzo del destinatario. Se il venditore assolve a detto onere, si realizza la presunzione di conoscenza da parte del cliente finale, ai fini della produzione degli effetti giuridici dei medesimi atti. Tuttavia, il cliente finale può superare detta presunzione provando di essere stato, senza sua colpa, nell'impossibilità di averne avuto notizia.
- 3.6 Fermi restando i suddetti obblighi del Codice civile in capo al venditore in merito all'invio e alla prova della ricezione della comunicazione da parte del cliente finale, la regolazione dell'Autorità, a tutela del cliente finale, disciplina, tra l'altro, le modalità e i termini minimi di preavviso per dare al cliente finale una



migliore informazione e garantire un tempo congruo per valutare la convenienza della proposta dell'operatore.

3.7 In particolare, l'articolo 13 del Codice di condotta commerciale disciplina gli obblighi dei venditori in caso di:

- i. **variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali** (di seguito anche variazioni unilaterali);
- ii. **evoluzioni automatiche delle condizioni economiche** (di seguito anche evoluzioni automatiche);
- iii. **rinnovi delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni** (di seguito anche rinnovi delle condizioni economiche o rinnovi).

3.8 Le **variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali** riguardano i casi in cui, durante il periodo di esecuzione di un contratto di fornitura, il venditore decide di avvalersi, per giustificato motivo, di una clausola contrattuale nella quale è prevista esplicitamente la possibilità di variare unilateralmente specifiche condizioni contrattuali (anche relative al prezzo); le variazioni unilaterali rappresentano, a livello giuridico, un esempio del c.d. *ius variandi*<sup>14</sup>. A riguardo, il Codice di condotta commerciale, nella sua attuale formulazione, prevede che il venditore:

- dia comunicazione della variazione unilaterale in forma scritta a ciascuno dei clienti finali interessati in modo che tale comunicazione pervenga ai clienti finali stessi con un preavviso non inferiore a 3 mesi rispetto alla decorrenza delle variazioni, considerandosi decorrente il suddetto termine dal primo giorno del mese successivo a quello di ricevimento da parte del cliente stesso. Fatta salva prova contraria, la suddetta comunicazione si presume ricevuta trascorsi 10 giorni dall'invio effettuato da parte del venditore (articolo 13, comma 1); la comunicazione deve riportare l'intestazione "Proposta di modifica unilaterale del contratto";
- in caso di variazione dei corrispettivi che derivano dall'applicazione di clausole contrattuali in materia di indicizzazione o di adeguamento automatico di corrispettivi non determinati dal venditore, ne dia comunicazione nella prima bolletta in cui le variazioni sono applicate (articolo 13, comma 2);

<sup>14</sup> Lo *ius variandi* costituisce un diritto potestativo, riconosciuto ad una parte, dalla legge o dal contratto, di modificare o specificare unilateralmente il contenuto del contratto.

- inserisca specifici elementi informativi nella comunicazione di variazione unilaterale, tra cui il testo completo di ciascuna delle disposizioni contrattuali risultante dalla modifica proposta, l'illustrazione chiara, completa e comprensibile dei contenuti, degli effetti e della decorrenza della variazione proposta, le modalità ed i termini per la comunicazione da parte del cliente finale dell'eventuale volontà di esercitare il recesso, senza oneri, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente e, qualora la modifica unilaterale sia relativa alle condizioni economiche, il nuovo codice offerta<sup>15</sup> risultante dalla modifica medesima, la stima della spesa annua e il riferimento al Portale Offerte Luce e Gas<sup>16</sup> (articolo 13, comma 3); nel caso di variazioni derivanti dall'aumento di corrispettivi unitari non legati all'andamento dei mercati all'ingrosso, la comunicazione è inoltre integrata con l'indicazione dell'impatto di tali variazioni sulla spesa annua (articolo 13, commi 9 e 10);
- non possa trasmettere al cliente finale le informazioni di cui al precedente punto all'interno dei documenti di fatturazione o congiuntamente agli stessi, salvo il caso in cui la variazione unilaterale si configuri come una riduzione dei corrispettivi originariamente previsti in contratto (articolo 13, comma 4).

3.9 Le **evoluzioni automatiche delle condizioni economiche** riguardano, invece, variazioni già predeterminate nel contratto sottoscritto dal cliente finale<sup>17</sup>. Il Codice di condotta commerciale prevede una specifica comunicazione nei casi in cui il contratto disponga, nell'arco di 12 mesi, variazioni che comportino un aumento dei corrispettivi unitari determinati dal venditore, lo scadere o la riduzione di sconti, il passaggio da un prezzo fisso ad un prezzo variabile ovvero il passaggio da un prezzo variabile ad un prezzo fisso. In particolare, il venditore è tenuto a:

- trasmettere la comunicazione in forma scritta a ciascuno dei clienti finali interessati in modo che pervenga ai medesimi clienti con un preavviso non inferiore a 2 mesi rispetto al termine dei suddetti 12 mesi. Fatta salva prova

<sup>15</sup> Il codice offerta è il codice alfanumerico composto da 32 caratteri di cui all'articolo 1 della deliberazione 29 marzo 2022, 135/2022/R/com.

<sup>16</sup> Il Portale Offerte Luce e Gas è il sito internet terzo ed imparziale istituito con deliberazione 1° febbraio 2018, 51/2018/R/com, operativo dal 1° luglio 2018, che contiene tutte le offerte di energia elettrica, di gas naturale e congiunte rivolte alla generalità dei clienti finali di piccole dimensioni.

<sup>17</sup> La definizione di evoluzione automatica e i relativi obblighi informativi sono stati introdotti nel Codice di condotta commerciale dalla deliberazione 27 ottobre 2020, 426/2020/R/com.

contraria, la comunicazione si presume ricevuta trascorsi 10 giorni dall'invio effettuato da parte del venditore (articolo 13, comma 5);

- inserire nella comunicazione specifici elementi informativi, tra cui l'illustrazione chiara, completa e comprensibile, dei contenuti, degli effetti e della decorrenza delle evoluzioni automatiche, il nuovo codice offerta risultante dall'evoluzione automatica medesima, la stima della spesa annua e il riferimento al Portale Offerte Luce e Gas (articolo 13, comma 6); nel caso di evoluzioni automatiche derivanti dalla scadenza o riduzione di sconti o dall'aumento di corrispettivi unitari non legati all'andamento dei mercati all'ingrosso, la comunicazione deve essere integrata con l'indicazione dell'impatto di tali variazioni sulla spesa annua (articolo 13, commi 9 e 10).

La previsione di un preavviso di 2 mesi, e non 3, e, più in generale, di una comunicazione più agevole e flessibile nel caso delle evoluzioni automatiche, è maturata in considerazione del fatto che, dal punto di vista del cliente finale, la differenza principale tra variazioni unilaterali ed evoluzioni automatiche riguarda l'effettiva conoscenza, in sede di sottoscrizione del contratto, delle nuove condizioni che saranno applicate - conoscenza assente nel primo caso, piena e relativa alle sole condizioni economiche nel secondo caso. La comunicazione delle evoluzioni automatiche opera, di fatto, come *promemoria* per il cliente finale relativamente a quelle modifiche delle condizioni contrattuali che, pur avendo già sottoscritto, possono determinare un cambiamento sostanziale delle condizioni economiche e, conseguentemente, la possibilità di rivalutare la scelta dell'offerta originariamente sottoscritta.

3.10 I **rinnovi delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni**<sup>18</sup> riguardano i casi in cui il contratto preveda il rinnovo delle condizioni economiche caratterizzato da tutti i seguenti elementi:

- a. la validità delle condizioni economiche per un periodo temporale predefinito,
- b. la facoltà per il venditore di applicare, per un nuovo periodo di tempo predefinito, nuove e differenti condizioni economiche,

<sup>18</sup> Gli obblighi informativi in materia di rinnovo delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni sono stati introdotti nel Codice di condotta commerciale dalla deliberazione 6 giugno 2023, 250/2023/R/com e sono entrati in vigore a decorrere dal 1° gennaio 2024.

- c. l'applicazione, a far data dalla scadenza sub a., delle nuove condizioni economiche sub b., salvo comunque l'espreso riconoscimento al cliente finale del diritto di recesso;

in tali casi, è fatta salva l'eventuale facoltà del venditore di rinnovare, anche tacitamente, le condizioni economiche applicando le stesse condizioni economiche vigenti precedentemente alla scadenza (cosiddetto rinnovo tacito).

Il Codice di condotta commerciale prevede che il venditore:

- dia comunicazione del **rinnovo delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni** in forma scritta a ciascuno dei clienti finali interessati, in modo che tale comunicazione pervenga ai clienti finali stessi con un preavviso non inferiore a 3 mesi rispetto alla decorrenza delle nuove e differenti condizioni economiche, considerandosi decorrente il suddetto termine dal primo giorno del mese successivo a quello di ricevimento da parte del cliente stesso. Fatta salva prova contraria, la suddetta comunicazione si presume ricevuta trascorsi 10 giorni dall'invio effettuato da parte del venditore (articolo 13, comma 7); la comunicazione deve riportare l'intestazione "Proposta di rinnovo delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni";
- inserisca nella comunicazione di rinnovo l'illustrazione chiara, completa e comprensibile dei contenuti, degli effetti, della decorrenza e della scadenza delle nuove e differenti condizioni economiche, specificando che si tratta di una modifica delle condizioni precedentemente sottoscritte con indicazione della relativa scadenza, il nuovo codice offerta risultante dal rinnovo medesimo, le modalità e i termini per la comunicazione da parte del cliente finale dell'eventuale non accettazione del rinnovo e della conseguente volontà di esercitare il recesso nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente, la stima della spesa annua e il riferimento al Portale Offerte Luce e Gas (articolo 13, comma 8); nel caso di variazioni derivanti dall'aumento di corrispettivi unitari non legati all'andamento dei mercati all'ingrosso, la comunicazione è inoltre integrata con l'indicazione dell'impatto di tali variazioni sulla spesa annua (articolo 13, commi 9 e 10).

3.11 In sintesi, con riferimento alle **modalità di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali**, relativamente a tutte le fattispecie viste sopra, il Codice di condotta commerciale prevede che il venditore trasmetta le informazioni al cliente finale in forma scritta, specificando, nel caso delle variazioni unilaterali, che dette informazioni non possono comunque essere

riportate all'interno della bolletta o congiuntamente alla stessa qualora la modifica si configuri come un aumento dei corrispettivi (ciò a evidente tutela del cliente finale contrattualmente più debole, al fine di una evidenziazione specifica delle informazioni più rilevanti). A titolo d'esempio, la forma scritta include, tra l'altro, le comunicazioni in formato cartaceo, le comunicazioni in formato elettronico, anche sotto forma di file o contenuto testuale su sito internet in area riservata o app del venditore. L'evidenza dell'oggetto della comunicazione, qualsiasi sia il mezzo di trasmissione utilizzato dal venditore nel rispetto del relativo obbligo, è richiesta proprio al fine di far porre attenzione al cliente finale sul contenuto della comunicazione in argomento.

3.12 Con riferimento alle tempistiche di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali, il Codice di condotta commerciale prevede:

- un preavviso non inferiore a 3 mesi nel caso delle variazioni unilaterali e dei rinnovi;
- un preavviso non inferiore a 2 mesi nel caso delle evoluzioni automatiche.

3.13 Il Codice di condotta commerciale:

- i. non prevede che la comunicazione avvenga mediante modalità tracciate quali, a titolo d'esempio, raccomandata con avviso di ricevimento nel caso di comunicazioni cartacee e posta elettronica certificata nel caso di comunicazioni elettroniche, in quanto trattasi di modalità che presentano dei costi in capo al venditore e/o al cliente finale (il venditore, ovviamente, ha facoltà di ricorrere a tali peculiari modalità, anche in ragione degli oneri probatori che su di lui incombono e di cui si è fatto cenno sopra);
- ii. prevede di considerare, convenzionalmente, un tempo di 10 giorni dall'invio della comunicazione effettuato da parte del venditore; tale convenzione (fissata in un lasso di tempo che rappresenta, di norma, il tempo necessario per le esigenze di postalizzazione) — fermi restando i contenuti specifici che tale comunicazione deve possedere — è connessa esclusivamente alla necessità di stabilire un termine a cui riferire la decorrenza del preavviso, previsto dalla regolazione, di 3 mesi (nel caso di variazioni unilaterali e rinnovi) o 2 mesi (nel caso di evoluzioni automatiche). La necessità di individuare la decorrenza del preavviso è rilevante anche ai fini del riconoscimento al cliente finale dell'indennizzo (pari a 30 euro) di cui all'articolo 14 del Codice di condotta commerciale, qualora il suddetto termine di preavviso non sia rispettato. Tale

disposizione dev'essere collocata su un piano diverso e non interferente, né in alcun modo confliggente con quello civilistico.

3.14 Oltre che nei mercati *retail* dell'energia elettrica e del gas naturale, in ogni caso, la previsione della facoltà del venditore di variare le condizioni contrattuali nei contratti di servizi si rinviene in diversi altri settori, come quello bancario o delle telecomunicazioni, dove è specificamente regolata sulla base delle caratteristiche dei servizi medesimi. Ad esempio:

- nel Testo Unico Bancario<sup>19</sup>, con riferimento alla modifica unilaterale di tassi, prezzi o altre condizioni previste dal contratto nonché delle condizioni contrattuali relative ai servizi di pagamento, è previsto che la comunicazione sia trasmessa in forma scritta o mediante altro supporto durevole<sup>20</sup> preventivamente accettato dal cliente; inoltre, con riferimento alla modifica unilaterale di tassi, prezzi o altre condizioni previste dal contratto, il termine di preavviso minimo è pari a 2 mesi<sup>21</sup>;
- nel Regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito: AGCOM) recante disposizioni a tutela degli utenti finali in materia di contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche<sup>22</sup>, con riferimento alla modifica delle condizioni contrattuali, è previsto che la comunicazione pervenga con un termine di preavviso minimo di 30 giorni e sia effettuata su supporto durevole, contenga un *link* al sito web per ulteriori dettagli e avvenga anche tramite SMS per le utenze mobili.

### **Comportamenti di consumo nei mercati liberalizzati dell'energia**

3.15 Le indagini demoscopiche dell'Autorità finalizzate a misurare i comportamenti, le percezioni e le scelte dei clienti finali nei mercati liberalizzati dell'energia hanno rilevato una crescente digitalizzazione sia nella fase precontrattuale sia in quella contrattuale.

3.16 Dalla più recente indagine demoscopica, condotta nel 2023 considerando un campione rappresentativo a livello nazionale di clienti finali di piccole dimensioni, emerge come i canali digitali siano ormai preponderanti nella fase

<sup>19</sup> Articoli 118 e 126-sexies del Decreto legislativo n. 385/93 recante Testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia (Testo Unico Bancario).

<sup>20</sup> Con supporto durevole si intende ogni strumento che permetta al consumatore o all'operatore di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate.

<sup>21</sup> Articolo 118 del Testo Unico Bancario.

<sup>22</sup> Articolo 6 dell'Allegato B alla deliberazione AGCOM 307/23/CONS che rinvia all'Allegato 1 al Regolamento in parola relativamente alle modalità di comunicazione delle modifiche contrattuali.

di scelta di un'offerta e stiano diventando rilevanti anche nella fase di sottoscrizione del contratto. In particolare:

- i clienti finali reperiscono informazioni sulle offerte disponibili nel mercato libero principalmente mediante i siti internet dei venditori oppure i siti di comparazione delle offerte<sup>23</sup>;
- il sito internet del venditore è uno dei principali canali di sottoscrizione di un contratto di fornitura nel caso dei clienti domestici, superando il call center nel settore dell'energia elettrica<sup>24</sup>.

3.17 Inoltre, nel mercato libero, le condizioni contrattuali sono sempre maggiormente caratterizzate dalla dematerializzazione; infatti, la modalità di pagamento più diffusa è l'addebito bancario automatico<sup>25</sup> mentre la modalità principale di consegna della bolletta è la posta elettronica<sup>26</sup>.

3.18 L'aumento dell'interesse del cliente finale per la digitalizzazione nel processo decisionale e, conseguentemente, del rapporto con il venditore ha incentivato un sempre maggiore utilizzo di canali di comunicazione digitali, come la posta elettronica, e la diffusione di nuovi canali di comunicazione, come le app, attraverso i quali i venditori veicolano informazioni e notifiche anche in merito alle modifiche delle condizioni contrattuali.

### **Orientamenti dell'Autorità**

3.19 Alla luce degli elementi normativi e regolatori riportati, della crescente digitalizzazione dei rapporti tra venditori e clienti finali e della piena liberalizzazione dei mercati dell'energia, l'Autorità ritiene necessario procedere all'adeguamento del Codice di condotta commerciale con riferimento agli obblighi del venditore in tema di modifica delle condizioni contrattuali (nelle diverse forme, ovvero: variazioni unilaterali, evoluzioni automatiche e rinnovi).

3.20 La modifica delle condizioni contrattuali, anche quando lecita, può avere, nondimeno, un impatto notevole sulla vantaggiosità dell'offerta originariamente

<sup>23</sup> Principali canali di informazione delle offerte nel mercato libero per i clienti domestici: siti internet dei venditori (23,6%); siti di comparazione delle offerte (15,7%); pubblicità, inclusa la pubblicità su internet (14,0%); call center (11,2%); passaparola (10,4%).

<sup>24</sup> Principali canali di sottoscrizione di un contratto per i clienti domestici: sito internet (energia elettrica: 23,3%; gas naturale: 22,1%); call center (energia elettrica: 22,0%; gas naturale: 22,2%); sportello fisico (energia elettrica: 20,3%; gas naturale: 21,2%).

<sup>25</sup> Modalità di pagamento nei contratti di mercato libero dei clienti domestici: addebito bancario automatico (energia elettrica: 70,8%; gas naturale: 70,8%); bollettino postale (energia elettrica: 21,7%; gas naturale: 21,1%); carta di credito (energia elettrica: 4,3%; gas naturale: 4,5%); bonifico (energia elettrica: 2,9%; gas naturale: 2,6%).

<sup>26</sup> Modalità di consegna della bolletta nei contratti di mercato libero dei clienti domestici: posta elettronica (energia elettrica: 85,4%; gas naturale: 85,4%); posta cartacea (energia elettrica: 14,2%; gas naturale: 13,5%); app (energia elettrica: 0,4%; gas naturale: 0,7%).

sottoscritta, specialmente nei periodi in cui il mercato è caratterizzato da un'elevata volatilità dei prezzi all'ingrosso, e, per questo motivo, deve essere comunicata:

- i. utilizzando un linguaggio chiaro e comprensibile e fornendo un set di informazioni consono per permettere al cliente finale di valutare se accettare la modifica oppure recedere dal contratto e sottoscrivere un'altra offerta;
- ii. con modalità e tempistiche che permettano al cliente di venirne a conoscenza in maniera adeguata e con sufficiente anticipo rispetto alla decorrenza della modifica medesima.

3.21 In merito al punto i. del paragrafo 3.20, gli obblighi informativi dei venditori, definiti dall'Autorità per l'efficientamento del Codice di condotta commerciale<sup>27</sup>, si ritiene forniscano ad oggi una panoramica completa e appropriata in merito alla modifica delle condizioni contrattuali proposta, dotando il cliente finale di tutte le informazioni (ad esempio, spesa annua e relativo impatto, decorrenza della modifica, codice offerta) per compiere una scelta ponderata. Con questi elementi, il cliente finale ha infatti contezza dell'impatto economico della modifica e ne può valutare la vantaggiosità o meno anche confrontandola con le offerte del mercato libero.

3.22 Relativamente al punto ii. del paragrafo 3.20, l'Autorità ritiene necessario adeguare le modalità e le tempistiche previste dal Codice di condotta commerciale<sup>28</sup> al fine di meglio rispondere alla duplice esigenza di rafforzare la tutela dei clienti finali e garantire ulteriore trasparenza e certezza all'operato dei venditori nell'applicazione delle condizioni economiche a vantaggio dei clienti medesimi.

3.23 Con riferimento alle modalità di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali, per tutte le fattispecie sopra evidenziate (variazioni unilaterali, evoluzioni automatiche e rinnovi), l'Autorità ritiene opportuno specificare che la comunicazione debba essere fornita al cliente finale su supporto durevole, preventivamente accettato dal cliente finale, oltre che, come già previsto, mediante forma scritta. Con il termine "supporto durevole" si intende ogni strumento che permetta al cliente finale di conservare le informazioni che gli sono state indirizzate in modo da potervi accedere e utilizzarle per un lasso di tempo adeguato alle finalità della comunicazione, cioè

<sup>27</sup> Articolo 13, commi 3 (variazioni unilaterali), 6 (evoluzioni automatiche) e 8 (rinnovi).

<sup>28</sup> Articolo 13, commi 1 (variazioni unilaterali), 5 (evoluzioni automatiche) e 7 (rinnovi).



il lasso di tempo necessario per decidere se accettare la modifica oppure recedere dal contratto e sottoscrivere un'altra offerta (c.d. requisito di conservabilità); inoltre, il supporto durevole garantisce che il venditore non possa modificarne il contenuto (c.d. requisito di integrità) affinché il cliente finale possa accedervi così come è stato veicolato originariamente. A titolo d'esempio, la comunicazione in forma scritta su supporto durevole include, tra l'altro, la comunicazione in formato cartaceo inviata tramite posta e la comunicazione in formato elettronico, anche sotto forma di file inviato tramite posta elettronica ad un indirizzo accettato dal cliente finale per tale scopo oppure di testo presente in una sezione riservata sul sito internet o sull'app del venditore; in quest'ultimo caso, affinché l'informazione possa essere considerata come fornita su supporto durevole, il cliente deve potervi accedere per un lasso di tempo adeguato alle finalità della comunicazione (sono esclusi, quindi, i *popup* a comparsa) e il venditore deve avere informato il cliente della presenza di tali informazioni sul sito o sull'app<sup>29</sup>. Ai fini delle comunicazioni di cui all'articolo 13, commi 1, 5 e 7, del Codice di condotta commerciale non rientrerebbero, quindi, le comunicazioni vocali (anche se rese o registrate su supporto durevole) né sono da intendersi uno strumento appropriato gli SMS e le app di messaggistica istantanea, in quanto insufficienti per veicolare in maniera chiara e comprensibile al cliente finale il contenuto informativo di cui all'articolo 13, commi 3, 6 e 8; al contempo, SMS e messaggistica istantanea possono essere utilizzati, a discrezione dei venditori, come mero avviso al cliente finale dell'invio delle comunicazioni oppure come semplice promemoria della decorrenza della modifica delle condizioni contrattuali. Si ricorda altresì che, qualunque sia la modalità di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali, le stesse, come previsto dall'articolo 13 del Codice di condotta commerciale, devono essere chiaramente identificabili come tali, affinché non vengano confuse con comunicazioni aventi carattere pubblicitario o aventi, in generale, altre finalità. A titolo d'esempio, la loro finalità deve essere chiaramente specificata nell'oggetto della e-mail di trasmissione, anche con eventuali ulteriori accorgimenti atti ad evidenziare l'importanza della lettura da parte del cliente medesimo.

<sup>29</sup> Ai sensi della Sentenza della Corte di giustizia, causa C-375/15, del 25 gennaio 2017 sui prestatori di pagamento, le modifiche delle condizioni contrattuali possono essere considerate fornite su supporto durevole, nel caso di comunicazione elettronica, qualora ricorrano le seguenti condizioni: il supporto permetta al cliente di memorizzare le informazioni a lui personalmente dirette in modo da potervi accedere e riprodurle in maniera identica, per un congruo periodo di tempo, senza possibilità di alcuna modifica unilaterale del loro contenuto da parte del prestatore di servizi; e il prestatore medesimo porti a conoscenza del cliente l'esistenza e la disponibilità delle informazioni nel caso in cui il cliente finale sia obbligato a consultare un sito internet per prendere conoscenza delle informazioni in questione.

- 3.24 Con riferimento alle tempistiche di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali, in linea con le esperienze di altri settori come illustrato al paragrafo 3.14, l’Autorità ritiene opportuno ridurre da 3 a 2 mesi (60 giorni) il preavviso nel caso delle variazioni unilaterali e dei rinnovi. Le tempistiche proposte si ritengono adeguate a permettere al cliente finale di valutare la modifica e, eventualmente, scegliere di recedere dal contratto e sottoscrivere un’altra offerta<sup>30</sup>.
- 3.25 Inoltre, ad ulteriore potenziamento della conoscenza dei propri diritti da parte del cliente finale, si ritiene opportuno inserire negli elementi informativi delle comunicazioni di variazioni unilaterali (articolo 13, comma 3), evoluzioni automatiche (articolo 13, comma 6) e rinnovi (articolo 13, comma 8) l’informazione relativa al diritto del cliente finale di ricevere un indennizzo qualora le modalità e le tempistiche minime di preavviso non siano state rispettate.
- 3.26 Inoltre, con riferimento al termine di preavviso, si ritiene opportuno riformulare la disposizione di cui all’articolo 13 del Codice di condotta commerciale, eliminando l’attuale collegamento tra la presunzione di ricevimento della comunicazione e l’invio della stessa.
- 3.27 La revisione illustrata risponde a un’esigenza di chiarezza, al fine di evitare interpretazioni che possano ingenerare contenziosi tra venditori e clienti finali. Sempre nella prospettiva di rendere chiara e univoca l’applicazione della regolazione dell’Autorità, si ritiene anche opportuno chiarire – in coerenza con la natura conformativa del regolamento contrattuale che connota i provvedimenti di regolazione dell’Autorità – che, nel caso di mancato rispetto degli obblighi del venditore in materia di comunicazione di variazioni unilaterali e di rinnovi, eventuali modifiche contrattuali e/o economiche (applicate dal venditore in violazione della predetta regolazione) non trovano applicazione, – in coerenza con le finalità di tutela del consumatore finale contrattualmente debole – ad eccezione dei casi in cui le modifiche comportino una riduzione della spesa annua stimata determinata secondo i criteri dell’articolo 19 del Codice di condotta commerciale.

<sup>30</sup> A tal riguardo, si segnala che il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 210, di recepimento della direttiva (UE) 2019/944 del Parlamento europeo e del Consiglio (direttiva elettrica), ha previsto all’articolo 5, comma 5, che, in caso di adeguamento dei prezzi di fornitura dell’energia elettrica derivanti dall’intenzione del venditore di modificare le condizioni contrattuali, i clienti finali devono esserne informati con un preavviso di almeno 2 settimane, e di almeno 1 mese nel caso dei clienti domestici, rispetto alla data di applicazione del medesimo adeguamento — un tempo di preavviso inferiore rispetto quello previsto dal Codice di condotta commerciale.

3.28 Alla luce di quanto precede, relativamente alle variazioni unilaterali, si ritiene opportuno modificare come segue l'articolo 13, comma 1, del Codice di condotta commerciale (in grassetto le aggiunte):

*Qualora nel periodo di validità di un contratto di fornitura, nel quale è esplicitamente prevista la facoltà per il venditore di variare unilateralmente specifiche clausole contrattuali, si renda necessario, per giustificato motivo, il ricorso da parte del venditore a tale facoltà, il venditore ne dà comunicazione in forma scritta **su supporto durevole preventivamente accettato dal cliente finale** a ciascuno dei clienti finali interessati in modo che tale comunicazione pervenga ai clienti finali stessi con un preavviso non inferiore a **2 mesi** rispetto alla decorrenza delle variazioni.*

3.29 Relativamente alle evoluzioni automatiche, l'Autorità ritiene opportuno modificare l'articolo 13, comma 5, del Codice di condotta commerciale come segue (in grassetto le aggiunte):

*Qualora il contratto preveda, nell'arco di 12 mesi, evoluzioni automatiche delle condizioni economiche che comportino un aumento dei corrispettivi unitari determinati dal venditore, lo scadere o la riduzione di sconti, il passaggio da un prezzo fisso ad un prezzo variabile ovvero il passaggio da un prezzo variabile ad un prezzo fisso, il venditore è tenuto a darne comunicazione in forma scritta **su supporto durevole preventivamente accettato dal cliente finale** a ciascuno dei clienti finali interessati in modo che tale comunicazione pervenga ai medesimi clienti con un preavviso non inferiore a 2 mesi rispetto al termine dei suddetti 12 mesi.*

3.30 Relativamente ai rinnovi, l'Autorità ritiene opportuno modificare l'articolo 13, comma 7, del Codice di condotta commerciale come segue:

*Qualora il contratto preveda, in aggiunta all'eventuale facoltà del venditore medesimo di rinnovare, anche tacitamente, le condizioni economiche applicando le stesse condizioni economiche vigenti precedentemente alla scadenza, il rinnovo delle condizioni economiche [...] il venditore medesimo ne dà comunicazione in forma scritta **su supporto durevole preventivamente accettato dal cliente finale** a ciascuno dei clienti finali interessati, in modo che tale comunicazione pervenga ai clienti finali stessi con un preavviso non inferiore a **3 2 mesi** rispetto alla decorrenza delle nuove e differenti condizioni economiche, considerandosi decorrente il suddetto termine dal primo giorno del mese successivo a quello di ricevimento da parte del cliente stesso.*

3.31 Inoltre, si propone di inserire negli elementi informativi di cui all'articolo 13, commi 3, 6 e 8, la seguente frase:

*il diritto del cliente finale a ricevere un indennizzo automatico pari a 30 (trenta) euro nel caso di mancato rispetto dei termini e delle modalità di preavviso della comunicazione.*

3.32 Infine, si ritiene opportuno integrare l'articolo 13 del Codice di condotta commerciale con il seguente nuovo comma 11:

*Le variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali e i rinnovi delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni per i quali non siano state osservate le prescrizioni del presente articolo non trovano applicazione ad eccezione delle modifiche che comportino una riduzione della spesa stimata determinata secondo i criteri dell'articolo 19 del Codice di condotta commerciale.*

3.33 In coerenza con gli orientamenti sopra proposti si intende anche procedere ad allineare al rinnovato articolo 13 del Codice di condotta commerciale le disposizioni di cui:

- all'articolo 14, comma 1, dell'Allegato A alla deliberazione 27 luglio 2017, 555/2017/R/com in materia di rinnovo delle condizioni economiche delle offerte PLACET;
- all'articolo 3, comma 5, del TIVG<sup>31</sup> relativamente alle modalità e alle tempistiche di comunicazione al cliente finale delle condizioni economiche che troveranno applicazione nel caso in cui vengano meno le condizioni previste per il servizio di tutela della vulnerabilità.

*Q2. Si condivide l'orientamento relativamente alle modalità e tempistiche di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali ed economiche? Se no, per quale motivo?*

*Q3. Si ritiene opportuno che i venditori utilizzino solo modalità di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali che consentano sempre di verificare la ricezione? In caso affermativo, si specifichino quali modalità si ritengono opportune, sia per le comunicazioni in formato cartaceo sia in formato elettronico, motivando la risposta e segnalando eventuali criticità.*

<sup>31</sup> Testo integrato delle attività di vendita al dettaglio di gas naturale e gas diversi dal gas naturale distribuiti a mezzo di reti urbane.

#### 4 **RAFFORZAMENTO DELLE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI TELEMARKETING E TELESELLING**

- 4.1 Il ricorso da parte dei venditori ad agenzie terze per lo svolgimento dell'attività di promozione e vendita di beni e servizi è una pratica comunemente diffusa nei mercati *retail* dell'energia elettrica e/o del gas naturale così come di altri settori regolati.
- 4.2 Oltre a diversi vantaggi — ad esempio, in termini di capillarità della rete commerciale e di flessibilità del processo di acquisizione del cliente finale — tale pratica è caratterizzata da una gamma di criticità che rischiano di danneggiare, da un lato, la fiducia dei clienti finali nei mercati liberalizzati e, dall'altro lato, la reputazione dei venditori medesimi, anche in considerazione del fatto che gli agenti in questione vendono i beni e servizi a loro nome.
- 4.3 Proprio per questo motivo, i venditori devono attuare misure più efficaci e pervasive nel controllare l'operato materialmente svolto dai soggetti incaricati alla vendita, al fine di prevenire le contestazioni dei clienti finali e diminuire significativamente l'incentivo al realizzarsi di condotte scorrette e aggressive nei confronti dei clienti finali. Il livello di competenza ed attenzione deve essere necessariamente comparato al fatto che nei mercati *retail* dell'energia elettrica e del gas naturale, diversamente da altri settori, si riscontra una elevata asimmetria informativa fra cliente finale e venditore a sfavore del primo — asimmetria che prevedibilmente aumenterà con il superamento dei servizi di tutela, in quanto si affaccerà nel mercato libero una platea sempre più ampia ed eterogenea di clienti.
- 4.4 Il Codice di condotta commerciale dispone le regole di comportamento che i venditori di energia elettrica e/o di gas naturale devono osservare nei rapporti commerciali con i clienti finali, prevedendo che i venditori forniscano in modo trasparente, completo e non discriminatorio, le informazioni relative alle proprie offerte contrattuali e adottino ogni ragionevole misura per soddisfare le esigenze di informazione e assistenza dei clienti nella valutazione di tali offerte.
- 4.5 Le regole di comportamento e le disposizioni del Codice di condotta commerciale valgono anche per gli incaricati, a qualunque titolo, dei venditori e, in particolare, per coloro a cui sono affidate attività finalizzate alla promozione di offerte contrattuali o alla conclusione di contratti sia all'interno dei locali commerciali sia al di fuori degli stessi nonché mediante tecniche di comunicazione a distanza. In queste ultime, rientrano, tra l'altro, il *telemarketing* ed il *teleselling*, ovvero i contatti telefonici con operatore effettuati per finalità

promozionali e/o di vendita attraverso chiamate dirette a numerazioni fisse e mobili nazionali.

- 4.6 Inoltre, il Codice di condotta commerciale prevede che i venditori provvedano ad una formazione del personale di vendita tale da garantire la conoscenza delle caratteristiche delle offerte, del contenuto del Codice di condotta commerciale medesimo e dei diritti riconosciuti ai clienti finali, garantendone l'aggiornamento (articolo 4). I venditori devono assicurare la riconoscibilità del personale incaricato a qualunque titolo delle attività finalizzate alla promozione di offerte contrattuali ed alla conclusione di contratti e adottano misure affinché il personale non diffonda notizie non veritiere relativamente agli effetti che potrebbero derivare al cliente dalla mancata accettazione dell'offerta o atte a determinare il discredito dei concorrenti; inoltre, qualora il cliente venga contattato in luoghi diversi dalla sede o dagli uffici commerciali del venditore, il personale commerciale deve, tra l'altro, fornire, in caso di contatto solo telefonico, gli elementi identificativi e il recapito telefonico del venditore idoneo a consentire l'identificazione del personale commerciale nonché a informare il cliente finale che il contatto è finalizzato alla presentazione di un'offerta contrattuale o alla conclusione di un contratto nel mercato libero prima di richiedere qualunque dato o documento relativo alla fornitura del cliente oggetto del contatto (articolo 8). In caso di comunicazioni e messaggi pubblicitari che contengono informazioni sulle condizioni di fornitura di una o più offerte contrattuali, fatte salve le previsioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, il Codice di condotta commerciale prevede, tra l'altro, che i venditori riportino, con modalità idonee ad assicurarne una chiara percezione, almeno le informazioni relative alle caratteristiche dell'offerta e delle eventuali condizioni limitative dell'offerta medesima nonché al recapito al quale il cliente può rivolgersi per ottenere le informazioni sui contenuti del contratto (articolo 7).
- 4.7 A livello generale, i venditori sono tenuti a fornire in modo trasparente, completo e non discriminatorio le informazioni relative alle proprie offerte contrattuali e devono adottare ogni ragionevole misura per soddisfare le esigenze di informazione e assistenza dei clienti nella valutazione di tali offerte. A tal fine indicano, in tutta la modulistica e nelle comunicazioni commerciali, un recapito cui il cliente può rivolgersi per ottenere informazioni relative all'offerta (articolo 3).
- 4.8 Le disposizioni relative ai criteri di comunicazione dei prezzi di fornitura del servizio (articolo 5) e della spesa complessiva (articolo 6), tra l'altro, devono

essere rispettate qualunque sia la forma di comunicazione adottata ed è previsto che il venditore fornisca al cliente finale una serie di informazioni in occasione della proposta di un'offerta di un contratto di fornitura e in ogni caso prima della conclusione del contratto di fornitura (articolo 9).

- 4.9 Specifici obblighi sui call center dei venditori, in relazione alle chiamate in ingresso provenienti dai clienti attuali o potenziali, sono stati inoltre definiti dall'Autorità nell'ambito del TIQV<sup>32</sup>. Il testo prevede obblighi generali di servizio, ad esempio relativi al tempo di apertura del servizio di call center<sup>33</sup> o alla struttura dell'albero fonico (Parte III, Titolo I), e definisce indicatori e standard di qualità, ad esempio relativi al tempo medio di attesa per parlare con un operatore (Parte III, Titolo II), nonché dispone obblighi di registrazione e di comunicazione (Parte III, Titolo III) e specifiche attività di indagine e monitoraggio (Parte III, Titoli IV e V).
- 4.10 Anche a seguito del ripetersi di segnalazioni di presunti comportamenti aggressivi e/o non rispettosi delle norme del Codice di condotta commerciale attuati da venditori o da loro incaricati soprattutto nell'ambito di attività di *telemarketing/teleselling*, tanto più nell'attuale contesto di superamento dei servizi di tutela, l'Autorità ritiene opportuno rafforzare le disposizioni del Codice di condotta commerciale con riferimento agli obblighi dei venditori nell'ambito della commercializzazione delle offerte di energia elettrica e/o gas esplicitando in maniera più estesa la loro responsabilità nei confronti degli incaricati, a qualunque titolo, delle attività di *telemarketing* e *teleselling*.
- 4.11 Con riferimento a tali attività, giova ricordare che la legge 31 luglio 1997, n. 249<sup>34</sup>, all'articolo 1, comma 6, lettera a), numeri 5 e 6, ha istituito il Registro unico degli operatori di comunicazione e postali (di seguito: ROC), affidandone la tenuta e regolamentazione all'AGCOM. Tra i soggetti tenuti all'iscrizione al ROC (ai sensi dell'articolo 2 dell'Allegato A alla delibera AGCOM 666/08/CONS) figurano anche “*gli operatori economici esercenti l'attività di call center*” definiti come “*tutti gli operatori economici che svolgono attività di call center su numerazioni nazionali nonché i soggetti terzi affidatari dei servizi di call center*”. La legge 11 dicembre 2016, n. 232, all'articolo 1, comma 243, ha infatti disposto che “*tutti gli operatori economici che svolgono attività di call*

<sup>32</sup> Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale.

<sup>33</sup> Ai sensi dell'articolo 1 del TIQV, i call center sono definiti come è un servizio telefonico commerciale dotato di tecnologie che permettono al venditore di registrare l'inizio della risposta, l'eventuale richiesta di parlare con un operatore, se la risposta avviene tramite risponditore automatico, e l'inizio della conversazione con l'operatore o, se precedente, la fine della chiamata.

<sup>34</sup> Legge istitutiva dell'AGCOM.

*center su numerazioni nazionali devono, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, iscriversi al Registro degli operatori di comunicazione di cui alla delibera dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni n.666/08/CONS del 26 novembre 2008 e s.m.i., comunicando, altresì, tutte le numerazioni telefoniche messe a disposizione del pubblico e utilizzate per i servizi di call center. L'obbligo di iscrizione sussiste anche a carico dei soggetti terzi affidatari dei servizi di call center e deve essere contemplato nel contratto di affidamento del servizio”.*

- 4.12 AGCOM, dopo un lungo confronto con i diversi *stakeholder*, con la delibera 197/23/CONS, ha approvato il “*Codice di condotta sulle relazioni contrattuali tra operatori di comunicazioni elettroniche e partner commerciali che svolgono attività di call center*” in cui, tra l’altro, ha stabilito regole specifiche applicabili ai soggetti iscritti al ROC che svolgono attività di call center nell’acquisizione di contratti. Il Codice in argomento si concentra sulle relazioni contrattuali e tecniche tra operatori di comunicazioni elettroniche e soggetti che effettuano, a vario titolo per i primi, attività promozionale e di vendita a distanza di beni e servizi ed è caratterizzato dalla volontarietà dell’adesione dei destinatari alle disposizioni.
- 4.13 Con delibera n. 148 del 7 marzo 2024, il Garante per la protezione dei dati personali ha altresì approvato il Codice di condotta per le attività di *telemarketing* e *teleselling*, sempre ad adesione volontaria, finalizzato ad assicurare il rispetto della normativa privacy, anche al fine di contrastare i comportamenti aggressivi dei call center. I soggetti aderenti dovranno garantire la correttezza e la legittimità dei trattamenti di dati svolti lungo tutta la “filiera” del *telemarketing* con particolare riguardo alla raccolta di consensi specifici per le singole finalità (marketing, profilazione, ecc.), all’informazione sulle finalità per le quali vengono usati i dati delle persone contattate nonché alla possibilità di pieno esercizio dei diritti previsti dalla normativa in materia di privacy (opposizione al trattamento, rettifica o aggiornamento dei dati).
- 4.14 Ferme restando le iniziative sopra richiamate, che intervengono a porre degli obblighi di comportamento sui soggetti che a diverso titolo svolgono attività di *telemarketing* e *teleselling* o comunque si avvalgono di soggetti terzi per lo svolgimento di tali attività, come già evidenziato, il Codice di condotta commerciale dell’Autorità già prevede specifiche disposizioni comportamentali che valgono non solo per i venditori di energia elettrica e/o gas naturale ma anche per i loro incaricati, a qualunque titolo. Il venditore, come dispone la regolazione, rappresenta infatti l’unico responsabile con riferimento sia alla



scelta dei soggetti che svolgono l'attività di commercializzazione per suo conto sia al comportamento che i medesimi mettono in atto nello svolgimento dell'attività in argomento.

4.15 In considerazione di quanto già la regolazione dispone, ma considerando la particolare attenzione nei confronti delle attività di *telemarketing* e *teleselling*, che possono ormai essere svolte non solo con modalità tradizionali (cioè con la presenza della persona fisica), ma anche con modalità automatizzate (sistemi di chiamata senza l'intervento di un operatore) o miste, specialmente in un contesto di mercati concorrenziali in continua e rapida evoluzione, si ritiene opportuno, ai fini di una maggiore conoscenza di tali obblighi da parte sia dei venditori sia dei corrispondenti diritti dei clienti finali, esplicitare nel medesimo Codice l'obbligo per i venditori di garantire il rispetto delle regole di comportamento e delle disposizioni in materia di trasparenza e correttezza precontrattuale anche da parte degli eventuali soggetti esterni a cui sono affidate attività finalizzate alla promozione di offerte contrattuali o alla conclusione di contratti tramite contatto telefonico.

4.16 In particolare, si intende esplicitare nel Codice di condotta commerciale che i venditori:

- sono responsabili del rispetto delle disposizioni del Codice di condotta a prescindere dalla tecnologia utilizzata (tradizionale o automatizzata) e dalla modalità organizzativa con cui i servizi telefonici di contatto sono resi, senza alcuna differenziazione tra servizi prestati direttamente o indirettamente, ossia tramite società di servizi cui viene affidata la gestione degli stessi;
- in caso di affidamento a terzi dell'attività di call center, sono tenuti ad avvalersi di soggetti iscritti al ROC e dotati di requisiti di qualità e affidabilità professionale nonché ad effettuare controlli sulle modalità di acquisizione di clienti;
- sono tenuti a garantire elevati livelli qualitativi delle attività di contatto, in termini di adeguata preparazione del personale preposto, anche al fine di rispettare gli specifici obblighi informativi del Codice di condotta commerciale;
- devono assicurare che nella fornitura dei servizi telefonici di contatto siano garantiti i diritti dei clienti finali relativi al riconoscimento e alla possibilità di richiamare il numero da cui ricevono la telefonata commerciale;

- devono regolare l'utilizzo della sub-contrattualizzazione per lo svolgimento dell'attività di promozione/vendita mediante contatto telefonico prevedendo che il soggetto a cui l'attività di promozione o vendita è stata affidata/appaltata (o eventualmente subappaltata) vigili sul rispetto da parte dei propri dipendenti (o eventualmente *sub-contractor*) delle direttive impartite e delle procedure stabilite dal venditore, impegnandosi, in caso di eventuale violazione, ad applicare meccanismi disincentivanti e misure disciplinari applicabili dal soggetto a cui l'attività di promozione o vendita è stata appaltata;
- definiscono misure per effettuare il monitoraggio e il controllo sull'attività svolta dai soggetti a cui è appaltata/affidata l'attività di promozione/vendita con specifici interventi sanzionatori, qualora necessari, in caso di inottemperanza a quanto stabilito nel Codice di condotta e alla normativa vigente.

4.17 Unitamente alla misura di cui al precedente punto, l'Autorità, per quanto di competenza, ritiene che un ruolo importante possa essere svolto anche dall'autoregolamentazione al fine di prevenire il fenomeno del *telemarketing* e *teleselling* scorretto ed aggressivo.

4.18 Allo scopo, l'Autorità valuta positivamente eventuali protocolli di autoregolamentazione volontaria di cui possono dotarsi i venditori, sia singolarmente sia in forma congiunta, a condizione che gli impegni assunti siano integranti gli estremi della diligenza professionale ed ulteriori rispetto agli obblighi regolatori già fissati in fase precontrattuale dalla medesima Autorità.

4.19 Il codice di autoregolamentazione potrebbe essere utile per uniformare gli standard di qualità sulla rete vendita esterna, consolidando eventuali *best practice*, anche al fine di consentire l'individuazione di procedure con i relativi controlli, mediante un audit distinto dalla funzione commerciale, che garantisca l'attuazione e il monitoraggio del protocollo di autoregolamentazione medesimo. Inoltre, un siffatto codice potrebbe costituire un elemento distintivo del singolo venditore nella commercializzazione delle offerte poiché sarebbe ulteriore indice di una particolare attenzione alla trasparenza nel rapporto con il cliente finale fin dalla sua contrattualizzazione.

4.20 Inoltre, i protocolli di autoregolamentazione potrebbero non limitarsi al *telemarketing* e al *teleselling*, ma riguardare tutte le tecniche di commercializzazione e contrattualizzazione a distanza e al di fuori dei locali

commerciali, con riferimento esemplificativo e non esaustivo ai siti di comparazione delle offerte e di consulenza energetica.

*Q4. Si condivide l'orientamento relativo al rafforzamento delle disposizioni in materia di telemarketing e teleselling? Se no, per quale motivo?*

*Q5. Se si condivide l'orientamento, si ritiene vi siano ulteriori disposizioni da tenere in considerazione? Se sì, quali e perché.*

## **5 TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE**

Si propone che le modifiche al Codice di condotta commerciale proposte negli orientamenti 2, 3 e 4 decorrano dal 1° settembre 2024.

*Q6. Si condivide l'orientamento relativo alle tempistiche di attuazione? Se no, per quale motivo e quale tempistica si ritiene più adeguata?*