

DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE
304/2026/R/COM

**REVISIONE DELLA REGOLAZIONE PRECONTRATTUALE E
CONTRATTUALE NEI MERCATI AL DETTAGLIO DI
ENERGIA ELETTRICA E GAS NATURALE**

Documento per la consultazione
Mercati di incidenza: energia elettrica, gas naturale
6 agosto 2026

Premessa

Il presente documento per la consultazione si inserisce nell'ambito del procedimento avviato con la deliberazione dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (di seguito: Autorità) 26 maggio 2026, 188/2026/R/com (di seguito: deliberazione 188/2026/R/com), per l'adozione di provvedimenti funzionali alla riforma della regolazione precontrattuale e contrattuale nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, di cui al Codice di condotta commerciale, nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali.

Con il presente documento per la consultazione sono quindi presentati gli orientamenti dell'Autorità in merito agli obblighi dei venditori in caso di modifiche delle condizioni contrattuali, agli obblighi informativi legati ai contratti con prezzo dinamico dell'energia elettrica, sconti e prodotti/servizi aggiuntivi nonché alle misure di correttezza, adeguatezza e trasparenza nella consulenza e nella stipula dei contratti, con un focus specifico sulla tutela e i diritti dei clienti vulnerabili.

Gli orientamenti del presente documento per la consultazione sono coerenti con le linee e le misure di intervento di valenza strategica che orienteranno l'attuale Consiliatura nel periodo 2026–2029 e che sono state illustrate nell'ambito del documento per la consultazione 9 luglio 2026, 244/2026/A (di seguito: documento per la consultazione 244/2026/A), tra cui la protezione del consumatore e il rafforzamento della fiducia in un mercato che sia in grado di trasferire i relativi benefici.

*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 o, in alternativa, all'indirizzo di posta elettronica certificata (protocollo@pec.arera.it) entro il **21 settembre 2026**.*

Si rinvia all'Informativa sul trattamento dei dati personali contenuta nel presente documento per l'indicazione delle modalità di trattamento dei dati personali.

Le osservazioni pervenute potranno essere pubblicate sul sito internet dell'Autorità al termine della consultazione. Si invita pertanto a non inserire dati personali, o informazioni che comunque consentano di rivelare l'identità del rispondente o di terzi, nel corpo del contributo inviato, ivi inclusa l'eventuale firma olografa del rappresentante legale del rispondente. L'Autorità non risponde dell'eventuale pubblicazione di tali dati, anche nell'ipotesi in cui siano contenuti nella ragione sociale o nella denominazione del partecipante alla consultazione. I partecipanti alla consultazione possono chiedere che, per motivate esigenze di riservatezza, i propri commenti siano pubblicati in forma anonima.

I partecipanti alla consultazione che intendono salvaguardare la riservatezza o la segretezza, in tutto o in parte, delle osservazioni e/o della documentazione inviata, sono tenuti ad indicare quali parti sono da considerare riservate e non possono essere divulgate, evidenziando in apposite appendici le parti che si intendono sottrarre alla pubblicazione. In tale caso i soggetti interessati dovranno inviare su supporto informatico anche la versione priva delle parti riservate, destinata alla pubblicazione qualora la richiesta di riservatezza sia accolta dagli Uffici dell'Autorità. Una generica

indicazione di confidenzialità presente nelle comunicazioni trasmesse non sarà considerata quale richiesta di pubblicazione in forma anonima o di non divulgazione dei contributi inviati.

In assenza di richieste di salvaguardia di riservatezza o segretezza e/o in caso di mancato invio delle versioni omissate le osservazioni sono pubblicate in forma integrale.

**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
tel. 02.655.65.608
e-mail: mercati@arera.it
PEC: protocollo@pec.arera.it
sito internet: 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 Titolare del Trattamento

Titolare del trattamento è ARERA, con sede in Piazza Cavour 5, 20121, Milano, e-mail: info@arera.it, PEC: protocollo@pec.arera.it, centralino: +39 02655651.

Per ogni chiarimento rispetto al trattamento oggetto della presente informativa è possibile contattare il Responsabile della Protezione dei dati (RPD) all'indirizzo e-mail rpd@arera.it, oppure scrivendo agli indirizzi del Titolare, all'attenzione del RPD. Le richieste saranno riscontrate nei termini di cui all'articolo 12 del GDPR.

2 Categorie di dati trattati, base giuridica e finalità del trattamento

Ai fini della partecipazione alla presente consultazione pubblica sono richiesti unicamente nome, cognome e indirizzo e-mail professionale del rispondente per conto del soggetto partecipante alla procedura.

Si invita a non inserire dati personali, o informazioni che comunque consentano di rivelare l'identità del rispondente o di terzi, nel corpo del contributo inviato, ivi inclusa l'eventuale firma olografa del rappresentante legale del rispondente. L'Autorità non risponde dell'eventuale pubblicazione di tali dati, anche nell'ipotesi in cui siano contenuti nella ragione sociale o nella denominazione del partecipante alla consultazione.

Il trattamento di tali dati personali è svolto esclusivamente per lo svolgimento di compiti di interesse pubblico e per adottare gli atti di competenza dell'Autorità ai sensi della normativa vigente. Il trattamento è effettuato ai sensi dell'articolo 6, par. 1, lett. e), del GDPR.

3 Modalità del trattamento e periodo di conservazione dei dati

I dati personali indicati 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.

4 Tempi di conservazione

I dati personali saranno conservati per un periodo massimo di 5 anni.

5 Comunicazione e diffusione dei dati

I dati personali conferiti ai fini della partecipazione alla consultazione, come individuati al precedente punto 2, non saranno diffusi o 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. I dati personali delle persone fisiche che rispondono alla consultazione nella loro capacità personale non saranno oggetto di pubblicazione.

6 Diritti dell'interessato

Gli interessati possono esercitare i diritti di cui agli articoli 15-22 del GDPR rivolgendosi al Responsabile della Protezione dei Dati personali dell'Autorità agli indirizzi sopra indicati.

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

1	INTRODUZIONE.....	6
2	OBBLIGHI DEI VENDITORI IN MATERIA DI MODIFICA DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI.....	8
	A. INTRODUZIONE	8
	B. CONTESTO NORMATIVO E REGOLATORIO DI INTERESSE	8
	C. ORIENTAMENTI DELL'AUTORITÀ	13
3	OBBLIGHI INFORMATIVI DEI VENDITORI IN MATERIA DI CONTRATTI DI FORNITURA CON PREZZO DINAMICO DELL'ENERGIA ELETTRICA.....	19
	A. INTRODUZIONE	19
	B. CONTESTO NORMATIVO E REGOLATORIO DI INTERESSE	20
	C. ORIENTAMENTI DELL'AUTORITÀ	26
	D. ANALISI DI IMPATTO DELLA REGOLAZIONE	31
4	OBBLIGHI INFORMATIVI DEI VENDITORI IN MATERIA DI CONTRATTI DI FORNITURA CON SCONTI E PRODOTTI/SERVIZI AGGIUNTIVI.....	36
	A. INTRODUZIONE	36
	B. CONTESTO NORMATIVO E REGOLATORIO DI INTERESSE	36
	C. ORIENTAMENTI DELL'AUTORITÀ	41
5	MISURE DI CORRETTEZZA, TRASPARENZA E ADEGUATEZZA NELLA FORMULAZIONE DI UN'OFFERTA A TUTELA DEI CLIENTI VULNERABILI	48
	A. INTRODUZIONE	48
	B. CONTESTO NORMATIVO E REGOLATORIO DI INTERESSE	48
	C. ORIENTAMENTI DELL'AUTORITÀ	52
6	TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE.....	57
	A. IMPLEMENTAZIONE DELLE MISURE DI CUI AL CAPITOLO 2 PER I CONTRATTI IN ESSERE	57
	MODULO PER LA COMUNICAZIONE DI VARIAZIONI UNILATERALI DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI.....	59
	MODULO PER LA COMUNICAZIONE DI EVOLUZIONI AUTOMATICHE DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE	61
	MODULO PER LA COMUNICAZIONE DI RINNOVI CON MODIFICA DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE.....	62

1 INTRODUZIONE

- 1.1. Il presente documento per la consultazione, che si colloca nell'ambito del procedimento avviato con la deliberazione 188/2026/R/com, illustra gli orientamenti dell'Autorità in merito all'adozione di interventi di riforma della regolazione precontrattuale e contrattuale nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, disciplinata dal Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica e di gas naturale ai clienti finali (di seguito: Codice di condotta commerciale)¹.
- 1.2. Gli orientamenti illustrati nel presente documento perseguono l'obiettivo di garantire una maggiore trasparenza contrattuale e la piena confrontabilità delle offerte, al fine di supportare i clienti finali di piccole dimensioni nella partecipazione attiva ai mercati energetici e di rafforzarne il livello di tutela, tenendo conto dell'evoluzione normativa e regolatoria che ha interessato i medesimi mercati, nonché del contesto concorrenziale caratterizzato da un elevato numero di venditori e da una crescente disponibilità di offerte, unitamente al dinamismo delle strategie commerciali adottate dagli operatori e al progressivo processo di digitalizzazione dei rapporti tra clienti e venditori. Le misure prospettate sono volte ad assicurare che i clienti dispongano di informazioni complete e adeguate sia nella fase di sottoscrizione di nuovi contratti sia in occasione di modifiche o rinnovi contrattuali, e che siano pienamente consapevoli dei propri diritti, incluse le eventuali opzioni di scelta alternative al mercato libero.
- 1.3. Nell'ambito dell'obiettivo generale di cui al precedente punto 1.2, il presente documento persegue i seguenti obiettivi specifici:
 - a. promuovere la piena consapevolezza del cliente finale in merito alle modifiche delle condizioni contrattuali, e rafforzare il suo potere contrattuale, anche attraverso la previsione dell'acquisizione del consenso espresso del cliente finale qualora tali modifiche non risultino migliorative, intendendo, per migliorative, le modifiche che comportino una diminuzione di corrispettivi unitari previsti in contratto, in linea con quanto già previsto all'articolo 13, comma 11, del Codice di condotta commerciale, nonché mediante la semplificazione e la standardizzazione delle relative comunicazioni;
 - b. introdurre specifici obblighi informativi a carico dei venditori nei casi di contratti di fornitura di energia elettrica con prezzo dinamico, caratterizzati da una maggiore granularità del prezzo applicato ai consumi fatturati al cliente finale;
 - c. aggiornare gli obblighi informativi a carico dei venditori con riferimento alle politiche di sconto e ai prodotti e servizi aggiuntivi;
 - d. rafforzare la correttezza, la trasparenza e l'adeguatezza delle attività di consulenza e di formulazione delle proposte contrattuali di fornitura al cliente finale, svolte direttamente dai venditori ovvero tramite le rispettive reti di vendita, con particolare riferimento alla diffusione delle informazioni sui diritti dei clienti vulnerabili.

¹ Allegato A alla deliberazione 28 giugno 2018, 366/2018/R/com.

- 1.4. Gli orientamenti del presente documento per la consultazione sono coerenti con le linee e le misure di intervento di valenza strategica che orienteranno l'attuale Consiliatura nel periodo 2026–2029 e che sono state illustrate nell'ambito del documento per la consultazione 244/2026/A, tra cui la protezione del consumatore e il rafforzamento della fiducia in un mercato che sia in grado di trasferire i relativi benefici. Al riguardo, viene, tra l'altro, rimarcata *“l'esigenza di rafforzare la tutela del cliente finale nei rapporti contrattuali di fornitura, anche mediante il superamento di meccanismi fondati sul silenzio assenso nei casi in cui il venditore intenda introdurre modifiche unilaterali peggiorative delle condizioni economiche o di altre clausole contrattuali”*. In questa prospettiva, l'obiettivo strategico posto è quello di assicurare che — in coerenza coi principi generali del diritto dei contratti e di quelli contenuti nel settore disciplinare specifico — il potere del venditore di modificare unilateralmente le condizioni contrattuali (quale che sia la denominazione e il meccanismo negoziale che in concreto riconosca al venditore un tale potere) non sia privo di limitazioni. A questi fini, le modifiche delle condizioni contrattuali suscettibili di incidere negativamente sulla sfera del cliente devono essere, in assenza di giustificato motivo, subordinate al consenso espresso di quest'ultimo.
- 1.5. In considerazione del potenziale impatto del provvedimento finale e al fine di favorire la più ampia partecipazione al procedimento da parte dei soggetti interessati, con particolare riguardo alle associazioni rappresentative dei consumatori e dei clienti di piccole dimensioni, l'Autorità ha sottoposto il procedimento di cui alla deliberazione 188/2026/R/com all'analisi di impatto della regolazione (di seguito: AIR)², con modalità semplificate per gli aspetti di maggiore rilevanza.
- 1.6. Il documento è strutturato come segue:
- il capitolo 2 illustra il contesto normativo e regolatorio degli obblighi dei venditori in materia di modifica delle condizioni contrattuali e i relativi orientamenti;
 - il capitolo 3 illustra il contesto normativo e regolatorio degli obblighi informativi dei venditori in materia di contratti di fornitura con prezzo dinamico dell'energia elettrica e i relativi orientamenti;
 - il capitolo 4 illustra il contesto normativo e regolatorio degli obblighi informativi dei venditori in materia di contratti di fornitura con sconti e/o prodotti e/o servizi aggiuntivi e i relativi orientamenti;
 - il capitolo 5 illustra il contesto normativo e regolatorio degli obblighi dei venditori in materia di misure di correttezza, trasparenza e adeguatezza delle attività di consulenza e di formulazione di un contratto di fornitura, con particolare riferimento alla diffusione delle informazioni sui diritti dei clienti vulnerabili, e i relativi orientamenti;
 - il capitolo 6 illustra gli orientamenti dell'Autorità in merito alle tempistiche di attuazione degli interventi prospettati.

² La metodologia AIR è stata inizialmente adottata dall'Autorità con deliberazione 3 ottobre 2008, GOP 46/08. Con la deliberazione 18 giugno 2025, 255/2025/A, l'Autorità ha adottato un nuovo regolamento per lo svolgimento dell'AIR.

2 OBBLIGHI DEI VENDITORI IN MATERIA DI MODIFICA DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI

A. Introduzione

- 2.1. Uno dei principali obiettivi che l'Autorità ha inteso perseguire nell'ambito della regolazione del mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica e di gas naturale è rappresentato dal rafforzamento della consapevolezza e del potere negoziale dei clienti finali di piccole dimensioni, al fine di consentire una loro maggiore partecipazione attiva al mercato.
- 2.2. In tale ambito, rientrano, tra l'altro, le previsioni del Codice di condotta commerciale in materia di obblighi informativi dei venditori in caso di modifica delle condizioni contrattuali, volte a garantire una sempre maggiore trasparenza nell'ambito dell'ordinario rapporto contrattuale con il venditore e a dotare il cliente finale degli strumenti conoscitivi appropriati per valutare con adeguata chiarezza la convenienza delle nuove condizioni proposte. Solo in tal modo, invero, il cliente può compiere una scelta informata e consapevole, decidendo se accettare le modifiche o, in alternativa, esercitare il diritto di recesso, eventualmente sottoscrivendo una nuova offerta più rispondente alle proprie esigenze.

B. Contesto normativo e regolatorio di interesse

- 2.3. Il diritto dei clienti finali di ricevere da parte dei venditori una comunicazione adeguata in merito alle modifiche delle condizioni contrattuali è stato riconosciuto dal legislatore europeo sia con riferimento al mercato dell'energia elettrica con la direttiva (UE) 2019/944 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 5 giugno 2019 (di seguito: direttiva 2019/944 o direttiva elettrica) sia con riferimento al mercato del gas naturale con la direttiva (UE) 2024/1788 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 13 giugno 2024 (di seguito: direttiva 2024/1788 o direttiva gas).
- 2.4. In materia di energia elettrica, il legislatore nazionale è intervenuto disciplinando specificatamente lo *ius variandi* nell'ambito di contratti di fornitura. In particolare, in attuazione della direttiva (UE) 2019/944, il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 210 (di seguito: decreto legislativo 210/21) attribuisce al cliente finale, all'articolo 5, comma 5, il diritto di ricevere dal fornitore una comunicazione chiara, comprensibile e tempestiva dell'intenzione di modificare le condizioni contrattuali e di esercitare, in presenza dello *ius variandi*, la facoltà di recedere dal contratto. In caso di adeguamento del prezzo di fornitura, il cliente finale ha altresì diritto a essere informato dei motivi e prerequisiti dell'adeguamento e della sua entità, con un preavviso di almeno due settimane ovvero di almeno un mese, qualora si tratti di clienti civili, rispetto alla data di applicazione del medesimo adeguamento. Sono espressamente escluse dall'obbligo di comunicazione le variazioni dei corrispettivi che derivano da indicizzazione o adeguamento automatico degli stessi non determinati dal fornitore.
- 2.5. Inoltre, in tutti i casi di modifica contrattuale, l'articolo 5, comma 6, del decreto legislativo 210/21 prevede, come rilevato, in capo al cliente finale il diritto di recedere dal contratto disciplinando modalità e tempistiche per il relativo esercizio³.

³ In particolare, l'articolo 5, comma 6, del decreto legislativo 210/21 prevede che il cliente finale può recedere dal contratto, con dichiarazione inviata al fornitore, mediante lettera raccomandata con ricevuta di ritorno ovvero mediante

- 2.6. Da ultimo, il legislatore è intervenuto nuovamente in tema di *ius variandi* introducendo, all'articolo 2, comma 1, del decreto legislativo 7 gennaio 2026, n. 3 (di seguito: decreto legislativo 3/26), che ha modificato l'articolo 5, comma 7, del decreto legislativo 210/21, il divieto per i venditori di modificare unilateralmente in maniera sfavorevole le condizioni contrattuali economiche e di durata dei contratti di fornitura di energia elettrica a tempo determinato e a prezzo fisso. Come chiarito dall'Autorità sin dalla deliberazione 6 giugno 2023, 250/2023/R/com, ai fini della tutela del cliente finale, alla posizione che il cliente assume in un contratto a tempo determinato e a prezzo fisso è assimilabile quella del cliente che ha sottoscritto un contratto a tempo indeterminato, ma con condizioni economiche a prezzo fisso e a tempo determinato: anche con riferimento a contratti di fornitura così strutturati — diffusi nella prassi commerciale dei mercati nazionali dell'energia al dettaglio — opera pertanto il predetto divieto di modificare unilateralmente *in peius* le condizioni economiche o la loro durata.
- 2.7. L'obiettivo di garantire ai clienti finali di piccole dimensioni una informativa adeguata in merito alle eventuali modifiche delle condizioni contrattuali, riducendo le asimmetrie informative e rafforzando la loro capacità di assumere decisioni consapevoli e ponderate in merito alla prosecuzione del contratto di fornitura, è stato perseguito negli anni anche dalla regolazione dell'Autorità.
- 2.8. Il Codice di condotta commerciale, infatti, disciplina le modalità e i termini minimi di preavviso per le comunicazioni di modifica contrattuale, al fine di dare al cliente finale una migliore informazione e garantire un tempo congruo per valutare la convenienza della proposta dell'operatore.
- 2.9. In particolare, l'articolo 13 del Codice di condotta commerciale⁴ prevede specifici obblighi dei venditori facendo riferimento a tre diverse casistiche:
- 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).
- 2.10. 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*⁵, di una clausola contrattuale nella quale è prevista esplicitamente la possibilità di variare unilateralmente specifiche condizioni contrattuali (anche relative al prezzo). A riguardo, il Codice di condotta commerciale, nella sua attuale formulazione, prevede che il venditore:
- dia comunicazione della variazione unilaterale in forma scritta su supporto durevole, preventivamente accettato dal cliente finale, a ciascuno dei clienti

posta elettronica, anche ordinaria, entro il termine indicato dal fornitore, comunque non inferiore a dieci giorni lavorativi, decorrente dal ricevimento della comunicazione. La comunicazione indica gli indirizzi, ivi compreso almeno un indirizzo di posta elettronica ordinaria, ai quali la dichiarazione di recesso può essere trasmessa.

⁴ L'articolo 13 del Codice di condotta commerciale è stato da ultimo modificato con le deliberazioni 26 maggio 2026, 189/2026/R/com e 16 luglio 2026, 255/2026/R/com.

⁵ Il giustificato motivo deve avere carattere oggettivo, dovendo trattarsi di fattori sopravvenuti non imputabili all'impresa che abbiano alterato significativamente l'equilibrio economico finanziario dell'operazione economica.

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. In caso di variazione unilaterale delle condizioni economiche che comporti esclusivamente una diminuzione di corrispettivi previsti in contratto e determinati dal venditore il termine di preavviso deve essere non inferiore ad un mese rispetto alla decorrenza delle suddette variazioni (articolo 13, comma 1);

- invii al cliente finale, destinatario della comunicazione, un apposito avviso dell'avvenuto invio della comunicazione stessa, rispettando una tempistica tale da garantire che l'avviso pervenga prima della data di decorrenza della variazione unilaterale proposta, qualora il venditore disponga di recapiti idonei a tale scopo forniti dal cliente finale (articolo 13, comma 1);
- nel caso di contratti di fornitura di energia elettrica a tempo determinato e a prezzo fisso, non possa modificare unilateralmente in maniera sfavorevole le condizioni contrattuali economiche e di durata. In relazione ai contratti di fornitura di energia elettrica a tempo indeterminato che prevedono condizioni economiche a prezzo fisso efficaci per un periodo determinato del rapporto contrattuale, tale divieto opera durante la vigenza delle condizioni economiche medesime (articolo 13, comma 1*bis*);
- 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);
- riporti nella comunicazione l'intestazione "Proposta di modifica unilaterale del contratto", che in caso di invio telematico deve coincidere con l'eventuale oggetto del messaggio di trasmissione della comunicazione, e vi inserisca, per ciascuna delle modifiche proposte, specifici elementi informativi, quali 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 risultante dalla modifica medesima e la stima della spesa annua, il riferimento al Portale Offerte e il diritto del cliente finale di ricevere un indennizzo automatico pari a 30 (trenta) euro nel caso di mancato rispetto dei termini di preavviso della comunicazione (articolo 13, comma 3);
- non possa trasmettere le informazioni di cui al precedente punto, che hanno contenuto vincolato, all'interno dei documenti di fatturazione o all'interno di comunicazioni di altra natura e, in ogni caso, 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);
- nel caso di variazioni derivanti dalla scadenza o riduzione di sconti o dall'aumento di corrispettivi unitari non legati all'andamento dei mercati

all'ingrosso, integri la comunicazione con l'indicazione dell'impatto di tali variazioni sulla spesa annua secondo criteri predefiniti (articolo 13, commi 9 e 10).

2.11. Le **evoluzioni automatiche delle condizioni economiche** riguardano, invece, variazioni già predeterminate nel contratto sottoscritto dal cliente finale. 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, in tale caso, il venditore è tenuto a:

- trasmettere la comunicazione in forma scritta su supporto durevole, preventivamente accettato dal cliente finale, 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 (articolo 13, comma 5);
- inserire nella comunicazione specifici elementi informativi, quali 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, il riferimento al Portale Offerte e il diritto del cliente finale a ricevere un indennizzo automatico pari a 30 (trenta) euro nel caso di mancato rispetto dei termini di preavviso della comunicazione (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, integrare la comunicazione con l'indicazione dell'impatto di tali variazioni sulla spesa annua secondo criteri predefiniti (articolo 13, commi 9 e 10).

2.12. I **rinnovi delle condizioni economiche con modifica delle stesse** si riferiscono ai casi in cui il contratto preveda quanto segue:

- i. la validità delle condizioni economiche per un periodo di tempo predefinito;
- ii. la facoltà, per il venditore, di applicare nuove e differenti condizioni economiche per un successivo periodo anch'esso predefinito;
- iii. l'applicazione automatica, alla scadenza del primo periodo, delle nuove condizioni economiche, ferma restando la possibilità per il cliente finale di esercitare il diritto di recesso.

In tali casi, il Codice di condotta commerciale prevede che il venditore:

- dia comunicazione del rinnovo delle condizioni economiche con modifica delle medesime condizioni 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 mesi rispetto alla decorrenza delle nuove e differenti condizioni economiche (articolo 13, comma 7);
- invii al cliente finale, destinatario della comunicazione, un apposito avviso dell'avvenuto invio della comunicazione stessa, rispettando una tempistica

tale da garantire che l'avviso pervenga prima della data di decorrenza del rinnovo proposto, qualora il venditore disponga di recapiti idonei a tale scopo forniti dal cliente finale (articolo 13, comma 7);

- riporti nella comunicazione l'intestazione "Proposta di rinnovo con modifica delle condizioni economiche", che in caso di invio telematico deve coincidere con l'eventuale oggetto del messaggio di trasmissione della comunicazione, e vi inserisca 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, il riferimento al Portale Offerte Luce e Gas e il diritto del cliente finale a ricevere un indennizzo automatico pari a 30 (trenta) euro nel caso di mancato rispetto dei termini di preavviso della comunicazione (articolo 13, comma 8);
- non possa trasmettere le informazioni di cui al precedente punto, che hanno contenuto vincolato, all'interno dei documenti di fatturazione o all'interno di comunicazioni di altra natura e, in ogni caso, congiuntamente agli stessi, salvo il caso in cui il rinnovo si configuri come una riduzione dei corrispettivi originariamente previsti in contratto (articolo 13, comma 8);
- nel caso di variazioni derivanti dalla scadenza o riduzione di sconti o dall'aumento di corrispettivi unitari non legati all'andamento dei mercati all'ingrosso, integri la comunicazione con l'indicazione dell'impatto di tali variazioni sulla spesa annua secondo criteri predefiniti (articolo 13, commi 9 e 10);
- trasmetta al cliente finale, congiuntamente alla comunicazione di cui sopra, la Scheda sintetica di cui all'Allegato 1 del Codice di condotta commerciale, predisposta secondo quanto previsto all'articolo 9, comma 2, del testo medesimo, e cioè in formato semplificato⁶.

2.13. Inoltre, il Codice di condotta commerciale prevede l'inefficacia delle variazioni unilaterali e dei rinnovi delle condizioni economiche con modifica, qualora non siano osservate le prescrizioni illustrate rispettivamente ai punti 2.10 e 2.12, ad eccezione del caso in cui comportino una diminuzione di corrispettivi unitari previsti in contratto (a beneficio quindi del cliente finale). In tali casi (di inefficacia della modifica *in peius*) continuano, quindi, ad applicarsi le condizioni precedenti alla prevista decorrenza delle modifiche proposte (articolo 13, comma 11).

2.14. Nonostante i diversi interventi regolatori sopra illustrati, le associazioni rappresentative dei clienti finali hanno manifestato la necessità di standardizzare ulteriormente le comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali,

⁶ In questo caso, il venditore consegna la Scheda sintetica, corrispondente al tipo di cliente finale e al tipo di prezzo, priva di documenti allegati, compilata nel rispetto di quanto previsto al Titolo VII, ad eccezione delle parti "attivazione della fornitura", "diritto di ripensamento", "operatore commerciale" e "documenti allegati alla Scheda sintetica" che dovranno riportare l'indicazione "non applicabile".

auspicando che l'Autorità definisca un modello uniforme per tutti i venditori, così da consentire ai clienti finali interessati di cogliere più agevolmente e in maniera immediata gli elementi essenziali caratterizzanti la modifica proposta.

- 2.15. Più in generale, le medesime associazioni evidenziano che i dispositivi di variazione unilaterale o di rinnovo con modifiche delle condizioni economiche attribuiscono alla parte venditrice un potere contrattuale che richiede adeguati contrappesi che assicurino l'equilibrio del sinallagma contrattuale con particolare riferimento ai clienti finali di piccole dimensioni: si ritiene, infatti, che tali contrappesi non possano ridursi ai soli obblighi informativi attualmente previsti, e al riconoscimento del diritto di recesso a un cliente finale che, in molti casi, resta “inerte” e “passivo” rispetto alle proposte di modifica da parte del venditore.

C. Orientamenti dell'Autorità

- 2.16. Alla luce degli elementi riportati e al fine di assicurare che il cliente finale disponga di tutti gli strumenti necessari per effettuare scelte consapevoli, l'Autorità ritiene opportuno adeguare gli attuali obblighi posti in capo ai venditori qualora si avvalgano della facoltà di modificare le condizioni contrattuali.
- 2.17. Tali modifiche devono avvenire per un *giustificato motivo*, cioè a fronte di un mutamento eccezionale delle condizioni operative generali, economiche o normative, che possono riflettersi sui costi dell'operatore economico. Le sopravvenienze non possono consistere in mere difficoltà interne alla gestione aziendale riconducibili a scelte e strategie dell'impresa. Le modifiche unilaterali peggiorative devono ritenersi consentite nella misura strettamente necessaria a ricondurre il contratto ai livelli di equilibrio pattuiti al momento della sua conclusione. Il cliente finale deve essere posto in condizione di conoscere preventivamente le giustificazioni addotte dall'operatore economico a supporto della modifica prospettata.
- 2.18. Sulla base di un approccio *customer-first* incentrato sul cliente finale e in coerenza con gli obiettivi strategici dell'Autorità richiamati nel Capitolo 1 e con quanto evidenziato al punto precedente, gli obblighi dei venditori in materia di modifica delle condizioni contrattuali dovrebbero essere definiti tenendo conto delle esigenze e delle caratteristiche dei clienti finali di piccole dimensioni, cui si rivolgono le disposizioni del Codice di condotta commerciale. In tale prospettiva, gli obblighi in argomento dovrebbero essere strutturati in modo tale da garantire che il cliente finale:
- a. comprenda, senza eccessivi sforzi cognitivi, le informazioni fornite dal venditore in relazione alle modifiche contrattuali proposte, anche al fine di utilizzare agevolmente tali informazioni per confrontare le diverse offerte presenti sul mercato libero;
 - b. manifesti espressamente il proprio consenso qualora la modifica delle suddette condizioni avvenga *senza giustificato motivo* ed in modo non migliorativo rispetto alle condizioni economiche originariamente concordate nel contratto di fornitura — ciò che vale quindi sia in caso di variazioni unilaterali sia in caso di rinnovi delle condizioni economiche con modifica (di cui rispettivamente ai punti 2.10 e 2.12), non invece per le evoluzioni automatiche (punto 2.11) in cui la modifica delle condizioni contrattuali è

predeterminata in modo esatto nel suo contenuto e nota al cliente in occasione della conclusione del contratto.

Richiesta e acquisizione del consenso espresso per l'entrata in vigore di nuove condizioni economiche a seguito variazioni unilaterali o di rinnovi con modifica delle condizioni economiche

- 2.19. Come già chiarito sopra (punto 2.10), 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*), riconoscendosi al cliente finale l'eventuale volontà di esercitare il recesso, senza oneri, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente. I c.d. rinnovi delle condizioni economiche con modifica delle stesse (punto 2.12) si riferiscono, invece, al caso in cui il contratto preveda: a) *la validità delle condizioni economiche per un periodo di tempo predefinito inferiore rispetto alla durata complessiva del contratto*; b) *la facoltà, per il venditore, di applicare nuove e differenti condizioni economiche per un successivo periodo anch'esso predefinito*; c) *l'applicazione automatica, alla scadenza del primo periodo, delle nuove condizioni economiche, ferma restando la possibilità per il cliente finale di esercitare il diritto di recesso*.
- 2.20. Mentre, quindi, le variazioni unilaterali realizzano un'ordinaria declinazione del c.d. *ius variandi*, ossia d'un diritto potestativo, per la parte venditrice, di modificare unilateralmente le condizioni contrattuali *in qualunque momento* della fase esecutiva del contratto, i c.d. rinnovi con modifica, invece, consistono in un diritto della parte venditrice di modificare le condizioni economiche del contratto limitato, però, allo *specifico momento di ogni scadenza* del predeterminato periodo di loro applicazione. In altre parole, e in sintesi, mentre le variazioni unilaterali consistono in modifiche di clausole del contratto e possono trovare applicazione in ogni momento della vita del medesimo contratto (qualora, ovviamente, ne sussistano le condizioni), i rinnovi con modifica consistono in modifiche delle condizioni economiche del contratto che possono avvenire solo in un preciso momento, ossia in occasione della scadenza del periodo (predeterminato) di applicazione di quelle condizioni economiche (e che dovrebbero continuare ad applicarsi ma, appunto, con modifiche).
- 2.21. Quest'ultima fattispecie, come noto, caratterizza un modello di contratto di fornitura particolarmente diffuso nella prassi commerciale del mercato nazionale al dettaglio, consistente in contratti di durata (spesso a tempo indeterminato) in cui però le condizioni economiche previste hanno un periodo di efficacia predeterminato e inferiore alla durata complessiva del contratto (normalmente di circa 12 mesi), dovendo quindi essere "*rinnovate*" alla loro scadenza, con facoltà di modifica delle stesse (anche in termini non migliorativi per il cliente finale), salvo ovviamente il diritto di recesso del cliente finale⁷.
- 2.22. Un tale modello contrattuale, come già segnalato dall'Autorità (nell'ambito del documento di consultazione 6 dicembre 2022, 668/2022/R/com) mutua in parte (almeno per i principali aspetti qualificanti) quello già utilizzato dall'Autorità

⁷ È appena il caso di ricordare, al riguardo, che, qualora le condizioni economiche previste in tali tipi di contratto contemplino un prezzo fisso, esse — per effetto del divieto introdotto dal decreto legislativo 3/2026 — non potranno essere modificate durante l'anno, ma solo in occasione della scadenza delle stesse, nell'ambito del relativo rinnovo.

nell'ambito della disciplina delle c.d. offerte PLACET⁸ di cui all'Allegato A alla deliberazione 27 luglio 2017, 555/2017/R/com (di seguito: deliberazione 555/2017/R/com). È bene ricordare che le offerte PLACET sono offerte di mercato libero che ogni venditore è tenuto a inserire nel proprio portafoglio di offerte, delle quali l'Autorità definisce interamente le condizioni contrattuali e la struttura di prezzo, mentre il venditore è libero di fissare solo i livelli delle condizioni economiche.

- 2.23. Nella regolazione delle offerte PLACET, il contratto di fornitura ha durata a tempo indeterminato (salvo il diritto di recesso delle parti), ma le condizioni economiche hanno durata predeterminata (un anno), rinnovabile secondo la specifica disciplina prevista all'articolo 14 dell'Allegato A alla deliberazione 555/2017/R/com (cfr. anche articolo 7). In particolare, ai sensi di tale articolo, il venditore può decidere di applicare, per il periodo successivo, e previa comunicazione al cliente finale (almeno tre mesi prima della scadenza delle condizioni economiche), le nuove condizioni economiche che il venditore contemplerà nell'ambito dell'offerta PLACET che egli proporrà alla generalità dei clienti alla data della comunicazione. In difetto, continueranno ad applicarsi (per l'anno successivo) le precedenti condizioni economiche (o quelle oggetto delle nuove offerte PLACET, se migliorative per il cliente).
- 2.24. È evidente, peraltro, che le offerte PLACET assicurano al cliente finale maggiori tutele, sia in termini di garanzia dei contenuti delle clausole non economiche dei contratti (in quanto interamente predefinite dalla regolazione dell'Autorità) sia in termini di certezza e controllabilità delle condizioni economiche applicate — che devono essere quelle oggetto delle offerte PLACET proposte alla generalità dei clienti, che il venditore ha l'obbligo di pubblicare sul Portale Offerte. Tuttavia, il modello di gestione delle condizioni economiche per un tempo determinato, inferiore alla durata del contratto di fornitura, con rinnovo e modifica delle medesime condizioni, è sostanzialmente simile, e attribuisce, in ambedue i casi, al venditore il potere di modificare (con una specifica comunicazione) il contenuto delle condizioni economiche che saranno applicate (per un nuovo periodo determinato) alla scadenza delle condizioni applicate nel precedente periodo.
- 2.25. Come si nota, inoltre, tali modifiche non sono riconducibili alle evoluzioni automatiche, in quanto il contenuto delle condizioni economiche che potrà essere oggetto di modifica non è predeterminato, nel senso che, in sede di conclusione del contratto, il cliente finale non sa — né dispone degli elementi per sapere — in quale misura potrà essere modificato il prezzo alla scadenza di ogni periodo di durata delle condizioni economiche del contratto. Da tale punto di vista, pertanto, le esigenze di tutela che caratterizzano la posizione del cliente finale rispetto ai *rinnovi con modifica delle condizioni economiche* (a tempo determinato rispetto a contratti di fornitura di maggiore durata) sono le medesime esigenze che caratterizzano la posizione del cliente finale rispetto alle *variazioni unilaterali durante la vita d'un contratto di durata* (con la sola peculiarità per cui i rinnovi hanno a oggetto solo le condizioni economiche e avvengono in momenti specifici e predeterminati)⁹.

⁸ Offerte “A Prezzo Libero A Condizioni Equiparate di Tutela”.

⁹ A ben vedere, infatti, clausola che consente il rinnovo delle condizioni economiche con modifica delle stesse reca un duplice contenuto, essendo in essa racchiusa tanto un'ipotesi di “rinnovo” che, a stretto rigore, dovrebbe avvenire alle medesime condizioni contrattuali ed economiche prefissate, e un potere di modifica del venditore. Del resto, come

- 2.26. Alla luce delle predette considerazioni, l'Autorità intende, quindi, riformare la disciplina delle *variazioni unilaterali* e dei *rinnovi delle condizioni economiche con modifica* introducendo le medesime forme di tutela per il cliente finale, non solo con riferimento agli obblighi informativi che devono precedere le modifiche delle condizioni contrattuali, ma anche in termini di rafforzamento del potere contrattuale di cui il cliente necessita al fine di riequilibrare la sua posizione rispetto al diritto potestativo riconosciuto al venditore mediante i due istituti in esame.
- 2.27. In particolare, l'Autorità intende, sia nel caso di variazioni unilaterali sia nel caso di rinnovi con modifiche, condizionare all'espresso consenso del cliente finale l'efficacia di quelle modifiche delle condizioni contrattuali che non siano migliorative per il cliente medesimo e non siano dovute a un *giustificato motivo*, intendendo, per migliorative, le modifiche che comportino una diminuzione di corrispettivi unitari previsti in contratto, in linea con quanto già previsto all'articolo 13, comma 11, del Codice di condotta commerciale. L'attuale disciplina che consente la modifica delle condizioni contrattuali mediante comunicazione del venditore, e salvo il diritto di recesso del cliente, continuerà a operare nel caso di modifiche migliorative per il cliente, oppure anche in caso di modifiche non migliorative che siano però dovute a un *giustificato motivo*, con quest'ultima espressione dovendosi intendere la sopravvenienza di fattori oggettivi e non imputabili al venditore, come declinato al precedente punto 2.17.
- 2.28. Inoltre, poiché, come illustrato in precedenza, il rinnovo delle condizioni economiche con modifiche costituisce un modello contrattuale comune sia alle offerte PLACET sia alle offerte del mercato libero, entrambe caratterizzate da condizioni economiche efficaci per un periodo determinato e inferiore alla durata del contratto di fornitura, l'Autorità ritiene opportuno estendere anche alla disciplina delle offerte PLACET le tutele illustrate al precedente punto 2.26 per le offerte liberamente formulate sul mercato.
- 2.29. Al fine di garantire la massima flessibilità operativa, si ritiene opportuno demandare ai venditori l'individuazione delle modalità ritenute più idonee ad acquisire il consenso del cliente finale nei casi sopra illustrati, in ragione dell'onere probatorio, che su di loro incombe, di dimostrare l'avvenuta acquisizione e dell'interesse dei medesimi di individuare le modalità più efficaci ai fini dell'assolvimento di tale obbligo, garantendo in ogni caso che il consenso espresso sia manifestato in forma scritta su supporto durevole preventivamente accettato dal cliente finale.

- Q.1. Si condivide l'orientamento relativo alla richiesta ed acquisizione del consenso espresso del cliente finale per l'entrata in vigore di nuove condizioni economiche senza giustificato motivo e non migliorative nel caso di variazioni unilaterali e di rinnovi con modifica delle condizioni economiche?*
- Q.2. Si condivide l'orientamento relativo all'estensione delle predette tutele anche alla disciplina delle offerte PLACET?*

anche chiarito in giurisprudenza, nei contratti di durata (quali sono anche quelli di somministrazione di energia), qualora le parti convengano che, in caso di mancata disdetta, il rapporto si protrae nel tempo per il periodo da esse predeterminato (c.d. *pactum renovandi*), la rinnovazione è effetto della clausola contrattuale ed il rapporto prosegue, alle condizioni inizialmente stabilite, per effetto dell'originaria volontà contrattuale. In tale rinnovo, che dovrebbe comportare la proroga delle condizioni previgenti dopo la loro scadenza, si innesta la facoltà del venditore di modificare contestualmente le condizioni medesime (anche in *peius*). Dal punto di vista delle esigenze di tutela del cliente finale, pertanto, esse sono identiche a quelle sottese alla disciplina delle variazioni unilaterali, che richiedono, prima di tutto, la presenza d'un giustificato motivo per essere esercitate.

Standardizzazione delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali

- 2.30. L'obiettivo di garantire la trasparenza e la conoscibilità da parte dei clienti finali di piccole dimensioni in caso di modifiche delle condizioni contrattuali è stato perseguito nel tempo dall'Autorità mediante un processo di affinamento continuo della regolazione, volto (anche) a favorire la consapevolezza e la partecipazione attiva dei clienti finali nei mercati retail di energia elettrica e di gas naturale.
- 2.31. L'attuale regolazione, infatti, già prevede, come sopra illustrato, specifici obblighi in capo ai venditori relativamente alle modalità e alle tempistiche di trasmissione delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali. In particolare, con riferimento alle modalità di invio delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali, l'articolo 13 del Codice di condotta commerciale prevede, tra l'altro, in maniera dettagliata, gli elementi informativi che i venditori devono inserire nelle comunicazioni medesime, al fine di consentire al cliente finale di compiere una scelta ponderata, valutando se accettare la modifica proposta oppure recedere dal contratto e sottoscrivere un'altra offerta con lo stesso o altro venditore. La comunicazione fornita dal venditore rappresenta, quindi, uno strumento fondamentale per garantire un'informativa chiara, trasparente e completa, in quanto attraverso la stessa il cliente finale viene reso edotto del tipo e dell'impatto economico della modifica proposta e ne può valutare la vantaggiosità o meno, anche confrontandola con le altre offerte del mercato libero.
- 2.32. Al fine di rafforzare ulteriormente le tutele già previste dalla regolazione vigente, garantendo maggiore trasparenza e chiarezza delle informazioni relative alle modifiche contrattuali, l'Autorità ritiene opportuno standardizzare le comunicazioni di variazione unilaterale delle condizioni contrattuali, di evoluzione automatica e di rinnovo delle condizioni economiche. In particolare, si intende introdurre l'obbligo per i venditori di utilizzare, per le comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali, un modulo, definito dall'Autorità, che presenti in formato standardizzato, gli elementi informativi previsti dall'articolo 13 del Codice di condotta commerciale per le comunicazioni medesime.
- 2.33. Tale misura risponde all'esigenza di semplificare le comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali, prevedendo uno strumento che faciliti ai clienti finali l'individuazione e la comprensione delle informazioni relative alla nuova offerta e delle differenze rispetto al contratto vigente e che renda, al contempo, meno complessa la confrontabilità con altre offerte presenti sul mercato libero. Nell'appendice al presente documento per la consultazione sono riportati i facsimili dei moduli delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali predisposti in coerenza con gli orientamenti illustrati nel presente paragrafo e al Capitolo 5.
- 2.34. In particolare, al fine di fornire al cliente finale un documento di agevole lettura, i moduli per le comunicazioni delle modifiche contrattuali rappresentano in formato tabellare gli elementi informativi richiesti dall'articolo 13 del Codice di condotta commerciale, evidenziandoli in singoli riquadri, con la sola informazione aggiuntiva relativa ai dati identificativi del contratto e del cliente, implicitamente già prevista nei contenuti delle comunicazioni in argomento. Più nel dettaglio, i moduli riportano, nella prima parte, una tabella contenente le informazioni ritenute più rilevanti, in quanto utili al cliente finale a comprendere, in particolar modo, le conseguenze economiche derivanti dall'offerta proposta nonché a verificarne la

convenienza rispetto ad altre presenti sul mercato. Nella seconda parte, invece, il modulo riporta, sempre in formato tabellare, le ulteriori informazioni previste dalla regolazione in relazione alle specifiche fattispecie di modifica contrattuale regolate dall'Autorità, che forniscono al cliente finale una descrizione dettagliata delle nuove condizioni contrattuali proposte e dei diritti spettanti al medesimo.

- 2.35. I venditori dovranno compilare i singoli riquadri nel rispetto di quanto già previsto dall'articolo 13 del Codice di condotta commerciale e delle modifiche che verranno introdotte in esito al procedimento. A titolo esemplificativo, per la determinazione dell'impatto della modifica sulla spesa annua, i venditori dovranno rispettare i criteri indicati dall'articolo 13, comma 10, del Codice medesimo.
- 2.36. Più in particolare, in relazione al riquadro dedicato alla motivazione della modifica vengono riportate alcune indicazioni per la compilazione, specificando quanto segue:
- in caso di proposta migliorativa, oltre alla motivazione occorre dare evidenza che la proposta consiste nella diminuzione di corrispettivi previsti in contratto;
 - in caso di proposta non migliorativa, con giustificato motivo¹⁰, oltre alla motivazione occorre specificare quale sia il giustificato motivo, nel rispetto della sua definizione, nonché il fatto che la proposta troverà automatica applicazione salvo recesso del cliente o scelta, da parte del cliente, di un'altra offerta disponibile sul mercato;
 - in caso di proposta non migliorativa e senza giustificato motivo, oltre alla motivazione occorre dare evidenza che non vi è giustificato motivo e che, pertanto, essa sarà efficace solo a seguito di consenso espresso del cliente finale. Occorre quindi specificare le modalità con le quali il cliente può esprimere il proprio consenso.
- 2.37. Ai fini di una compiuta illustrazione si riporta graficamente quanto previsto al precedente punto anche all'interno dei moduli di variazione unilaterale e di rinnovo con modifica di cui all'appendice. Inoltre, nell'ottica di fornire al cliente finale una comunicazione di agevole utilizzo, i venditori dovranno altresì compilare il modulo in modo tale che tutte le informazioni richieste siano contenute al massimo in due facciate e, quindi, nel caso del formato cartaceo, in una pagina.
- 2.38. Infine, con l'obiettivo di soddisfare l'esigenza di una ulteriore standardizzazione, come anche manifestata dalle associazioni rappresentative dei clienti finali, si ritiene opportuno prevedere che i relativi moduli siano da intendersi a contenuto e formato vincolato e non potranno pertanto contenere ulteriori elementi informativi rispetto a quelli prescritti dalla regolazione e riportati nel modulo medesimo.

Q.3. <i>Si condivide l'orientamento relativo alla standardizzazione delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali?</i>

¹⁰ Il giustificato motivo sussiste a fronte di un mutamento eccezionale delle condizioni operative generali, economiche o normative, che possono riflettersi sui costi dell'operatore economico. Le sopravvenienze non possono consistere in mere difficoltà interne alla gestione aziendale riconducibili a scelte e strategie dell'impresa. Le modifiche unilaterali peggiorative devono ritenersi consentite nella misura strettamente necessaria a ricondurre il contratto ai livelli di equilibrio pattuiti al momento della sua conclusione.

3 OBBLIGHI INFORMATIVI DEI VENDITORI IN MATERIA DI CONTRATTI DI FORNITURA CON PREZZO DINAMICO DELL'ENERGIA ELETTRICA

A. Introduzione

- 3.1. I corrispettivi dipendenti dal consumo (€/kWh) che concorrono alla determinazione della spesa per la vendita nei contratti di fornitura di energia elettrica e che sono definiti dai venditori possono assumere diverse configurazioni. Una delle principali dimensioni di differenziazione riguarda il grado di predeterminazione del valore del corrispettivo: in alcuni casi, il valore è noto al cliente finale già in fase precontrattuale e risulta pertanto integralmente definito al momento della sottoscrizione del contratto; in altri casi, è nota esclusivamente la struttura del corrispettivo, mentre i relativi valori sono determinati mediante meccanismi di indicizzazione e divengono effettivamente noti nel corso del periodo di erogazione della fornitura.
- 3.2. Nell'ambito della regolazione precontrattuale e contrattuale, tale dimensione di differenziazione è stata recepita attraverso la classificazione delle offerte in **offerte a prezzo fisso** e **offerte a prezzo variabile**¹¹. Nel primo caso, i prezzi complessivamente corrisposti dal cliente finale, ovvero la sola componente relativa all'approvvigionamento dell'energia elettrica o del gas naturale, sono mantenuti costanti o sono comunque noti per almeno i primi 12 mesi mentre, nel secondo caso, una o più componenti di prezzo sono soggette a variazioni automatiche in funzione dei prezzi dei mercati all'ingrosso ovvero di indici contrattualmente definiti sulla base di formule oggettive e prive di discrezionalità.
- 3.3. Sebbene le offerte di energia elettrica a prezzo variabile sul mercato italiano siano storicamente caratterizzate da meccanismi di indicizzazione al Prezzo Unico Nazionale (PUN) con aggiornamento trimestrale o, negli ultimi anni, mensile, si rileva nel tempo la diffusione di formule di prezzo contraddistinte da una maggiore granularità, ad esempio con variazioni su base oraria. Questo tipo di offerte, da un lato, consente al cliente finale di efficientare il proprio profilo di prelievo, rispondendo in modo attivo e consapevole ai segnali di prezzo del mercato; dall'altro, tuttavia, trasferisce pressoché interamente il rischio legato alla volatilità dei prezzi all'ingrosso dal venditore al consumatore stesso.
- 3.4. Nel presente capitolo l'Autorità intende illustrare gli orientamenti per adeguare gli attuali obblighi di trasparenza posti in capo ai venditori e per introdurre specifici obblighi informativi aggiuntivi nel caso di offerte a prezzo variabile con corrispettivi aggiornati su base giornaliera e applicati secondo intervalli quartorari, orari o fasce orarie aggregate, al fine di assicurare che il cliente finale disponga di tutti gli strumenti necessari per effettuare scelte consapevoli, sia nella fase precontrattuale sia nel corso del rapporto di fornitura. Si ritiene infatti necessario che il cliente finale al quale venga proposta un'offerta di questo tipo abbia piena contezza dei rischi e delle opportunità connesse alla sottoscrizione di questo tipo di offerta e che sia consapevole che, una volta sottoscritta, gli è richiesto un comportamento attivo ai fini del monitoraggio dell'andamento dei prezzi e dell'adozione di comportamenti efficienti nei consumi energetici.

¹¹ Articolo 1, comma 1, del Codice di condotta commerciale; articolo 6, comma 1, del Regolamento di funzionamento del Portale Offerte.

B. Contesto normativo e regolatorio di interesse

- 3.5. Con la direttiva (UE) 2019/944 del Parlamento europeo e del Consiglio del 5 giugno 2019 (di seguito: direttiva (UE) 2019/944 o direttiva elettrica), l'Unione europea ha introdotto nel quadro normativo comunitario la fattispecie del contratto di fornitura con prezzo dinamico dell'energia elettrica (di seguito anche: contratto con prezzo dinamico) e ha previsto specifici obblighi in capo agli Stati membri volti a garantire che tutti i consumatori possano accedere a tali contratti e beneficiare dei vantaggi derivanti da una partecipazione più diretta al mercato. Infatti, questo tipo di contratti consente ai clienti finali di beneficiare di eventuali riduzioni del costo dell'energia elettrica adeguando i propri consumi ai segnali di prezzo provenienti dal mercato.
- 3.6. Le disposizioni della direttiva (UE) 2019/944 in materia di contratti con prezzo dinamico sono state recepite nell'ordinamento italiano con il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 210 (di seguito: decreto legislativo 210/21) che, in linea con la normativa comunitaria, definisce, all'articolo 3, comma 14, tale contratto come il contratto di fornitura di energia elettrica tra un venditore e un cliente finale che «rispecchia la variazione del prezzo sui mercati a pronti, inclusi i mercati del giorno prima e i mercati intra-giornalieri, a intervalli pari almeno alla frequenza di regolamento di mercato».
- 3.7. Inoltre, l'articolo 8 del decreto legislativo 210/21:
- riconosce ai clienti finali dotati di contatore intelligente il diritto di richiedere la sottoscrizione di un contratto di fornitura di energia elettrica a prezzo dinamico con i venditori che servono più di 200.000 clienti finali, subordinando l'applicazione del prezzo dinamico all'acquisizione del consenso espresso e specifico del cliente nel caso di *conversione* del proprio contratto di fornitura (comma 1);
 - prevede che tali contratti si basino sui dati effettivi di consumo rilevati dal contatore intelligente, da riportare anche nella bolletta e negli altri documenti di fatturazione, i quali indicano altresì il calcolo degli importi fatturati (comma 2);
 - prevede che il cliente sia adeguatamente informato circa le condizioni contrattuali, i prezzi di riferimento utilizzati, le opportunità e i rischi connessi alla sottoscrizione di tali contratti nonché la necessità di installare un contatore intelligente e i relativi costi; e che l'Autorità rafforzi gli strumenti di tutela dei clienti finali rispetto a eventuali pratiche abusive (comma 3).
- 3.8. Nell'ambito della regolazione precontrattuale e contrattuale, come richiamato al punto 3.1, l'Autorità distingue tra offerte a prezzo fisso e a prezzo variabile. La classificazione tra i due tipi di offerta è funzionale alla differenziazione di alcuni obblighi informativi in capo ai venditori e della stima della spesa annua che viene inserita nella documentazione precontrattuale e nelle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali e che viene simulata nell'ambito del Portale Offerte.
- 3.9. A titolo d'esempio, il Codice di condotta commerciale dispone che:
- a. i corrispettivi unitari dovuti in proporzione al consumo di energia elettrica siano indicati dal venditore esclusivamente in €/kWh sia in fase precontrattuale sia in fase contrattuale (articolo 5, comma 1, lettera b.); tuttavia, per i corrispettivi soggetti a indicizzazione, che caratterizzano le

offerte a prezzo variabile, il venditore deve anche indicare la frequenza dei possibili aggiornamenti e fornire una descrizione sintetica dell'eventuale criterio di indicizzazione, l'indicazione del valore unitario massimo raggiunto dal corrispettivo nel corso degli ultimi dodici mesi e l'indicazione del periodo durante il quale tale valore massimo è stato applicato (articolo 5, comma 1, lettera d.);

- b. all'interno della sezione "Prezzo" del riquadro denominato "Condizioni economiche" della Scheda sintetica di cui all'Allegato 1, il venditore indichi, tra l'altro, il tipo di offerta in termini di prezzo, distinta tra offerta a prezzo fisso e offerta a prezzo variabile, specificando, in mesi, la durata del prezzo fisso; inoltre, nel caso di offerte a prezzo fisso di energia elettrica, il venditore deve riportare uno specifico messaggio, definito dall'Autorità, sulle opportunità, i costi e i rischi derivanti dalla stipula di contratti di questo tipo (articolo 20, comma 1, lettera a.)¹²;
 - c. il venditore inserisca lo specifico messaggio sulle opportunità, i costi e i rischi derivanti dalla stipula di contratti a prezzo fisso di cui alla precedente lettera anche nella sezione del contratto in cui sono illustrate le condizioni economiche offerte (articolo 10, commi 3 e 3bis, per i contratti rivolti ai clienti finali domestici e articolo 10, commi 4 e 4bis, per i contratti rivolti ai clienti finali non domestici);
 - d. all'interno del riquadro denominato "Condizioni economiche" della Scheda sintetica delle offerte a prezzo variabile, il venditore riporti, tra l'altro, il grafico dell'andamento dell'indice (valore dell'indice sull'asse delle ordinate e valore temporale sull'asse delle ascisse), su frequenza mensile, relativo ai 12 mesi precedenti il trimestre precedente dell'entrata in vigore dell'offerta; tale voce deve essere compilata qualora l'offerta preveda indici a pubblica diffusione e sulla base delle informazioni veicolate dal Gestore nel Portale Offerte (articolo 20, comma 1, lettera c., punto iv., per le offerte rivolte ai clienti domestici e articolo 20, comma 1, lettera c., punto viii., per le offerte rivolte ai clienti non domestici).
- 3.10. Con riferimento alla stima della spesa annua prospettica, per le offerte a prezzo fisso, il calcolo è effettuato applicando ai consumi di riferimento¹³ i corrispettivi predeterminati e definiti dal venditore. Nel caso delle offerte a prezzo variabile, invece, poiché il valore dei corrispettivi indicizzati non è noto al momento della stima, l'importo stimato è determinato utilizzando le quotazioni *forward* del prezzo o dell'indice di riferimento dell'offerta, secondo i criteri stabiliti dall'articolo 17 dell'Allegato A alla deliberazione 51/2018/R/com (di seguito: Regolamento di funzionamento del Portale Offerte).
- 3.11. Inoltre, con la deliberazione 5 agosto 2025, 386/2025/R/com (di seguito: deliberazione 386/2025/R/com), l'Autorità ha introdotto specifici criteri per la definizione della struttura dei corrispettivi delle offerte di energia elettrica e di gas

¹² Il testo del messaggio è il seguente: "La scelta di un'offerta di questo tipo, rispetto a un'offerta a prezzo variabile, può dipendere anche dalla Sua propensione al rischio. Optando per un prezzo fisso, paga un corrispettivo definito in anticipo e non soggetto alle variazioni dei prezzi sui mercati all'ingrosso dell'energia elettrica; tuttavia, a fronte di tale mitigazione del rischio di volatilità dei prezzi, il corrispettivo applicato potrebbe risultare più basso o più elevato rispetto ai corrispettivi variabili indicizzati ai prezzi sui mercati all'ingrosso dell'energia elettrica".

¹³ Livelli standard definiti dall'Autorità nell'ambito della Scheda sintetica e delle comunicazioni di modifica delle condizioni contrattuali per i clienti domestici; dichiarati dal cliente nell'ambito del Portale Offerte.

naturale del mercato libero rivolte ai clienti finali domestici, in attuazione degli obiettivi di riduzione e semplificazione previsti dall'articolo 5, comma 1, del decreto-legge 28 febbraio 2025, n. 19¹⁴. In tale contesto, l'Autorità ha previsto che, oltre al corrispettivo dipendente dal consumo afferente alla spesa per la vendita dell'energia elettrica e definito dal venditore, sia applicato un ulteriore corrispettivo, espresso in €/kWh, a copertura dei costi del servizio di dispacciamento e del mercato della capacità, pari al valore del corrispettivo C_{DISPD} di cui all'articolo 48 del TIV¹⁵, determinato e aggiornato dall'Autorità¹⁶. Per le offerte di energia elettrica con prezzo variabile e frequenza di aggiornamento almeno oraria, è stato tuttavia previsto che il venditore possa applicare, in alternativa al corrispettivo C_{DISPD} , la somma del corrispettivo a copertura degli oneri netti di approvvigionamento della capacità, di cui all'articolo 14 della deliberazione 21 luglio 2011, ARG/elt 98/11, differenziato tra ore di picco e ore fuori picco e definito da Terna, e del corrispettivo di dispacciamento di cui alla Sezione 4-25 del TIDE¹⁷.

3.12. Nell'ambito della regolazione in materia di bolletta e trasparenza delle informazioni di fatturazione, le informazioni relative agli importi fatturati — e in particolar modo ai corrispettivi applicati in funzione dell'offerta sottoscritta, e dunque facenti parte della voce di spesa per la vendita di energia elettrica — sono indicate, con diverso livello di dettaglio e per finalità diverse, in entrambi i documenti regolatori, cioè nella Bolletta sintetica e negli Elementi di dettaglio. In particolare:

- nell'ambito della Bolletta sintetica, lo Scontrino dell'energia riporta, tra altro, il prezzo medio (€/kWh) applicato ai consumi di energia elettrica della quota consumi. Tale prezzo medio è un valore di sintesi di riferimento, e, nel caso delle offerte con fasce multiorarie di prezzo o a prezzo orario o quattorario, non necessariamente coincidente con il prezzo unitario applicato in ciascuna fascia, o in ciascun intervallo di tempo rilevante ai fini della fatturazione¹⁸;
- sempre all'interno della Bolletta sintetica, nel Box dell'offerta, invece, è indicata la sintesi delle condizioni economiche dell'offerta sottoscritta; in particolare è riportata la tipologia di prezzo (ad esempio, offerta monoraria, per fasce orarie di prezzo, a prezzo orario), nonché, nel caso delle offerte a prezzo per fasce/orario, è riportata la formula prevista dall'offerta per il calcolo del prezzo unitario in €/kWh applicato ai consumi (ad esempio, l'indice di riferimento a cui si aggiunge il corrispettivo unico e il corrispettivo di dispacciamento) e il valore assunto da ciascun elemento della formula nel periodo di riferimento; inoltre, sono indicati l'indice di riferimento e la periodicità di aggiornamento di tale indice. Per le offerte con struttura di prezzo non convenzionale, il venditore è tenuto, inoltre a indicare eventuali ulteriori informazioni necessarie al cliente finale per la ricostruzione dell'applicazione dell'offerta nel periodo di fatturazione a cui si riferisce la bolletta. Altresì, per le medesime offerte, qualora per la loro struttura

¹⁴ Convertito, con modificazioni, dalla legge 24 aprile 2025, n. 60.

¹⁵ Testo integrato delle disposizioni dell'Autorità per l'erogazione dei servizi di vendita dell'energia elettrica di ultima istanza, Allegato A alla deliberazione 3 agosto 2023, 362/2023/R/com.

¹⁶ Articolo 1, comma 2, lettera b), della deliberazione 386/2025/R/com.

¹⁷ Testo integrato del dispacciamento elettrico.

¹⁸ Il "prezzo medio" è la media ponderata, rispetto all'energia prelevata nei diversi periodi di applicazione, di tutti i corrispettivi fatturati in quota per consumi, eventualmente calcolato come il rapporto tra importo totale e la quantità di energia o di gas naturale, espresso in €/kWh o in €/Smc, arrotondato con criterio commerciale alla sesta cifra decimale.

particolarmente innovativa non sia possibile riportare una descrizione completa nel Box dell'offerta, il venditore può integrare tale Box con un rimando a strumenti appositamente sviluppati e volte alla concreta valorizzazione dell'offerta nel periodo di fatturazione;

- infine, gli Elementi di dettaglio, di natura analitica, contengono le informazioni di dettaglio relative agli importi fatturati, con l'indicazione dei prezzi unitari e delle quantità cui sono applicati. Nell'ambito della voce spesa per la vendita di energia elettrica, le informazioni di dettaglio relative agli importi fatturati sono differenziate in base a: quota fissa, quota per consumi e quota potenza. È sempre indicata, da ultimo, la distribuzione dei consumi per fasce orarie e i relativi prezzi unitari (eventualmente uniformi se contratto monorario).

3.13. Nell'ambito del *Citizens Energy Package*, il 30 aprile 2026 la Commissione europea ha pubblicato una Raccomandazione recante orientamenti per gli Stati membri ai fini dell'attuazione delle disposizioni che prevedono, in capo ai venditori, l'obbligo di fornire ai clienti finali una sintesi delle principali condizioni contrattuali (di seguito anche: Raccomandazione sulla sintesi delle principali condizioni contrattuali). Tale obbligo è previsto dall'articolo 11, paragrafo 1a, della direttiva (UE) 2019/944 e dall'articolo 11, paragrafo 3, della direttiva (UE) 2024/1788 sul mercato interno del gas naturale. Con riferimento ai contratti con prezzo dinamico dell'energia elettrica, la Commissione europea raccomanda che la suddetta sintesi contenga una spiegazione chiara della formula di prezzo, l'indice al quale il prezzo è ancorato, le modalità attraverso le quali il consumatore può monitorare l'andamento del prezzo, la frequenza di aggiornamento del prezzo, una proiezione dei costi ai fini della stima delle future bollette nonché il potenziale rischio di un prezzo indicizzato.

Evidenze ed orientamenti a livello europeo in materia di contratti con prezzo dinamico

- 3.14. Le più recenti analisi condotte a livello europeo sui contratti con prezzo dinamico, illustrate nei box della presente sezione, evidenziano come tali contratti possano generare benefici economici per i clienti finali rispetto ai contratti a prezzo fisso, in particolare nei casi in cui siano presenti consumi flessibili o apparecchiature ad elevato consumo elettrico, quali veicoli elettrici e pompe di calore. Al contempo, tali contratti espongono i clienti finali alle fluttuazioni dei prezzi all'ingrosso dell'energia, trasferendo in misura significativa il rischio di prezzo dal venditore al cliente e determinando potenziali effetti negativi in presenza di situazioni di elevata volatilità o di shock energetici.
- 3.15. Le medesime analisi evidenziano inoltre le difficoltà che i clienti possono incontrare nel valutare ex ante la convenienza di tali contratti, sia per la complessità del confronto con altri tipi di offerta sia per l'incertezza associata alla stima della spesa derivante dall'applicazione dei corrispettivi indicizzati. In tale contesto, i contratti con prezzo dinamico richiedono particolare attenzione sotto il profilo normativo e regolatorio, al fine di assicurare adeguati livelli di trasparenza e consapevolezza e consentire ai clienti finali di coglierne pienamente i potenziali benefici. Ciò anche nell'ottica di favorire una gestione più attiva della domanda e una maggiore partecipazione dei consumatori alle dinamiche del mercato elettrico.

The Missing Link: Why Dynamic Pricing is Essential in the Switch to Clean Heating, BEUC, 26 aprile 2024

In questo rapporto, l'Ufficio Europeo delle Associazioni dei Consumatori (*Bureau Européen des Unions de Consommateurs* o BEUC) ha analizzato i potenziali benefici e i possibili rischi associati ai contratti con prezzo dinamico, formulando altresì alcune raccomandazioni rivolte ai decisori pubblici. Lo studio:

- evidenzia come i principali benefici economici siano riscontrabili nei clienti finali dotati di pompe di calore, per i quali la possibilità di modulare i consumi in funzione dei segnali di prezzo può tradursi in significativi risparmi in bolletta. Al contempo, viene rilevato che i consumatori non necessiterebbero necessariamente di tecnologie particolarmente avanzate, quali sistemi di controllo automatizzato o dispositivi di accumulo, per beneficiare delle opportunità offerte dai contratti a prezzo dinamico;
- sottolinea che i rischi economici derivanti dall'esposizione alla volatilità dei prezzi risultano generalmente contenuti per i consumi domestici ordinari e che l'imprevedibilità della spesa associata a tali contratti appare limitata;
- dimostra come l'entità dei benefici conseguibili possa variare sensibilmente tra i diversi Paesi europei, anche in funzione delle specifiche caratteristiche dei mercati nazionali e, in particolare, dei livelli di imposizione fiscale e parafiscale applicati all'energia elettrica nonché della presenza di tetti di prezzo regolati;
- evidenzia l'esigenza che gli Stati membri e le autorità competenti promuovano la diffusione di tali contratti, garantendone l'effettiva accessibilità ai consumatori, anche attraverso l'adozione di assetti fiscali coerenti con gli incentivi forniti dai segnali di prezzo, e assicurando ai clienti finali informazioni affidabili, chiare e comprensibili sui benefici e sulle caratteristiche dei contratti a prezzo dinamico, al fine di favorire scelte consapevoli.

Rewarding Flexibility: How Retail Contract Choice Can Help Unlock Consumer Flexibility, ACER-CEER, 27 novembre 2025

In questo rapporto, l'Agenzia dell'Unione Europea per la Cooperazione fra i Regolatori Nazionali dell'Energia (*European Union Agency for the Cooperation of Energy Regulators* o ACER) e il Consiglio dei Regolatori Europei dell'Energia (*Council of European Energy Regulators* o CEER) hanno analizzato i potenziali benefici e i possibili rischi associati ai contratti con prezzo dinamico nei vari Stati membri, formulando alcune raccomandazioni rivolte ai decisori pubblici. Lo studio:

- stima che i benefici economici associati ai contratti con prezzo dinamico non risultano uniformemente distribuiti tra i consumatori né tra i diversi Stati membri e che i maggiori vantaggi si osservano nei Paesi dell'Europa occidentale e meridionale, in particolare, per i clienti caratterizzati da consumi elettrici più elevati e da una maggiore flessibilità della domanda, ad esempio per la presenza di veicoli elettrici o pompe di calore; i risparmi, che possono arrivare fino al 30% della spesa totale annua, si realizzano anche con il mero passaggio da un prezzo fisso ad un prezzo dinamico;
- evidenzia che la possibilità di spostare i consumi verso le ore caratterizzate da prezzi più contenuti può determinare ulteriori risparmi economici e generare

benefici per il sistema elettrico nel suo complesso, contribuendo a ridurre i picchi di domanda e la volatilità dei prezzi all'ingrosso; secondo l'analisi, un cliente finale con un contratto con prezzo dinamico che modula i propri consumi in seguito ai segnali di prezzo può risparmiare fino ad un ulteriore 16% della spesa totale annua rispetto ad un comportamento inerte;

- sottolinea che i contratti pienamente esposti ai prezzi all'ingrosso possono comportare rischi significativi in periodi di elevata volatilità dei mercati energetici, come emerso durante la crisi energetica del 2021-2022. In tale prospettiva, viene evidenziata l'opportunità di prevedere misure di tutela mirate per i clienti maggiormente vulnerabili, nonché soluzioni contrattuali intermedie che consentano di mantenere i benefici derivanti dai segnali di prezzo, limitando al contempo l'esposizione ai picchi eccezionali dei prezzi dell'energia.

Transparency and Comparability in the Retail Market, CEER, 28 aprile 2026

Nel rapporto, il CEER ha individuato una serie di principi regolatori applicabili ai contratti a prezzo dinamico, finalizzati a garantire ai clienti finali un elevato livello di trasparenza sia nella fase di confronto tra le offerte sia successivamente alla sottoscrizione del contratto, così da consentire un utilizzo pienamente consapevole delle opportunità offerte da tale tipo contrattuale:

- **consenso informato e valutazione di adeguatezza:** prima della sottoscrizione di un contratto con prezzo dinamico, il cliente dovrebbe ricevere informazioni chiare sulle opportunità, sui costi e sui rischi associati a tale tipologia contrattuale e prestare un consenso esplicito e consapevole. La valutazione dell'adeguatezza del contratto dovrebbe essere quanto più standardizzata tra venditori e tenere conto delle caratteristiche di consumo del cliente e della sua potenziale capacità di modulare i consumi, anche ad esempio attraverso l'uso di veicoli elettrici e pompe di calore;
- **prezzo di riferimento trasparente:** per ciascun tipo di contratto, i venditori dovrebbero individuare un prezzo di riferimento chiaramente collegato ai prezzi del mercato all'ingrosso, specificando il mercato di riferimento, le modalità di calcolo e gli eventuali corrispettivi aggiuntivi applicati dal venditore;
- **informazione continuativa sui prezzi:** il cliente finale dovrebbe poter accedere gratuitamente e in modo continuativo, tramite strumenti digitali come portali online o app, alle informazioni sui prezzi utilizzati per la valorizzazione dei consumi, con un livello di dettaglio coerente con la frequenza di aggiornamento dei prezzi stessi;
- **informazioni frequenti e informative nella bolletta:** il cliente finale dovrebbe ricevere le informazioni di fatturazione almeno su cadenza mensile e la bolletta dovrebbe contenere una pagina riassuntiva contenente almeno i prezzi finali e giornalieri (€/kWh e €/giorno) e il consumo totale. Inoltre, il cliente dovrebbe poter avere accesso gratuito ad uno strumento digitale dove può visualizzare i consumi e i prezzi corrispondenti (pari almeno alla frequenza di aggiornamento dei mercati all'ingrosso) prima che la bolletta sia emessa;
- **comparazione delle offerte:** gli strumenti di confronto dovrebbero rappresentare in modo chiaro le peculiarità dei contratti a prezzo dinamico,

evidenziando che i costi effettivi dipendono anche dai comportamenti di consumo del cliente e consentendo una valutazione trasparente di rischi e opportunità rispetto ad altri tipi di offerta.

- 3.16. A livello europeo, la diffusione dei contratti a prezzo dinamico risulta ancora relativamente contenuta, sebbene in crescita, in particolare nel segmento non domestico, anche grazie alla progressiva diffusione dei sistemi di *smart metering* di seconda generazione. Secondo il rapporto ACER-CEER “Market Monitoring”, pubblicato nel luglio 2025 con riferimento ai dati dell’anno 2024, i contratti a prezzo dinamico risultano maggiormente diffusi nei Paesi del Nord Europa e in Spagna¹⁹, dove raggiungono percentuali di penetrazione del mercato anche superiori al 20-30%.
- 3.17. Anche nel mercato italiano, la diffusione di contratti caratterizzati da una maggiore granularità dell’indicizzazione dei corrispettivi risulta ancora limitata, ma in costante crescita. In particolare, secondo i dati riportati nella Relazione Annuale dell’Autorità sullo Stato dei Servizi e sull’Attività Svolta, i contratti con indicizzazione oraria rappresentavano il 2,3% dei contratti a prezzo variabile sottoscritti dai clienti domestici e il 4,5% di quelli sottoscritti dai clienti non domestici nel 2022; tali quote sono salite nel corso degli anni fino ad arrivare, nel 2025, rispettivamente al 7,1% e al 16,1%²⁰.
- 3.18. È ragionevole ritenere che la rapidità di diffusione di questo tipo di contratti dipenderà anche dall’effettivo beneficio economico che può derivare ad un cliente finale di piccole dimensioni. Tale beneficio è funzione sia di alcune caratteristiche proprie del mercato all’ingrosso (l’entità delle variazioni dei prezzi su base giornaliera o settimanale rispetto ai valori medi) sia delle modalità di consumo proprie di ogni cliente (l’entità totale dei prelievi e quota di questi che può essere effettivamente spostata nel corso della giornata o della settimana, in base sia al tipo di apparecchio sia all’eventuale presenza di sistemi domotici per automatizzare la programmazione dei prelievi).

C. Orientamenti dell’Autorità

- 3.19. Alla luce degli elementi riportati e al fine di assicurare che il cliente finale disponga di tutti gli strumenti necessari per effettuare scelte consapevoli, sia nella fase precontrattuale sia nel corso del rapporto di fornitura, anche ai fini del monitoraggio dell’andamento dei prezzi e dell’adozione di comportamenti attivi ed efficienti nei consumi energetici, l’Autorità ritiene opportuno adeguare gli attuali obblighi di trasparenza posti in capo ai venditori e introdurre specifici obblighi informativi aggiuntivi nel caso di contratti con prezzo dinamico.
- 3.20. Sulla base di un approccio *customer-first* incentrato sul cliente finale e in coerenza con gli obiettivi strategici dell’Autorità richiamati nel Capitolo 1, gli obblighi informativi relativi ai contratti con prezzo dinamico dovrebbero essere definiti tenendo conto delle esigenze e delle caratteristiche dei clienti finali di piccole

¹⁹ In Spagna, il contratto a condizioni regolate, *Precio voluntario para el pequeño consumidor* (PVPC), è caratterizzato da un’indicizzazione del corrispettivo dipendente dal consumo su base oraria, in linea con la frequenza di aggiornamento del mercato all’ingrosso domestico.

²⁰ Tav. 2.65 del Volume 1 – Stato dei servizi della Relazione Annuale 2026 dell’Autorità.

dimensioni, cui si rivolgono le disposizioni del Codice di condotta commerciale e gli strumenti regolatori a supporto delle scelte di fornitura, quali il Portale Offerte. In tale prospettiva, gli obblighi informativi dovrebbero essere strutturati in modo da garantire che il cliente finale sia in grado di:

- a. comprendere, senza eccessivi oneri cognitivi, le informazioni fornite dal venditore in relazione ai contratti con prezzo dinamico;
- b. utilizzare agevolmente tali informazioni per confrontare le diverse offerte presenti sul mercato libero, anche mediante il Portale Offerte.

Obblighi informativi dei venditori in fase precontrattuale e contrattuale

3.21. Con riferimento all'adeguamento degli obblighi informativi esistenti per le offerte a prezzo variabile, delle quali quelle con prezzo dinamico fanno parte, l'Autorità intende intervenire sulle modalità di trasmissione delle informazioni relative ai corrispettivi indicizzati, in coerenza con quanto previsto dall'articolo 8, comma 3, del decreto legislativo 210/21, come richiamato al precedente punto 3.6. In particolare:

- a. l'obbligo in capo ai venditori richiamato al punto 3.8, lettera a, di indicare, nelle comunicazioni ai clienti finali relative ai corrispettivi indicizzati, il valore unitario massimo raggiunto dal corrispettivo negli ultimi dodici mesi risulta di difficile applicazione nel caso dei contratti con prezzo dinamico. In tali contratti, infatti, l'elevata frequenza di aggiornamento dei corrispettivi comporterebbe la necessità di rappresentare una molteplicità di valori storici corrispondenti all'effettiva frequenza di aggiornamento, con il rischio di compromettere la chiarezza e l'efficacia dell'informazione fornita al cliente finale. Al fine di evitare un eccessivo appesantimento delle informazioni fornite al cliente finale, pur garantendo un adeguato livello di trasparenza, e, al contempo, di contenere gli oneri operativi in capo ai venditori, l'Autorità ritiene opportuno prevedere che il venditore indichi, in formato tabellare o in formato grafico, il valore medio dell'indice per ciascuna unità temporale di applicazione (15 minuti), calcolato sulla base dei valori dell'indice registrati nella medesima unità temporale nel corso degli ultimi dodici mesi. Considerando corrispettivi aggiornati con frequenza quattoraria, il venditore dovrà riportare un valore unitario pari alla media aritmetica dell'indice raggiunto nei singoli quarti d'ora dei dodici mesi precedenti. Riportare il valore medio, anziché il valore massimo raggiunto, nel caso di unità temporali caratterizzate da un elevato livello di granularità consente di ridurre il rischio di fornire al cliente finale informazioni influenzate da valori anomali (*outlier*)²¹ o da eventi eccezionali riconducibili a specifiche contingenze di mercato. Tali valori, pur potendo verificarsi nell'arco dell'anno di riferimento, potrebbero infatti non essere rappresentativi dell'effettivo andamento dei prezzi e risultare pertanto fuorvianti ai fini della valutazione delle caratteristiche dell'offerta;
- b. l'obbligo in capo ai venditori richiamato al punto 3.8, lettera d, di riportare nella Scheda sintetica il grafico dell'andamento dell'indice risulta

²¹ In ambito statistico, un *outlier* è un'osservazione chiaramente distante e isolata rispetto al resto dei dati raccolti in un campione o in una popolazione. Si tratta di un valore che si discosta in modo anomalo dalla distribuzione generale del fenomeno di interesse.

scarsamente informativo nel caso dei contratti con prezzo dinamico, in quanto il grafico attualmente previsto è basato sui valori storici mensili, mentre tali contratti sono caratterizzati da una frequenza di aggiornamento dei corrispettivi significativamente più elevata. Al fine di assicurare al cliente finale una rappresentazione maggiormente coerente con le caratteristiche dell'offerta, e in linea con l'orientamento di cui alla precedente lettera a, l'Autorità ritiene opportuno prevedere che, nel caso di contratti con prezzo dinamico, il grafico riporti i valori medi dell'indice con la medesima frequenza di aggiornamento del corrispettivo applicato (qualora il venditore decida di illustrare i valori medi in formato grafico ai sensi dell'obbligo di cui alla precedente lettera, i due grafici possono coincidere); nel caso di corrispettivi aggiornati con frequenza quattroraria, il grafico conterrà il valore medio dell'indice in ciascun quarto d'ora dei dodici mesi precedenti. Resterebbero invece invariati gli obblighi relativi al periodo di riferimento del grafico, corrispondente ai dodici mesi precedenti il trimestre antecedente l'entrata in vigore dell'offerta, nonché quelli relativi all'ambito di applicazione, limitato agli indici a pubblica diffusione.

- 3.22. Con riferimento all'introduzione di nuovi obblighi informativi preliminari alla sottoscrizione dei contratti con prezzo dinamico e in coerenza con quanto previsto dall'articolo 8, comma 3, del decreto legislativo 210/21, richiamato al precedente punto 3.6, l'Autorità intende prevedere una specifica informativa rivolta al cliente finale che il venditore dovrà fornire sia nella fase precontrattuale sia all'interno del contratto. Tale informativa illustra in modo chiaro le opportunità e i rischi connessi alla sottoscrizione di contratti con prezzo dinamico. Al tal fine, l'Autorità ritiene opportuno proporre il seguente testo:

Valuti con attenzione se questa offerta sia adatta alle Sue esigenze poiché comporta variazioni molto frequenti del prezzo dell'energia nel corso della giornata. Infatti, il prezzo dell'energia elettrica (€/kWh) previsto da questa offerta varia durante la giornata a intervalli di 15 minuti in base all'andamento del mercato all'ingrosso ed è pubblicato il giorno prima dal venditore.

Questo può consentire di ridurre la spesa spostando i consumi nei quarti d'ora con prezzi più bassi. I potenziali benefici possono essere maggiori per chi utilizza veicoli elettrici, pompe di calore o ha altri consumi facilmente programmabili.

Allo stesso tempo, poiché il prezzo segue direttamente le variazioni del mercato, qualora i consumi si concentrino nei quarti d'ora a prezzo più alto, sono possibili importi in bolletta più elevati rispetto a quelli derivanti da un contratto a prezzo variabile con aggiornamenti meno frequenti (per fasce o mensile) o a prezzo fisso.

In particolare, il testo andrebbe riportato:

- a. durante la fase precontrattuale, all'interno della sezione "Prezzo" del riquadro denominato "Condizioni economiche" della Scheda sintetica (articolo 20, comma 1, lettera a. del Codice di condotta commerciale);
- b. nella sezione del contratto in cui sono illustrate le condizioni economiche offerte (articolo 10, commi 3 e 3bis, per i contratti rivolti ai clienti finali

domestici e articolo 10, commi 4 e 4bis, per i contratti rivolti ai clienti finali non domestici).

- 3.23. In aggiunta all'informativa di cui al precedente punto 3.22, e, almeno nella fase antecedente all'evoluzione dell'algoritmo di calcolo della stima della spesa annua del Portale Offerte, l'Autorità ritiene opportuno prevedere uno specifico messaggio informativo a corredo della stima della spesa annua nel caso di contratti con prezzo dinamico. Infatti, la stima della spesa, per tali contratti, è influenzata da fattori che non possono essere pienamente rappresentati attraverso un unico valore stimato, quali, a titolo esemplificativo, la capacità del cliente finale di modulare i propri consumi in funzione dell'andamento dei prezzi e l'elevata frequenza di aggiornamento del corrispettivo indicizzato. A tal fine, l'Autorità propone il seguente messaggio:

La stima della spesa annua relativa a questa offerta potrebbe risultare meno rappresentativa della spesa effettiva rispetto a quella delle offerte con corrispettivi indicizzati aggiornati su base mensile o trimestrale. L'applicazione di prezzi aggiornati con frequenza quartaria può consentire di ridurre la spesa concentrando i consumi nei periodi caratterizzati da prezzi più contenuti, ma espone al contempo il cliente finale a una maggiore variabilità dei prezzi dell'energia.

In particolare, il testo andrebbe riportato:

- a. a corredo del riquadro "Spesa annua stimata in €/anno (escluse imposte e tasse)" della Scheda sintetica (articolo 19 del Codice di condotta commerciale);
- b. a corredo della stima della spesa annua nelle comunicazioni di modifica delle condizioni economiche (articolo 13 del Codice di condotta commerciale)
- c. nella descrizione sintetica dell'offerta all'interno della pagina di dettaglio del Portale Offerte (articolo 12, comma 3, lettera a., del Regolamento di funzionamento del Portale Offerte).

Q.4. Si condivide l'orientamento relativo agli obblighi informativi dei venditori per i contratti con prezzo dinamico in fase precontrattuale e contrattuale?

Obbligo di fornire strumenti informativi al cliente finale per conoscere i prezzi dell'energia elettrica durante la fase contrattuale

- 3.24. Come anche ricordato nell'ambito della direttiva elettrica, tutti i consumatori «dovrebbero poter trarre vantaggio dalla partecipazione diretta al mercato, in particolare adeguando i consumi in base ai segnali del mercato e, in cambio, beneficiare di prezzi più bassi dell'energia elettrica», anche regolando i consumi in base ai segnali del prezzo in tempo reale, che riflettono il valore e il costo dell'energia elettrica.
- 3.25. Affinché tale possibilità possa tradursi in un'effettiva partecipazione attiva del cliente finale di piccole dimensioni, l'Autorità ritiene essenziale che quest'ultimo disponga, in modo tempestivo e agevole, delle informazioni relative ai prezzi dell'energia elettrica che saranno applicati ai propri consumi. La conoscenza preventiva dei prezzi rappresenta infatti un presupposto fondamentale affinché il

cliente possa valutare consapevolmente l'opportunità di modulare i propri consumi in funzione dei segnali di prezzo.

- 3.26. Alla luce di quanto precede, l'Autorità ritiene opportuno prevedere che il venditore metta a disposizione del cliente finale, che sottoscrive un contratto con prezzo dinamico e ricadente nell'ambito soggettivo del Codice di condotta commerciale, uno strumento informativo idoneo a consentirgli di conoscere, in modo tempestivo e agevole, i prezzi applicabili ai propri consumi. Tale strumento:
- a. deve mettere a disposizione del cliente finale, su base giornaliera, le informazioni relative al valore dell'indice di riferimento con la medesima frequenza di aggiornamento prevista per il corrispettivo indicizzato²² e con una tempistica tale da consentire al cliente una puntuale programmazione dei consumi (ad esempio, entro un'ora dalla pubblicazione dei dati da parte del GME);
 - b. deve riportare, con evidenza distinta, il valore unitario complessivo del corrispettivo dipendente dal consumo effettivamente applicato al cliente finale²³ (a titolo d'esempio, indice + corrispettivo aggiuntivo a copertura dei costi di approvvigionamento non coperti dall'indice);
 - c. deve essere fornito gratuitamente, essere facilmente accessibile e utilizzare modalità e formati *user-friendly*;
 - d. deve essere reso disponibile e operativo per l'intera durata del contratto ovvero per la durata delle condizioni economiche a prezzo dinamico.
- 3.27. Altre eventuali funzionalità dello strumento informativo, ad esempio in relazione ai dati effettivi di consumo rilevati e al relativo calcolo degli importi fatturati, potranno essere previste dall'Autorità mediante successivi provvedimenti.
- 3.28. A titolo esemplificativo ma non esaustivo, tra gli strumenti che possano soddisfare i criteri di cui al precedente punto 3.25 rientrano le interfacce digitali accessibili dall'area personale del cliente finale, tramite browser o applicazioni del venditore, aggiornate quotidianamente con i prezzi di riferimento.

Q.5. Si condivide l'orientamento relativo all'obbligo di fornire strumenti informativi al cliente finale per conoscere i prezzi dell'energia elettrica durante la fase contrattuale?

Q.6. In relazione agli strumenti informativi per conoscere i prezzi dell'energia elettrica, si ritiene questi possano includere altre funzionalità? Se sì, quali?

Estensione degli obblighi informativi per i contratti con prezzo dinamico ai contratti con prezzo ad aggiornamento infragiornaliero su base quotidiana

²² A titolo d'esempio, l'indice PUN Index GME calcolato dal GME a partire dai prezzi registrati sul Mercato del Giorno Prima (MGP) della Borsa Elettrica Italiana (IPEX).

²³ Ai sensi dell'articolo 1, comma 3, punto i., della deliberazione 386/2025/R/com, nel caso di offerte a prezzo variabile rivolte ai clienti finali domestici il corrispettivo dipendente dal consumo è pari alla somma di uno o più indici di riferimento identificati dal venditore e di un unico eventuale corrispettivo aggiuntivo a copertura dei costi di approvvigionamento non coperti dall'indice, entrambi eventualmente differenziabili in base alle caratteristiche di prelievo del cliente finale o ad altre caratteristiche specifiche dello stesso, in coerenza con quanto previsto dall'offerta.

- 3.29. Come richiamato al punto 3.5, la definizione di contratto con prezzo dinamico di cui all'articolo 3, comma 14, del decreto legislativo 210/21 prevede che rientrino nella categoria i soli contratti la cui frequenza di aggiornamento dei corrispettivi indicizzati rispecchi la variazione del prezzo sui mercati a pronti a intervalli pari almeno alla frequenza di regolamento di mercato.
- 3.30. Nel contesto del mercato elettrico italiano, il principale prezzo di riferimento dell'energia elettrica rilevato sul mercato all'ingrosso è il PUN Index GME, calcolato dal Gestore dei Mercati Energetici (GME), ai sensi dell'articolo 13 del decreto legislativo 210/21, come media dei prezzi zonali del Mercato del Giorno Prima (MGP) ponderata per i volumi acquistati, al netto degli acquisti relativi ai pompaggi e alle zone estere. Recentemente, la frequenza di aggiornamento di tale indice è passata da una base oraria a una base quartoraria, con valorizzazione dei prezzi a intervalli di 15 minuti. Ne consegue che, alla luce della definizione di cui all'articolo 3, comma 14, del decreto legislativo 210/21, possono qualificarsi come contratti a prezzo dinamico i contratti che prevedono l'applicazione ai consumi del cliente finale di corrispettivi indicizzati aggiornati con frequenza quartoraria.
- 3.31. Tuttavia, appare evidente che, per i clienti finali di piccole dimensioni, i cui margini di modulazione dei consumi risultano generalmente limitati, anche meccanismi di prezzo caratterizzati da intervalli di aggiornamento più ampi, quali, a titolo esemplificativo, intervalli orari o riferiti a fasce orarie aggregate, possano presentare elementi di complessità qualora i relativi valori siano aggiornati su base giornaliera. Tali configurazioni contrattuali possono infatti porre sfide analoghe sotto il profilo della comprensione delle condizioni economiche e della capacità del cliente di partecipare in modo consapevole e attivo al mercato.
- 3.32. A tal fine, l'Autorità ritiene opportuno estendere gli orientamenti illustrati nei precedenti punti con riferimento ai contratti con prezzo dinamico anche ai contratti che prevedono corrispettivi indicizzati aggiornati su base giornaliera e applicati secondo intervalli orari o fasce orarie aggregate. Anche in tali casi, infatti, il cliente finale dispone in anticipo dei valori dei corrispettivi applicabili nel giorno successivo e può pertanto modulare i propri consumi in funzione dei segnali di prezzo, concentrandoli nelle ore caratterizzate da valori inferiori. Al contempo, il rischio assunto dal venditore risulta comunque contenuto, in ragione dell'elevata frequenza di aggiornamento dei corrispettivi rispetto ad altre forme di indicizzazione, quali quelle basate su aggiornamenti mensili. Alla luce di tali caratteristiche, l'Autorità ritiene che, sotto il profilo degli effetti per il cliente finale di piccole dimensioni e della ripartizione del rischio tra cliente medesimo e venditore, tali contratti presentino elementi sostanzialmente analoghi a quelli dei contratti con prezzo dinamico e possano pertanto essere assoggettati ai medesimi obblighi informativi.

<i>Q.7. Si condivide l'orientamento relativo all'estensione degli obblighi informativi per i contratti con prezzo dinamico ai contratti con prezzo ad aggiornamento orario o infragiornaliero?</i>

D. Analisi di impatto della regolazione

- 3.33. L'Autorità intende sottoporre all'analisi di impatto della regolazione (AIR) l'introduzione di obblighi informativi volti a garantire che i clienti finali di piccole dimensioni e titolari di contratti con prezzo dinamico possano conoscere, durante

la fase contrattuale, i prezzi dell'energia elettrica applicabili ai propri consumi. A tal fine, si intendono valutare le seguenti opzioni regolatorie:

0. *opzione zero*: non prevedere alcun obbligo specifico, in capo ai venditori, in relazione alla messa a disposizione al cliente finale, che abbia sottoscritto un contratto con prezzo dinamico, strumenti informativi per la consultazione dei prezzi applicati ai consumi;
1. *opzione uno*: prevedere l'obbligo, in capo ai venditori, di mettere a disposizione del cliente finale che abbia sottoscritto un contratto a prezzo dinamico un collegamento diretto alla pagina del sito del Gestore dei Mercati Energetici (GME) contenente le informazioni aggiornate sui prezzi dell'energia elettrica nei mercati all'ingrosso;
2. *opzione due*: prevedere l'obbligo, in capo ai venditori, di mettere a disposizione del cliente finale che abbia sottoscritto un contratto a prezzo dinamico uno strumento informativo proprio, gratuito e facilmente accessibile, contenente le informazioni aggiornate sui prezzi effettivamente applicati ai consumi del cliente e ulteriori informazioni rilevanti relative alle condizioni economiche del contratto.

Obiettivi specifici e criteri di valutazione

3.34. Gli obiettivi specifici di questa misura, e i relativi criteri di valutazione, sono:

- a. la consapevolezza del cliente finale in merito alle condizioni economiche applicate ai propri consumi, valutata sulla base di:
 - i. efficacia: in quale misura l'opzione consente al cliente di comprendere il prezzo applicato ai propri consumi e le condizioni economiche del contratto?
 - ii. efficienza: il miglioramento della consapevolezza del cliente è proporzionato ai costi sostenuti dai venditori?
 - iii. semplificazione amministrativa: l'opzione semplifica l'accesso e la gestione delle informazioni rilevanti per clienti e venditori?
- b. la partecipazione attiva del cliente finale al fine di adeguare i consumi in base ai segnali del mercato, valutata sulla base di:
 - i. efficacia: in quale misura l'opzione consente al cliente di modificare i propri consumi in risposta ai segnali di prezzo?
 - ii. efficienza: i risultati attesi in termini di partecipazione attiva giustificano gli oneri imposti ai venditori?
 - iii. semplificazione amministrativa: l'opzione rende semplice e immediato l'utilizzo delle informazioni ai fini dell'adeguamento dei consumi e minimizza i costi per i venditori?

Valutazione qualitativa

3.35. Ai fini della valutazione qualitativa comparativa delle opzioni regolatorie, l'Autorità ha adottato una scala di punteggi compresi tra -3 e +3, riferita allo scenario base rappresentato dall'*opzione zero* (assenza di obblighi specifici). Tale approccio consente di evidenziare in modo graduato gli effetti attesi delle diverse opzioni rispetto ai due obiettivi specifici della misura, vale a dire il miglioramento

della consapevolezza del cliente finale sulle condizioni economiche applicate ai consumi e il rafforzamento della sua capacità di partecipare attivamente al mercato adattando i propri comportamenti di consumo ai segnali di prezzo.

- 3.36. Con riferimento al criterio dell'efficacia, l'*opzione uno* è stata valutata positivamente (+1) in quanto la mera messa a disposizione di un collegamento alla pagina del GME consente al cliente di accedere a informazioni aggiornate sui prezzi all'ingrosso, che tuttavia risultano "indirette" rispetto ai prezzi effettivamente applicati dal venditore e quindi solo parzialmente idonee a supportare una piena comprensione delle condizioni economiche del contratto e la conseguente modulazione dei consumi; inoltre, l'interfaccia del GME non presenta caratteristiche di usabilità e funzionalità tipiche di strumenti commerciali progettati per un utilizzo immediato da parte del cliente finale. L'*opzione due* è stata invece valutata in modo altamente positivo (+3), in quanto la disponibilità di uno strumento informativo direttamente predisposto dal venditore, contenente i prezzi effettivamente applicati al cliente (valori del corrispettivo indicizzato ed eventuale ulteriore corrispettivo dipendente dal consumo) e informazioni contrattuali rilevanti, garantisce un livello significativamente più elevato di trasparenza e di immediatezza informativa, risultando pienamente coerente con entrambi gli obiettivi della misura; tale soluzione consente inoltre al cliente finale di operare all'interno di un'unica interfaccia, già potenzialmente utilizzata per le diverse attività connesse alla fornitura, dalla consultazione delle bollette al servizio di assistenza, minimizzando i costi di ricerca e la dispersione informativa.
- 3.37. In relazione all'efficienza, l'*opzione uno* presenta un impatto molto positivo (+3), in quanto consente di perseguire un miglioramento informativo con oneri estremamente contenuti per gli operatori, limitati all'inserimento e aggiornamento di un collegamento informatico già disponibile su una piattaforma istituzionale. L'*opzione due*, pur determinando benefici informativi più elevati, è stata valutata positivamente ma in misura inferiore (+1), tenuto conto dei maggiori costi di sviluppo, implementazione e manutenzione di strumenti informativi dedicati da parte dei venditori.
- 3.38. Con riferimento al criterio della semplificazione amministrativa, l'*opzione uno* è stata valutata positivamente (+2 sull'obiettivo della consapevolezza, +1 sull'obiettivo della partecipazione attiva), in ragione della limitata complessità attuativa e dell'assenza di nuovi obblighi informativi sostanziali. Essa presenta tuttavia maggiori criticità per il cliente finale, che sarebbe tenuto a reperire le informazioni sui prezzi al di fuori dell'interfaccia abitualmente utilizzata per interagire con il venditore e nella quale, di norma, sono raccolte tutte le informazioni relative alla fornitura. L'*opzione due* è stata invece valutata in modo neutro (0), in quanto, pur introducendo nuovi adempimenti in capo ai venditori, tali obblighi risultano proporzionati rispetto agli obiettivi perseguiti e non determinano un significativo aggravio complessivo rispetto allo scenario base.
- 3.39. I risultati della valutazione qualitativa sono illustrati in Tabella 1. L'*opzione uno* ottiene un punteggio pari a 1,55, mentre l'*opzione due* un punteggio pari a 1,8.

Tabella 1: valutazione qualitativa dell'obbligo di fornire strumenti informativi al cliente finale per conoscere i prezzi dell'energia elettrica durante la fase contrattuale

Obiettivo	Peso obiettivo	Criterio	Peso criterio	Peso finale	Opzione zero	Opzione uno	Opzione due
a. consapevolezza del cliente finale	50%	Efficacia	50%	25%	0	+1	+3
		Efficienza	30%	15%	0	+3	+1
		Semplificazione	20%	10%	0	+2	0
b. partecipazione attiva del cliente finale	50%	Efficacia	50%	25%	0	+1	+3
		Efficienza	30%	15%	0	+2	+1
		Semplificazione	20%	10%	0	+1	0
Valutazione complessiva					0	+1,55	+1.8

Valutazione degli effetti attesi sui destinatari

3.40. Ai fini della valutazione degli effetti attesi sulle diverse categorie di destinatari, le opzioni regolatorie sono state analizzate distinguendo tra clienti finali e venditori. Per i clienti finali, gli effetti sono stati valutati in termini di:

- a. riduzione delle asimmetrie informative e incremento della consapevolezza sulle condizioni economiche applicate ai consumi e
- b. partecipazione attiva e benefici economici derivanti dalla capacità di modulare i consumi in funzione dei segnali di prezzo.

Per i venditori, la valutazione è stata condotta distinguendo tra:

- a. oneri implementativi una tantum e
- b. oneri operativi a regime.

Ciascuna dimensione è stata valutata mediante una scala di punteggi compresi da -3 a +3 rispetto allo scenario di riferimento rappresentato dall'*opzione zero*, al fine di rappresentare in modo comparabile sia gli effetti positivi sia gli eventuali oneri associati alle diverse opzioni regolatorie.

3.41. Per quanto riguarda i clienti finali, gli effetti sono stati valutati distinguendo tra la riduzione delle asimmetrie informative e il miglioramento della consapevolezza delle condizioni economiche applicate ai consumi e la capacità di partecipazione attiva al mercato attraverso la modulazione dei consumi in funzione dei segnali di prezzo. L'*opzione uno* determina un miglioramento limitato ma positivo, in quanto consente l'accesso a informazioni sui prezzi all'ingrosso tramite il portale del GME, che tuttavia risultano solo indirettamente riconducibili ai prezzi effettivamente applicati al cliente finale e la cui fruizione avviene tramite un'interfaccia differente rispetto quella solitamente utilizzata. L'*opzione due* presenta invece un impatto significativamente più elevato, poiché mette a disposizione del cliente informazioni direttamente riferite alle condizioni economiche del proprio contratto in un contesto *user-friendly* e con ampie possibilità di personalizzazione, con conseguente maggiore capacità sia di comprensione sia di adattamento dei comportamenti di consumo.

3.42. Per i venditori, la valutazione ha distinto tra oneri implementativi una tantum e oneri operativi a regime. L'*opzione uno* comporta oneri contenuti, riconducibili essenzialmente all'inserimento ed eventuale aggiornamento di un collegamento ipertestuale nella documentazione precontrattuale e contrattuale. L'*opzione due*

comporta invece lo sviluppo e la manutenzione di strumenti informativi dedicati, con un incremento degli oneri iniziali e continuativi, tuttavia valutati come proporzionati rispetto ai benefici informativi e comportamentali attesi per i clienti finali.

- 3.43. Nel complesso, come illustrato in Tabella 2, la somma algebrica degli impatti evidenzia come l'*opzione due* determini il saldo complessivo più favorevole, in ragione del significativo incremento dei benefici per i clienti finali, che risulta prevalente rispetto all'aumento degli oneri per i venditori. L'*opzione uno*, pur determinando effetti positivi, non consente il pieno conseguimento degli obiettivi della misura.

Tabella 2: valutazione degli effetti attesi sui destinatari dell'obbligo di fornire strumenti informativi al cliente finale per conoscere i prezzi dell'energia elettrica durante la fase contrattuale

Obiettivo	Criterio	Opzione zero	Opzione uno	Opzione due
Clienti finali	Riduzione asimmetrie informative e consapevolezza	0	+2	+3
	Partecipazione attiva e benefici economici	0	+1	+3
Venditori	Oneri di implementazione	0	-1	-2
	Oneri a regime	0	0	-1
Valutazione complessiva		0	+2	+3

Conclusioni

- 3.44. Nel complesso, l'AIR evidenzia come l'*opzione uno* massimizzi il rapporto tra semplicità attuativa e miglioramento informativo di base, mentre l'*opzione due* risulti maggiormente efficace nel raggiungimento degli obiettivi sostanziali della misura, definiti in coerenza con i principi che hanno introdotto la fattispecie del contratto con prezzo dinamico a livello europeo, a fronte di un maggiore impegno organizzativo per gli operatori, in ogni caso compensato da una maggiore fruibilità dell'informazione per il cliente finale. Per questo motivo, l'Autorità ha ritenuto opportuno esporre nella precedente sezione l'*opzione due*.

4 OBBLIGHI INFORMATIVI DEI VENDITORI IN MATERIA DI CONTRATTI DI FORNITURA CON SCONTI E PRODOTTI/SERVIZI AGGIUNTIVI

A. Introduzione

- 4.1. In un contesto di piena apertura dei mercati energetici, le dinamiche concorrenziali favoriscono lo sviluppo di proposte commerciali differenziate, ampliando le possibilità di scelta a disposizione dei clienti finali. In tale contesto, ulteriori e rilevanti elementi di differenziazione delle offerte di energia elettrica e gas naturale nel mercato libero, oltre alla struttura delle condizioni economiche già esplorata nel precedente capitolo, sono rappresentati dalle politiche di sconto e dalla presenza di prodotti e/o servizi offerti dai venditori in aggiunta alla fornitura, anche congiunta, di energia elettrica e gas naturale (di seguito: prodotti e/o servizi aggiuntivi).
- 4.2. Tali elementi possono contribuire ad accrescere il valore percepito dell'offerta e a rispondere a esigenze specifiche dei clienti finali, anche alla luce della crescente partecipazione dei consumatori alle dinamiche di mercato incentivata dalla transizione energetica e dalla progressiva digitalizzazione dei processi. Al contempo, considerata la complessità intrinseca dei contratti di fornitura e la quantità di informazioni che il cliente finale è chiamato a valutare nell'ambito del processo di scelta, la presenza di ulteriori elementi quali sconti e prodotti e/o servizi aggiuntivi, ove non adeguatamente rappresentata dai venditori, può compromettere la piena comprensione delle caratteristiche dell'offerta e indurre il cliente a effettuare scelte non pienamente consapevoli o non coerenti con le proprie esigenze.
- 4.3. Nel presente capitolo l'Autorità illustra i propri orientamenti finalizzati a rafforzare e precisare gli obblighi di trasparenza attualmente posti in capo ai venditori con riferimento alle politiche di sconto e ai prodotti/servizi aggiuntivi, al fine di assicurare che il cliente finale di piccole dimensioni disponga di informazioni chiare, complete e adeguate per effettuare scelte consapevoli, sia nella fase precontrattuale sia nel corso del rapporto di fornitura.

B. Contesto normativo e regolatorio di interesse

- 4.4. Con la liberalizzazione dei mercati al dettaglio dell'energia elettrica e del gas naturale, il legislatore ha accordato ai venditori la possibilità di operare in un regime di piena concorrenzialità. Tale facoltà, innestandosi sul principio generale di autonomia contrattuale di cui all'articolo 1322 del Codice civile, permette agli operatori di strutturare e proporre offerte fortemente differenziate.
- 4.5. La libertà contrattuale si estende non solo alla definizione del livello e della struttura del prezzo (fisso o variabile) e alle relative politiche di sconto, ma investe anche la configurazione di formule commerciali più complesse ed eterogenee, comprensive di prodotti e/o servizi aggiuntivi. Tuttavia, affinché tale pluralità di opzioni si traduca in un reale beneficio per il cliente finale, la libertà commerciale è stata coniugata con rigorosi obblighi di trasparenza, correttezza e confrontabilità delle informazioni precontrattuali.
- 4.6. Nell'ambito dei compiti attribuiti dalla legge 14 novembre 1995, n. 481, e in coerenza con l'evoluzione normativa in materia, l'Autorità ha progressivamente definito, attraverso il Codice di condotta commerciale e gli altri strumenti regolatori a disposizione dei clienti finali, un insieme di obblighi informativi volti ad

assicurare una rappresentazione chiara, comprensibile e trasparente degli elementi di differenziazione delle offerte. Tali obblighi sono finalizzati a consentire al cliente finale una valutazione consapevole delle diverse proposte commerciali e a favorirne una più immediata ed efficace confrontabilità.

4.7. In particolare, il Codice di condotta commerciale:

- a. per quanto riguarda gli sconti, prevede che:
 - i. qualora lo sconto sia presentato come riferito non al prezzo finale, ma ad una o più delle sue componenti, il venditore sia tenuto a fornire chiara indicazione al cliente che lo sconto praticato incide solo su una componente specifica e dell'incidenza percentuale media dello sconto sul prezzo finale al netto delle imposte, specificando che quest'ultimo sarà gravato da imposte (articolo 5, comma 3);
 - ii. nel riquadro "Condizioni economiche" della Scheda sintetica, il venditore sia tenuto a riportare una specifica sezione denominata "Sconti e/o bonus", contenente la descrizione e la quantificazione monetaria di tutti gli sconti previsti dall'offerta, con chiara indicazione dei casi in cui l'applicazione dello sconto sia subordinata all'avveramento di uno specifico evento o condizione e dei casi in cui lo sconto non sia di natura ricorrente e non sia pertanto destinato a ripetersi nel tempo, nonché le modalità e le tempistiche di corresponsione dei predetti sconti (articolo 20, comma 1, lettera f.);
 - iii. nell'ambito della sezione del contratto in cui sono illustrate le condizioni economiche offerte, il venditore sia tenuto a riportare una specifica sottosezione denominata "Sconti e/o bonus", contenente la descrizione e la quantificazione monetaria di tutti gli sconti previsti dall'offerta sulla base dei criteri di cui all'articolo 5, comma 3, e con chiara indicazione dei casi in cui l'applicazione dello sconto sia subordinata all'avveramento di uno specifico evento o condizione e dei casi in cui lo sconto non sia di natura ricorrente e non sia pertanto destinato a ripetersi nel tempo, nonché le modalità e le tempistiche di corresponsione dei predetti sconti (articolo 10, comma 3, lettera b., per le offerte rivolte ai clienti domestici e articolo 10, comma 4, lettera b., per le offerte rivolte ai clienti non domestici);
- b. per quanto riguarda i prodotti e/o servizi aggiuntivi, che l'articolo 1, comma 1, definisce come i «servizi e/o prodotti offerti dai venditori in aggiunta alla somministrazione, anche congiunta, di energia elettrica o di gas naturale oggetto dell'offerta commerciale»²⁴, prevede che:
 - i. nel riquadro "Condizioni economiche" della Scheda sintetica, il venditore sia tenuto a riportare una specifica sezione denominata "Prodotti e/o servizi aggiuntivi", la descrizione dei prodotti e/o servizi aggiuntivi, includendo anche i prodotti e/o servizi a cui i clienti finali possono decidere di aderire a titolo oneroso ovvero gratuito. La descrizione deve contenere la chiara indicazione degli eventuali

²⁴ La stessa definizione è inoltre ripresa all'articolo 1, comma 1, lettera p), del Regolamento di funzionamento del Portale Offerte che, inoltre, alla lettera q) dello stesso comma, definisce i servizi e/o prodotti opzionali come i «servizi e/o prodotti aggiuntivi a cui i clienti possono decidere di aderire a titolo oneroso ovvero gratuito».

corrispettivi richiesti e delle relative condizioni di recesso (articolo 20, comma 1, lettera g.);

- ii. nell'ambito della sezione del contratto in cui sono illustrate le condizioni economiche offerte, il venditore sia tenuto a riportare una specifica sottosezione denominata "Prodotti e/o servizi aggiuntivi" contenente la descrizione dei prodotti e/o servizi offerti dal venditore in aggiunta alla somministrazione, anche congiunta, di energia elettrica o di gas naturale oggetto dell'offerta, includendo anche i prodotti e/o servizi a cui i clienti finali possono decidere di aderire a titolo oneroso ovvero gratuito. La descrizione deve contenere la chiara indicazione degli eventuali corrispettivi richiesti e delle relative condizioni di recesso (articolo 10, comma 3, lettera c., per le offerte rivolte ai clienti domestici e articolo 10, comma 4, lettera c., per le offerte rivolte ai clienti non domestici).

4.8. Il Regolamento di funzionamento del Portale Offerte, invece:

- a. per quanto riguarda gli sconti, prevede che:
 - i. siano indicati nell'elenco delle offerte, per ciascuna offerta ivi riportata, distinguendo tra sconti ricompresi e non ricompresi nel calcolo della spesa annua stimata (articolo 10, comma 2, lettera f) e g));
 - ii. l'utente possa affinare la ricerca delle offerte selezionando la presenza di ulteriori sconti condizionati, rispetto a quelli eventualmente già ricompresi nella spesa annua stimata (articolo 11, comma 3, lettera h));
 - iii. siano descritti nella pagina di dettaglio dell'offerta, con chiara indicazione (a) dei casi in cui l'applicazione di tale sconto è subordinata all'avveramento di uno specifico evento o condizione e (b) dei casi in cui lo sconto non sia di natura ricorrente e non sia pertanto destinato a ripetersi nel tempo, nonché le modalità e le tempistiche di corresponsione dei predetti sconti (articolo 12, comma 3, lettera j));

prevede inoltre che, ai fini del calcolo della stima della spesa annua, siano considerati gli eventuali sconti applicati automaticamente in virtù dell'adesione all'offerta, inclusi quelli riconosciuti al cliente a condizione che il contratto non venga risolto prima di un anno, maturati nei primi dodici mesi dalla data di decorrenza del contratto, indipendentemente dalla durata delle condizioni economiche. Gli ulteriori sconti non sono invece considerati ai fini della stima della spesa annua, ma sono rappresentati esclusivamente nella pagina di dettaglio (articolo 16, comma 5). Infine, gli sconti inclusi nel calcolo della stima della spesa annua sono evidenziati separatamente nel dettaglio delle voci di spesa riportato nella medesima pagina (articolo 12, comma 3, lettera b));

- b. per quanto riguarda i prodotti/servizi aggiuntivi prevede che:
 - i. siano indicati nell'elenco delle offerte, per ciascuna offerta ivi riportata, distinguendo, eventualmente a livello grafico, i servizi e i prodotti opzionali (articolo 10, comma 2, lettera f) e g));

- ii. l'utente possa affinare la ricerca delle offerte selezionandone la presenza, a prescindere che essi siano a titolo oneroso o gratuito (articolo 11, comma 3, lettera c));
 - iii. siano descritti nella pagina di dettaglio dell'offerta, con chiara indicazione dei prodotti/servizi opzionali, degli eventuali corrispettivi richiesti e delle relative condizioni di recesso (articolo 12, comma 3, lettera e)).
- 4.9. Nella Raccomandazione sulla sintesi delle principali condizioni contrattuali, la Commissione europea raccomanda agli Stati membri, tra l'altro, che:
- il formato della sintesi delle condizioni contrattuali sia adeguato a rappresentare anche le offerte che includono prodotti e/o servizi aggiuntivi, nonché quelle che prevedono forme di condivisione dell'energia in rete. In tali casi, il formato dovrebbe prevedere una sezione specificamente dedicata agli elementi aggiuntivi. Inoltre, al fine di evitare che tali elementi interferiscano con la fornitura di energia, la Commissione raccomanda che essi siano disciplinati in un contratto separato e chiaramente distinto dal contratto di fornitura;
 - la sintesi debba includere anche le informazioni relative alle promozioni e agli sconti eventualmente previsti dall'offerta, nonché la descrizione degli eventuali prodotti e/o servizi aggiuntivi, con i relativi costi e le relative condizioni di durata, rinnovo e recesso. La sintesi dovrebbe inoltre indicare il tipo di pacchetto (ad esempio, energia elettrica e connessione internet o energia elettrica e servizi non energetici, installazione e manutenzione di sistemi di accumulo e impianti rinnovabili per autoconsumo), specificando in modo chiaro se i prodotti e/o servizi aggiuntivi siano obbligatori oppure opzionali. Dovrebbero essere altresì riportati il ruolo e le responsabilità dei fornitori dei servizi e di tutte le eventuali ulteriori entità con cui il cliente finale è chiamato a interagire.

Evidenze ed orientamenti a livello europeo in materia di sconti e prodotti e/o servizi aggiuntivi

- 4.10. La presenza di elementi di differenziazione nelle offerte di energia elettrica e di gas naturale del mercato libero, quali politiche di sconto e prodotti e/o servizi aggiuntivi, costituisce da tempo oggetto di attenzione e dibattito a livello europeo, come illustrato nel box della presente sezione. Il dibattito si è concentrato, in particolare, sulle modalità con cui tali elementi debbano essere rappresentati al cliente finale al fine di garantirne la piena consapevolezza, tenuto conto della loro eterogeneità e del rischio che possano compromettere la comprensibilità e la confrontabilità delle condizioni economiche delle offerte.

Transparency and Comparability in the Retail Market, CEER, 28 aprile 2026

Nel rapporto "Transparency and Comparability in the Retail Market", il CEER ha evidenziato alcune criticità in termini di comprensione e confrontabilità delle offerte caratterizzate da politiche di sconto e/o dalla presenza di prodotti e/o servizi aggiuntivi quali, a titolo esemplificativo, impianti di riscaldamento e raffrescamento, pannelli solari, soluzioni per la mobilità elettrica, servizi di assistenza tecnica, coperture assicurative, piani sanitari, interventi di ristrutturazione

edilizia o servizi di telecomunicazione. In tali casi, il cliente finale può incontrare difficoltà nel valutare la convenienza relativa delle diverse offerte, in quanto il confronto non si limita alla componente energetica ma si estende a una pluralità di elementi, ciascuno caratterizzato da specifiche condizioni economiche e contrattuali. A fronte di tali criticità, il CEER ha individuato una serie di principi regolatori finalizzati ad assicurare un elevato livello di trasparenza sia nella fase di confronto tra le offerte sia nel corso del rapporto contrattuale, in presenza di elementi di differenziazione ulteriori rispetto alla sola fornitura di energia:

- **sconti e promozioni:** qualsiasi offerta promozionale o sconto deve essere presentato con assoluta chiarezza, specificandone il valore, la durata, le condizioni e il prezzo che sarà applicato al termine del periodo promozionale;
- **prodotti e/o servizi aggiuntivi:** il contratto deve elencare esplicitamente eventuali prodotti e/o servizi aggiuntivi (ad esempio, assicurazione, manutenzione) o apparecchiature (ad esempio, pannelli solari). Devono inoltre essere indicati i diritti di recesso autonomi relativi a tali servizi, al fine di evitare che i clienti finali siano impossibilitati a cambiare fornitore di energia a causa del vincolo derivante da prodotti o servizi accessori. Inoltre, tali prodotti e/o servizi devono avere adeguata e separata evidenza in bolletta dei servizi sottoscritti, consentendo ai consumatori di scegliere se pagarli separatamente.

4.11. Nell'ambito della raccolta dei dati finalizzata alla redazione della Relazione Annuale, l'Autorità considera servizi aggiuntivi:

- servizi e prodotti energetici accessori (strumenti digitali e collaborativi per il controllo di consumi e costi energetici, strumenti per aumentare l'efficienza energetica, prestazioni professionali come assistenza telefonica, manutenzione impianti, assicurazione sugli impianti energetici);
- omaggi, gadget o buoni da spendere presso punti vendita fisici o elettronici;
- vantaggi sull'acquisto di altri beni o servizi (sconti benzina, abbonamenti a riviste);
- programmi di raccolta punti (propri o altrui);
- altri servizi e prodotti (internet, abbonamento telefonico, abbonamento TV, prodotto assicurativo/finanziario);
- per le sole forniture di energia elettrica, le garanzie di energia proveniente da fonte rinnovabile, le garanzie di energia prodotta in Italia e i servizi di mobilità elettrica; e per le sole forniture di gas naturale, la garanzia di energia 100% *green*.

4.12. Secondo i dati della Relazione Annuale 2026, con riferimento all'anno solare 2025, nel mercato elettrico, i servizi aggiuntivi risultano particolarmente diffusi tra i contratti a prezzo fisso sottoscritti dai clienti domestici, per i quali la quasi totalità delle offerte ne prevede la presenza, a fronte del 70,9% dei contratti a prezzo variabile; per i clienti non domestici, tali percentuali si attestano al 49,3% per i contratti a prezzo fisso e al 47,0% per quelli a prezzo variabile. La garanzia di energia proveniente da fonte rinnovabile è di gran lunga il servizio aggiuntivo più diffuso (74,6% nei contratti a prezzo fisso e 48,5% nei contratti a prezzo variabile

dei clienti domestici; 44,5% nei contratti a prezzo fisso e 38,3% nei contratti a prezzo variabile dei clienti non domestici), seguito dai servizi energetici accessori (2,4% nei contratti a prezzo fisso e 6,7% nei contratti a prezzo variabile dei clienti domestici; 1,0% nei contratti a prezzo fisso e 3,7% nei contratti a prezzo variabile dei clienti non domestici) e da altri servizi e prodotti (8,1% nei contratti a prezzo fisso e 2,6% nei contratti a prezzo variabile dei clienti domestici; 0,3% nei contratti a prezzo fisso e 1,1% nei contratti a prezzo variabile dei clienti non domestici)²⁵.

- 4.13. Nel mercato del gas naturale, i servizi aggiuntivi risultano particolarmente diffusi tra i contratti a prezzo fisso sottoscritti dai clienti domestici, per i quali oltre il 77,3% delle offerte ne prevede la presenza, a fronte del 44,5% dei contratti a prezzo variabile; per i clienti non domestici, tali percentuali si attestano al 20,2% per i contratti a prezzo fisso e al 4,7% per quelli a prezzo variabile. Tra i servizi aggiuntivi maggiormente diffusi figurano i programmi di raccolta punti, presenti nel 57,6% dei contratti a prezzo fisso e nel 20,2% dei contratti a prezzo variabile dei clienti domestici, nonché nel 11,5% e nel 1,9% dei corrispondenti contratti dei clienti non domestici. Seguono le garanzie di energia 100% green (presenti nel 11,7% dei contratti a prezzo fisso e nel 12,9% dei contratti a prezzo variabile dei clienti domestici, nonché nel 7,9% e nell'1,6% dei contratti dei clienti non domestici) e i servizi energetici accessori (presenti nel 3,7% dei contratti a prezzo fisso e nel 5,3% dei contratti a prezzo variabile dei clienti domestici, nonché nello 0,5% e nell'1,0% dei corrispondenti contratti dei clienti non domestici)²⁶.

C. Orientamenti dell'Autorità

- 4.14. Alla luce degli elementi riportati e al fine di assicurare che il cliente finale disponga di tutti gli strumenti necessari per effettuare scelte consapevoli, sia nella fase precontrattuale sia nel corso del rapporto di fornitura, l'Autorità ritiene opportuno aggiornare gli attuali obblighi di trasparenza posti in capo ai venditori nel caso di contratti caratterizzati da politiche di sconto e da prodotti e/o servizi aggiuntivi associati alla fornitura di energia elettrica e di gas naturale.
- 4.15. Sulla base di un approccio *customer-first* incentrato sul cliente finale e in coerenza con gli obiettivi strategici dell'Autorità richiamati nel Capitolo 1 nonché con gli obiettivi specifici richiamati nei capitoli successivi, gli obblighi informativi relativi ai contratti caratterizzati da politiche di sconto e da prodotti e/o servizi aggiuntivi dovrebbero essere definiti tenendo conto delle esigenze e delle caratteristiche dei clienti finali di piccole dimensioni, cui si rivolgono le disposizioni del Codice di condotta commerciale e gli strumenti regolatori a supporto delle scelte di fornitura, quali il Portale Offerte. In tale prospettiva, gli obblighi informativi dovrebbero essere strutturati in modo da garantire che il cliente finale sia in grado di:
- a. comprendere, senza eccessivi oneri cognitivi, le informazioni fornite dal venditore in relazione alle politiche di sconto e ai prodotti e/o servizi aggiuntivi;
 - b. utilizzare agevolmente tali informazioni per confrontare le diverse offerte presenti sul mercato libero, anche mediante il Portale Offerte.

Obblighi informativi dei venditori in relazione alle politiche di sconto

²⁵ Tav. 2.66 del Volume 1 – Stato dei servizi della Relazione Annuale 2026 dell'Autorità.

²⁶ Tav. 3.44 del Volume 1 – Stato dei servizi della Relazione Annuale 2026 dell'Autorità.

- 4.16. Attualmente, la regolazione non prevede una definizione specifica di sconto. In assenza di una nozione uniforme, l'applicazione degli obblighi informativi richiamati al precedente punto 4.6, lettera a, può risultare eccessivamente eterogenea tra i diversi venditori e, in alcuni casi, anche tra le offerte del medesimo venditore. Nel mercato libero si sono infatti sviluppate politiche commerciali particolarmente diversificate, incluse forme di sconto complesse e talvolta condizionate al comportamento del cliente finale nel corso del periodo di validità delle condizioni economiche. Al fine di favorire una rappresentazione standardizzata e maggiormente confrontabile degli sconti, sia nella fase precontrattuale sia nel corso del rapporto contrattuale, l'Autorità ritiene opportuno introdurre una specifica definizione di sconto, circoscrivendo tale fattispecie ai vantaggi economici determinati in funzione dei corrispettivi applicati o dell'importo fatturato. Nel primo caso, il beneficio deve essere calcolato con riferimento a corrispettivi effettivamente applicabili al cliente finale anche in assenza dello sconto e non a valori definiti esclusivamente ai fini della rappresentazione del beneficio economico.
- 4.17. Alla luce di quanto precede, l'Autorità intende definire lo sconto come «un vantaggio economico riconosciuto al cliente finale, consistente nella riduzione del prezzo di vendita dell'energia elettrica o del gas naturale (corrispettivo in quota fissa e/o corrispettivo dipendente dal consumo) oppure nella riduzione dell'importo complessivamente fatturato al cliente, applicata in relazione alla fornitura di energia elettrica o di gas naturale e indicata in termini percentuali o assoluti. Nel caso di una riduzione del prezzo di vendita, il prezzo oggetto dello sconto deve corrispondere a un corrispettivo effettivamente applicato, per periodi significativi, alla generalità dei clienti cui è destinato e non essere definito esclusivamente ai fini della rappresentazione del beneficio economico associato allo sconto».
- 4.18. In applicazione della definizione di cui al precedente punto 4.16, rientrano nella nozione di *sconto*:
- la **riduzione del corrispettivo dipendente dal consumo** (€/kWh o €/Smc), anche in relazione a singole fasce orarie o in base alla distribuzione del prelievo nell'arco della giornata indicato nell'offerta, espressa in valore assoluto (ad esempio, -0,10 €/kWh) oppure in valore percentuale (ad esempio, -20% rispetto il valore del corrispettivo medesimo);
 - la **riduzione del corrispettivo in quota annua** (€/anno), espressa in valore assoluto (ad esempio, -24 €/anno) oppure in valore percentuale (ad esempio, -20% rispetto il valore del corrispettivo medesimo);
 - la **riduzione dell'importo complessivamente fatturato**, espressa in valore assoluto oppure in valore percentuale; nel caso di riduzione in valore assoluto, l'importo può essere indicato al netto o al lordo delle imposte.
- 4.19. L'applicazione degli sconti può avvenire automaticamente, quale conseguenza dell'adesione del cliente finale all'offerta, oppure essere subordinata al verificarsi di specifiche condizioni. Tra queste rientrano, a titolo esemplificativo, la contestuale sottoscrizione di un'altra fornitura (ad esempio di gas naturale nel caso di un'offerta di energia elettrica), l'acquisto di prodotti e/o servizi aggiuntivi, l'attivazione e il mantenimento di determinati strumenti di pagamento, la sottoscrizione dell'offerta tramite specifici canali di vendita o il raggiungimento di determinate soglie nell'ambito di iniziative promozionali o programmi di

fidelizzazione. La corresponsione dello sconto può inoltre avvenire secondo modalità differenti, ad esempio in un'unica soluzione oppure ripartiti nel tempo mediante accrediti distribuiti sulle bollette emesse nel corso di un determinato periodo.

- 4.20. Non rientrano nella definizione di *sconto* di cui al punto 4.16 le riduzioni di corrispettivi riferite a prezzi che non risultano effettivamente applicati, per periodi significativi, alla generalità dei clienti cui sono destinati. Rientrano in tale fattispecie, a titolo esemplificativo, i corrispettivi presentati come “scontati” rispetto a valori di riferimento che non trovano concreta applicazione nell’ambito di altre offerte commerciali del venditore. Parimenti, non rientrano nella definizione di sconto le strutture di prezzo caratterizzate da corrispettivi decrescenti nel tempo qualora il valore iniziale del corrispettivo non sia effettivamente applicato alla generalità dei clienti finali e sia definito esclusivamente ai fini della costruzione del meccanismo di riduzione progressiva del prezzo. È il caso, ad esempio, di un’offerta che prevede un corrispettivo dipendente dal consumo pari a 0,24 €/kWh nel primo mese, 0,22 €/kWh nel secondo mese, 0,20 €/kWh nel terzo mese e così via, qualora il corrispettivo iniziale di 0,24 €/kWh sia applicato esclusivamente nell’ambito di tale meccanismo e limitatamente al primo mese di fornitura.
- 4.21. Contestualmente all’introduzione della definizione di *sconto*, l’Autorità ritiene opportuno chiarire anche la nozione di *bonus*, attualmente richiamata negli obblighi informativi del Codice di condotta commerciale nella medesima sezione dedicata agli sconti e frequentemente oggetto di richieste di chiarimento da parte dei venditori circa il relativo ambito applicativo. A tal fine, l’Autorità ritiene opportuno rinominare tale categoria come “premi” e ricomprendervi i vantaggi promozionali riconosciuti al cliente e diversi dagli sconti, cioè dalla riduzione del prezzo di vendita dell’energia elettrica o del gas naturale o dalla riduzione dell’importo complessivamente fatturato in relazione alla fornitura. Rientrano in tale fattispecie, a titolo esemplificativo, i buoni acquisto o i voucher utilizzabili presso soggetti terzi (quali piattaforme di commercio elettronico, librerie o altri esercizi commerciali), nonché prodotti o beni forniti gratuitamente al cliente finale, anche nell’ambito di iniziative promozionali o programmi di fidelizzazione.

Q.8. Si condivide l’orientamento relativo alle definizioni di sconto e di premio?
--

- 4.22. Con specifico riferimento agli obblighi informativi, l’Autorità ritiene opportuno:
- allineare l’obbligo informativo di cui all’articolo 5, comma 3, del Codice di condotta commerciale alle disposizioni in materia di criteri per la definizione della struttura dei corrispettivi delle offerte rivolte ai clienti finali domestici di cui all’articolo 1 della deliberazione 386/2025/R/com, tenuto conto che i venditori sono tenuti a definire un unico corrispettivo in quota fissa e un unico corrispettivo dipendente dal consumo e, conseguentemente, la valutazione dell’incidenza percentuale dello sconto applicato a una singola componente di prezzo deve essere effettuata con riferimento alla spesa annua del cliente finale tipo, anziché al prezzo complessivo della fornitura (che, per i clienti domestici, è, per l’appunto, il corrispettivo stesso). A tal fine, per le offerte rivolte ai clienti finali domestici, qualora lo sconto non sia applicato all’importo complessivo fatturato al cliente per la fornitura bensì ad una singola componente di prezzo (corrispettivo in quota annua e/o corrispettivo dipendente dal consumo), dovrà essere fornita chiara indicazione al cliente

che lo sconto praticato incide solo su una componente specifica e dell'incidenza percentuale media dello sconto sulla spesa annua del cliente finale tipo al netto delle imposte, specificando che quest'ultima sarà gravata da imposte²⁷;

- b. allineare i criteri di compilazione della sezione “Sconti e/o bonus” (che sarà rinominata “Sconti e/o premi”) del contratto e della Scheda sintetica alle nozioni illustrate nei precedenti punti, prevedendo che il venditore debba altresì indicare le modalità di scadenza e riduzione degli sconti²⁸; nella sezione, quindi, il venditore sarà tenuto a riportare la descrizione e la quantificazione monetaria di tutti gli sconti e/o premi previsti dall'offerta, nonché le modalità e le tempistiche di corresponsione, riduzione e scadenza dei medesimi. Come già previsto, dovranno inoltre essere esplicitati in modo chiaro i casi in cui l'applicazione dello sconto/del premio sia subordinata al verificarsi di specifiche condizioni o eventi, nonché i casi in cui lo sconto non abbia natura ricorrente e non sia pertanto destinato a ripetersi nel tempo.

Q.9. Si condivide l'orientamento relativo all'allineamento degli obblighi informativi del Codice di condotta commerciale alle nuove definizioni di sconto e premio?

Obblighi informativi dei venditori in relazione ai prodotti e/o servizi aggiuntivi

- 4.23. Considerata l'eterogeneità delle formule contrattuali sviluppatesi nel mercato libero, nelle quali i venditori associano alla fornitura di energia elettrica o di gas naturale prodotti e/o servizi aggiuntivi, l'attuale definizione regolatoria dei medesimi — ossia i «servizi e/o prodotti offerti dai venditori in aggiunta alla somministrazione, anche congiunta, di energia elettrica o di gas naturale oggetto dell'offerta commerciale» — è risultata nel tempo eccessivamente generica e tale da prestarsi a interpretazioni non uniformi, con conseguenti difformità nella rappresentazione di tali elementi sia in fase precontrattuale sia nel contratto.
- 4.24. Al fine di favorire una rappresentazione standardizzata e maggiormente confrontabile dei prodotti/servizi aggiuntivi, l'Autorità ritiene opportuno modificare la definizione vigente, qualificandoli come i «prodotti/servizi, diversi dalla fornitura di energia elettrica e/o di gas naturale oggetto dell'offerta commerciale, offerti dal venditore a titolo oneroso o gratuito, disciplinati nell'ambito del contratto di fornitura ovvero mediante un contratto separato, la cui sottoscrizione può essere obbligatoria oppure facoltativa».
- 4.25. La nuova definizione chiarisce che rientra nella categoria dei prodotti e/o servizi aggiuntivi qualsiasi prodotto o servizio offerto al cliente finale che sia diverso dalla fornitura di energia elettrica e/o di gas naturale. Essa specifica, inoltre, le possibili modalità di commercializzazione di tali prodotti e/o servizi, precisando che essi possono essere offerti a titolo oneroso oppure gratuito, essere disciplinati nell'ambito del contratto di fornitura ovvero mediante un contratto separato e avere carattere obbligatorio oppure facoltativo. In particolare, i prodotti e/o servizi

²⁷ Il vigente articolo 5, comma 3, richiamato al punto 4.7, lettera a, punto i, recita: “Qualora lo sconto sia presentato come riferito non al prezzo finale, ma ad una o più delle sue componenti, deve essere fornita chiara indicazione al cliente che lo sconto praticato incide solo su una componente specifica e dell'incidenza percentuale media dello sconto sul prezzo finale al netto delle imposte, specificando che quest'ultimo sarà gravato da imposte.”.

²⁸ I vigenti articoli sono richiamati al punto 4.7, lettera a, punti ii e iii.

aggiuntivi hanno carattere obbligatorio quando costituiscono un elemento inscindibile dell'offerta commerciale e le specifiche condizioni contrattuali ed economiche della fornitura sono previste esclusivamente in abbinamento ai medesimi. Hanno invece carattere facoltativo quando la loro sottoscrizione è rimessa alla libera scelta del cliente finale e la mancata adesione non comporta alcuna modifica delle condizioni contrattuali ed economiche dell'offerta di fornitura che può, quindi, essere sottoscritto alle medesime condizioni anche senza la presenza di prodotti e/o servizi aggiuntivi (al netto di eventuali sconti condizionati).

- 4.26. Non rientrano, quindi, nella definizione di *prodotti/servizi aggiuntivi* le garanzie relative alla provenienza dell'energia elettrica da fonti rinnovabili, nonché le ulteriori garanzie afferenti alla *commodity* energetica, quali, a titolo esemplificativo, quelle relative alla provenienza geografica dell'energia. Tali elementi costituiscono infatti caratteristiche intrinseche della *commodity* energetica e si riflettono nei corrispettivi applicati al cliente finale nell'ambito della spesa per la vendita. Essi devono pertanto essere considerati elementi di differenziazione dell'energia elettrica oggetto della fornitura, piuttosto che prodotti o servizi ulteriori associati al contratto. Peraltro, gli obblighi informativi relativi a tali caratteristiche sono già disciplinati dal decreto del Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica 14 luglio 2023 recante «Attuazione dell'articolo 46 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 199 in materia di garanzie di origine», che definisce i criteri e le modalità di comunicazione ai clienti finali delle informazioni relative alla composizione delle fonti energetiche utilizzate per la produzione dell'energia elettrica fornita, recepiti nella regolazione del Codice di condotta commerciale con la deliberazione 31 ottobre 2023, 496/2023/R/com.
- 4.27. Al contrario, rientrano nella definizione di *prodotti/servizi aggiuntivi* le iniziative finalizzate alla compensazione delle emissioni di anidride carbonica associate al gas naturale fornito al cliente finale, nonché le forme di adesione o abbonamento a progetti con finalità ambientali, quali, a titolo esemplificativo, progetti di forestazione o di raccolta dei rifiuti.

Q.10. Si condivide l'orientamento relativo alla definizione di prodotti e/o servizi aggiuntivi?

- 4.28. Come illustrato al punto 4.7, lettera b, il Codice di condotta commerciale prevede una serie di informazioni che il venditore deve trasmettere al cliente finale in fase precontrattuale e nel contratto con riferimento ai prodotti e/o servizi aggiuntivi: la descrizione degli stessi, l'indicazione degli eventuali corrispettivi richiesti e delle relative condizioni di recesso.
- 4.29. Considerata la molteplicità di prodotti e/o servizi aggiuntivi offerti dai venditori nel mercato libero ai clienti finali e al fine di evitare un appesantimento della documentazione precontrattuale e contrattuale, nonché di concentrare l'attenzione del cliente finale sugli elementi essenziali e imprescindibili del contratto, l'Autorità ritiene opportuno circoscrivere gli obblighi informativi già previsti dal Codice di condotta commerciale ai soli prodotti e/o servizi aggiuntivi, a titolo oneroso o gratuito, che ricadono in una delle seguenti fattispecie:
- a. disciplinati nell'ambito del contratto di fornitura, indipendentemente dal fatto che la relativa adesione sia obbligatoria o facoltativa. In tale ipotesi, i prodotti

e/o servizi costituiscono elementi del contratto di fornitura e, pertanto, le relative caratteristiche devono essere rappresentate in modo chiaro e completo nella documentazione precontrattuale e contrattuale;

- b. disciplinati mediante un contratto separato, la cui sottoscrizione sia obbligatoria. Pur essendo regolati da un distinto rapporto contrattuale, tali prodotti e/o servizi risultano infatti inscindibilmente collegati all'offerta di energia e concorrono a definirne le condizioni economiche e contrattuali, non essendo disponibile la medesima offerta in assenza del relativo abbinamento.

Nel caso di prodotti e/o servizi aggiuntivi disciplinati mediante un contratto separato e di carattere facoltativo, come illustrato in seguito, l'Autorità ritiene opportuno prevedere obblighi informativi semplificati.

- 4.30. Con specifico riferimento alle informazioni che il venditore deve trasmettere al cliente finale in relazione ai prodotti e/o servizi aggiuntivi di cui al precedente punto 4.29, lettere a e b, oltre alla descrizione dei medesimi, all'indicazione degli eventuali corrispettivi applicati e delle relative condizioni di recesso, l'Autorità ritiene opportuno prevedere, anche in coerenza con la Raccomandazione della Commissione europea sulla sintesi delle principali condizioni contrattuali, che il venditore fornisca al cliente finale ulteriori informazioni riguardanti:
- la durata e le modalità di eventuale rinnovo dei prodotti e/o servizi;
 - la natura obbligatoria o facoltativa degli stessi;
 - il ruolo e le responsabilità dei soggetti che li erogano e degli eventuali ulteriori soggetti con cui il cliente finale è chiamato a interagire, qualora diversi dal venditore.
- 4.31. Per quanto riguarda i prodotti e/o servizi aggiuntivi diversi da quelli di cui al precedente punto 4.29, lettere a e b, ossia ai prodotti e/o servizi disciplinati mediante un contratto separato e di carattere facoltativo, l'Autorità ritiene sufficiente che il venditore ne dia evidenza al cliente finale, sia nella fase precontrattuale sia nel contratto di fornitura, mediante un rinvio a uno strumento informativo contenente la disciplina di dettaglio dei medesimi, quale, a titolo esemplificativo, una sezione dedicata del proprio sito internet. Tale strumento dovrà riportare tutte le informazioni rilevanti, tra cui, in particolare, gli eventuali corrispettivi applicati, la durata, le condizioni di rinnovo e le modalità di recesso, in coerenza con le disposizioni della normativa primaria e, se applicabile, di settore. Resta fermo che, qualora la sottoscrizione di uno o più prodotti e/o servizi aggiuntivi di tale tipologia costituisca condizione per il riconoscimento di vantaggi economici sulla fornitura di energia elettrica o di gas naturale, quali sconti in bolletta, il venditore dovrà darne adeguata evidenza nella sezione «Sconti e premi», trattandosi di sconti subordinati al verificarsi di una specifica condizione.
- 4.32. Con riferimento al Portale Offerte, nell'ambito del procedimento avviato con la deliberazione 23 luglio 2026, 268/2026/R/com, l'Autorità ritiene inoltre opportuno valutare un affinamento delle funzionalità di ricerca attualmente disponibili, al fine di consentire al cliente finale di selezionare le offerte in modo più mirato, anche mediante l'introduzione di filtri relativi alla presenza o all'assenza di prodotti e/o servizi aggiuntivi.

Q.11. Si condivide l'orientamento relativo alla revisione degli obblighi informativi del Codice di condotta commerciale in materia di prodotti/servizi aggiuntivi?

5 MISURE DI CORRETTEZZA, TRASPARENZA E ADEGUATEZZA NELLA FORMULAZIONE DI UN'OFFERTA A TUTELA DEI CLIENTI VULNERABILI

A. Introduzione

- 5.1. I benefici della liberalizzazione dei mercati al dettaglio dell'energia elettrica e del gas naturale si realizzano pienamente solo se i clienti finali sono posti nelle condizioni di effettuare scelte consapevoli. In tale prospettiva, la fase di scelta di un'offerta di energia elettrica o di gas naturale rappresenta un momento particolarmente rilevante del processo decisionale del cliente finale, chiamato a individuare la proposta più idonea alle proprie esigenze anche attraverso il confronto tra le offerte disponibili sul mercato e l'analisi della relativa documentazione commerciale e precontrattuale. In questa fase, il cliente finale può inoltre avvalersi del supporto del venditore, che è tenuto a fornire le informazioni necessarie affinché la scelta sia compiuta in modo informato e consapevole.
- 5.2. Se, da un lato, la liberalizzazione dei mercati al dettaglio garantisce ai venditori un'ampia libertà nella definizione delle proprie offerte commerciali, dall'altro lato l'ordinamento impone loro il rispetto di una serie di principi, tra cui la buona fede contrattuale, la correttezza delle informazioni fornite e la trasparenza nel corso del rapporto contrattuale. Tali principi sono volti, tra l'altro, a prevenire pratiche commerciali scorrette o ingannevoli, a ridurre le asimmetrie informative tra venditore e cliente finale e a garantire che quest'ultimo possa effettuare scelte consapevoli.
- 5.3. La crescente complessità dei mercati energetici, unitamente alle innovazioni normative e regolatorie che si sono susseguite negli ultimi anni, richiede una particolare attenzione nei confronti dei clienti finali affinché siano posti nelle condizioni di assumere decisioni consapevoli e coerenti con le proprie esigenze. In tale contesto, quanto maggiore è la difficoltà del cliente finale nel valutare e confrontare le offerte disponibili, tanto più rilevante diviene il ruolo del venditore nel fornire, durante la fase precontrattuale, informazioni chiare, complete e trasparenti, idonee a orientare il cliente verso una scelta informata.
- 5.4. Nel presente capitolo l'Autorità illustra i propri orientamenti volti a introdurre specifiche misure di correttezza, trasparenza e adeguatezza nella formulazione e nella presentazione delle offerte nei confronti dei clienti vulnerabili, al fine di rafforzarne la consapevolezza nella fase di scelta e di favorire una piena conoscenza degli strumenti di tutela e delle misure regolatorie loro dedicate.

B. Contesto normativo e regolatorio di interesse

- 5.5. Con riferimento ai settori dell'energia elettrica e del gas naturale, la legge 14 novembre 1995, n. 481 (di seguito: legge 481/95) ha attribuito all'Autorità il potere di emanare direttive concernenti la produzione e l'erogazione dei servizi di pubblica utilità (articolo 2, comma 12, lettera h), ivi compresa la vendita al dettaglio, al fine di assicurare al cliente finale una adeguata tutela, anche promuovendo e diffondendo «la massima trasparenza in merito ai servizi offerti, la concorrenzialità dell'offerta e la possibilità di migliori scelte da parte degli utenti finali» (articolo 2, comma 12, lettera l).

- 5.6. Gli obiettivi richiamati al precedente punto 5.5 sono stati perseguiti dall’Autorità mediante l’adozione di diversi strumenti tra loro complementari, ciascuno caratterizzato da una specifica finalità ma accomunati dall’obiettivo di favorire la consapevolezza e la partecipazione attiva dei clienti finali nei mercati al dettaglio dell’energia elettrica e del gas naturale. Tra questi strumenti, il già citato Codice di condotta commerciale che regola, in accordo con le previsioni del Codice del consumo e delle direttive comunitarie in materia energetica, le regole di comportamento che i venditori di energia elettrica e/o gas naturale (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).
- 5.7. Le disposizioni del Codice di condotta commerciale recepiscono una serie di principi volti ad assicurare che l’attività di promozione delle offerte e di conclusione dei contratti sia svolta nel rispetto dei criteri di buona fede, correttezza e trasparenza. In particolare, l’articolo 3, comma 1, prevede che i venditori forniscano informazioni relative alle proprie offerte in modo trasparente, completo e non discriminatorio e adottino ogni ragionevole misura per soddisfare le esigenze di informazione e assistenza dei clienti finali nella valutazione delle stesse. Il successivo comma 6 del medesimo articolo stabilisce inoltre che i venditori sono responsabili del rispetto delle disposizioni del Codice di condotta commerciale e dei diritti riconosciuti ai clienti finali indipendentemente dalla tecnologia e dalle modalità organizzative utilizzate per la promozione e la conclusione dei contratti, anche quando tali attività siano svolte tramite soggetti terzi.
- 5.8. Il Codice di condotta commerciale prevede, altresì, specifici obblighi in materia di formazione e comportamento del personale incaricato delle attività commerciali. In particolare, l’articolo 4, comma 1, dispone che i venditori assicurino al personale incaricato della promozione delle offerte o della conclusione dei contratti un’adeguata formazione sulle caratteristiche delle offerte, sul contenuto del Codice e sui diritti dei clienti finali, garantendone il costante aggiornamento. L’articolo 8, comma 4, stabilisce infine che i venditori adottino misure affinché il personale incaricato non diffonda informazioni non veritiere sugli effetti derivanti dalla mancata accettazione dell’offerta né attui comportamenti idonei a determinare il discredito dei concorrenti.
- 5.9. Nell’ambito delle competenze attribuitele dalla legge 14 novembre 1995, n. 481, il legislatore ha conferito inoltre all’Autorità il potere di definire specifici servizi di fornitura di energia elettrica e gas naturale destinati a determinate categorie di clienti finali, in ultimo i clienti vulnerabili, individuati dalla normativa²⁹ come i clienti civili che ricadono in almeno una delle seguenti condizioni:
- a. si trovano in condizioni economicamente svantaggiate oppure, limitatamente alle forniture di energia elettrica, presentano gravi condizioni di salute tali da richiedere l’utilizzo di apparecchiature medico-terapeutiche alimentate dall’energia elettrica, necessarie al loro mantenimento in vita;
 - b. sono soggetti con disabilità;
 - c. le loro utenze sono ubicate in isole minori non interconnesse;

²⁹ Articolo 11, comma 1, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 210 per i clienti vulnerabili elettrici e articolo 2 del decreto-legge 9 agosto 2022, n. 115 per i clienti vulnerabili gas.

- d. le loro utenze sono ubicate in strutture abitative di emergenza a seguito di eventi calamitosi;
 - e. hanno un'età superiore a 75 anni.
- 5.10. In particolare, i clienti vulnerabili possono accedere al servizio di maggior tutela di cui al TIV, per l'energia elettrica, e al servizio di tutela della vulnerabilità di cui al TIVG³⁰, per il gas naturale, con condizioni contrattuali ed economiche definite ed aggiornate periodicamente dall'Autorità.
- 5.11. Con riferimento alla fase precontrattuale, l'Autorità ha nel tempo introdotto diversi interventi finalizzati a garantire che i clienti vulnerabili siano adeguatamente informati dei diritti loro riconosciuti dall'ordinamento, tra cui la possibilità di accedere a un contratto di fornitura a condizioni contrattuali ed economiche definite dall'Autorità. In particolare:
- a. i venditori devono riportare una specifica informativa sui diritti dei clienti vulnerabili, definita dall'Autorità, all'interno della Scheda sintetica di cui all'Allegato 1 del Codice di condotta commerciale, nella sezione "Reclami, risoluzione delle controversie e diritti dei consumatori" del riquadro "Altre informazioni" (articolo 21, comma 1, lettera a.). Il testo che i venditori devono riportare nella Scheda sintetica delle offerte rivolte ai clienti finali domestici informa che i clienti vulnerabili possono scegliere le condizioni regolate definite da ARERA in alternativa a quelle previste dalle offerte di mercato libero e fornisce i contatti dell'Autorità (sito e numero verde) per conoscere i propri diritti. Inoltre, in occasione della proposta di un'offerta di un contratto di fornitura di energia elettrica e in ogni caso prima della conclusione del contratto, il venditore deve consegnare al cliente finale anche la Scheda di confrontabilità della spesa per le forniture di energia elettrica³¹;
 - b. l'articolo 9 del Codice di condotta commerciale dispone che, in occasione della proposta di un'offerta di un contratto di fornitura del gas naturale e in ogni caso prima della conclusione del contratto, il venditore informi il cliente finale che rientri nella categoria dei clienti vulnerabili della possibilità di scegliere il servizio di tutela della vulnerabilità e gli fornisca la relativa Scheda compilata come definito dall'Autorità con determina 26 luglio 2023, 1/2023 – DIME.

Con riferimento, invece, alla fase di esecuzione del contratto, l'Autorità ha previsto specifici obblighi informativi in capo ai venditori del mercato libero, disponendo che almeno una bolletta all'anno contenga una specifica comunicazione rivolta ai

³⁰ Testo integrato delle attività di vendita al dettaglio di gas naturale e gas diversi da gas distribuiti a mezzo di reti urbane, Allegato A alla deliberazione 14 marzo 2023, 100/2023/R/com.

³¹ Scheda di confrontabilità di cui all'Allegato 1 al Codice di condotta commerciale vigente al 31 dicembre 2023, compilata secondo i criteri del Titolo VI del Codice di condotta medesimo. All'interno della scheda, il venditore riporta, prima della sezione "Stima della spesa annua escluse le imposte (in euro)", la frase: "Le condizioni economiche e contrattuali del servizio di maggior tutela, la cui stima di spesa annua è riportata nella presente scheda, sono disponibili solo per i clienti vulnerabili, come definiti dalla normativa vigente. Per ottenere ulteriori informazioni consulti il sito dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it/consumatori o chiami il numero verde 800.166.654". La consegna della Scheda di confrontabilità è prevista dal punto 4 della deliberazione 28 novembre 2023, 549/2023/R/eel, come modificata dalla deliberazione 8 maggio 2024, 167/2024/R/eel.

clienti finali. Tale comunicazione, differenziata tra settore elettrico³² e settore del gas naturale³³, informa della possibilità, per i clienti vulnerabili, di accedere ai servizi di fornitura le cui condizioni contrattuali ed economiche sono definite dall'Autorità e riporta il collegamento alla sezione del sito internet dell'Autorità dedicata ai consumatori, nonché il numero verde dello Sportello per il consumatore Energia e Ambiente.

- 5.12. Nel corso degli anni, sempre nell'ambito delle competenze attribuitele dalla legge 481/95, l'Autorità ha inoltre introdotto una serie di obblighi informativi in capo ai venditori con riferimento ai rispettivi siti internet, divenuti nel tempo uno dei principali strumenti di comunicazione e di interazione con i clienti finali. Tali interventi regolatori non hanno inteso definire standard relativi alla struttura, al layout o all'organizzazione dei contenuti dei siti, ma si sono limitati a prevedere la pubblicazione delle informazioni ritenute essenziali per i clienti finali, assicurando al contempo che queste siano facilmente individuabili e accessibili. In particolare:
- a. l'articolo 5 della deliberazione 386/2025/R/com³⁴ dispone una serie di obblighi relativi ai siti internet dei venditori; in dettaglio, il comma 1 prevede che i venditori siano tenuti a pubblicare sui propri siti tutte le offerte in corso di validità pubblicate sul Portale Offerte, mentre il comma 2 prevede che, per ciascuna delle offerte in corso di validità pubblicata sui siti medesimi e rivolte ai clienti rientranti nell'ambito di applicazione del Codice di condotta commerciale, la pagina contenga, con adeguata evidenza, il relativo codice offerta, nonché la documentazione contrattuale (condizioni economiche e Scheda sintetica);
 - b. il TIQV³⁵ prevede, all'articolo 8, comma 1, l'obbligo di pubblicare sul proprio sito internet, nella pagina dedicata ai canali di contatto con accesso diretto dalla *homepage*, tutti i recapiti per la presentazione di richieste di informazioni e di reclami scritti, dando adeguata evidenza ai canali e agli strumenti di comunicazione dedicati ai clienti finali con disabilità e, all'articolo 8, comma 2, l'obbligo di rendere disponibile, nella pagina in questione, un modulo per il reclamo scritto da parte del cliente finale, in modalità scaricabile e stampabile; con la recente revisione del testo, inoltre, è stata introdotta, all'articolo 9, la possibilità per il cliente finale di inviare, senza necessità di registrazione, un reclamo scritto mediante la compilazione di un modulo online, o di inviare una richiesta scritta di informazioni, mediante la stessa pagina.

³² Il messaggio, previsto dal punto 6.ii della deliberazione 3 agosto 2023, 362/2023/R/eel, è il seguente: “Se Lei è un cliente vulnerabile, come definito dalla normativa vigente, può scegliere di essere fornito nel servizio di maggior tutela, con condizioni economiche e contrattuali per la fornitura di energia elettrica stabilite da ARERA (Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente). Per verificare se ha diritto a questa tutela, consulti il sito di ARERA www.arera.it/consumatori o chiami il numero verde 800.166.654.”.

³³ Il messaggio, previsto dall'articolo 4, comma 2, deliberazione 14 marzo 2023, 100/2023/R/com, è il seguente: “Se Lei è un cliente vulnerabile, come definito dalla normativa vigente, può scegliere specifiche condizioni economiche e contrattuali per la fornitura di gas definite dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA). Per sapere se ne ha diritto consulti il sito www.arera.it/consumatori o chiami il numero verde 800.166.654.”.

³⁴ La deliberazione ha introdotto misure di razionalizzazione dei corrispettivi delle offerte di energia elettrica e gas naturale per i clienti domestici e introduzione di obblighi informativi in attuazione dell'articolo 5, comma 1, del decreto-legge 28 febbraio 2025, n. 19.

³⁵ Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale.

- 5.13. Recentemente, il decreto-legge 20 febbraio 2026, n. 21, convertito con modificazioni dalla legge 10 aprile 2026, n. 49 (di seguito: decreto-legge 21/26), è intervenuto in materia di correttezza, trasparenza e adeguatezza delle attività di consulenza e di formulazione delle proposte contrattuali nei settori dell'energia elettrica, del gas naturale e delle telecomunicazioni. In particolare, l'articolo 1-quater, comma 1, prevede che gli operatori che offrono o promuovono contratti di fornitura nei confronti dei clienti finali, direttamente o tramite reti di vendita, siano responsabili della correttezza, della trasparenza e dell'adeguatezza delle attività di consulenza e di formulazione della proposta contrattuale. La medesima disposizione stabilisce, al comma 2, inoltre che, prima della conclusione del contratto, gli operatori acquisiscano le informazioni necessarie sulle esigenze del cliente e valutino l'adeguatezza della proposta contrattuale. Infine, al comma 3, il legislatore attribuisce alle Autorità di regolazione competenti il compito di adottare, ove non già previste, le prescrizioni necessarie ad assicurare il rispetto di tali principi, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

C. Orientamenti dell'Autorità

- 5.14. Alla luce degli elementi sopra illustrati, in aggiunta a quanto già proposto con riferimento ai contratti con prezzo dinamico come illustrato nel Capitolo 3, e al fine di rafforzare, anche in linea con le richiamate disposizioni del decreto-legge 21/26, la correttezza, trasparenza e adeguatezza delle attività di consulenza e di formulazione delle proposte contrattuali nei settori dell'energia elettrica, del gas naturale, l'Autorità ritiene opportuno integrare gli obblighi di trasparenza già posti in capo ai venditori e introdurre specifici obblighi informativi aggiuntivi con riferimento alla pubblicazione delle informazioni sui propri siti internet.
- 5.15. Più in particolare, sulla base di un approccio *customer-first* incentrato sul cliente finale e in coerenza con gli obiettivi strategici richiamati nel Capitolo 1, l'Autorità ritiene opportuno introdurre disposizioni volte ad assicurare che i clienti finali vulnerabili siano pienamente consapevoli delle opzioni loro riservate, con particolare riferimento alla possibilità di accedere ai servizi di fornitura le cui condizioni contrattuali ed economiche sono definite dall'Autorità. L'Autorità ritiene che le informazioni relative a tali opzioni dovrebbero essere fornite in maniera chiara ed esplicita dai venditori nell'ambito delle attività precontrattuali, durante la fase contrattuale e tramite i propri siti internet.

Rafforzamento della consapevolezza dei clienti vulnerabili

- 5.16. Come evidenziato al punto precedente, affinché la formulazione di un'offerta da parte del venditore rispetti i principi di correttezza, trasparenza e adeguatezza, l'Autorità ritiene necessario che il cliente sia pienamente consapevole del ventaglio di opzioni a lui disponibili, inclusi, se vulnerabile, i servizi di tutela. In tale prospettiva, come anche richiamato dai principi generali del Codice di condotta commerciale, il venditore è tenuto a contribuire al superamento dell'asimmetria informativa che caratterizzano sia la fase precontrattuale sia i casi di modifica delle condizioni contrattuali, momenti nei quali il cliente finale si trova generalmente in una posizione di minore conoscenza rispetto alle caratteristiche delle offerte e alle alternative disponibili sul mercato.
- 5.17. A tal fine, l'Autorità ritiene opportuno rafforzare gli obblighi informativi dei venditori al fine di accrescere la consapevolezza in merito ai diritti riconosciuti ai clienti vulnerabili e ai servizi di fornitura a condizioni contrattuali ed economiche

definite dall'Autorità. Si propone, più in particolare, sia un rafforzamento degli obblighi informativi nei confronti della generalità dei clienti finali in fase precontrattuale, sia un intervento mirato sui clienti già contrattualizzati.

5.18. Per quanto riguarda il rafforzamento degli obblighi nei confronti della generalità dei clienti finali si propone:

- a. di rendere più esplicito ed efficace il messaggio informativo riportato nella Scheda sintetica sui diritti dei clienti vulnerabili, di cui al precedente punto 5.11, lettera a., differenziandolo altresì tra le forniture di energia elettrica e di gas naturale per tener conto del diverso assetto del mercato tutelato nei due settori. La riformulazione evidenzierà, per entrambi i settori, la possibilità di ricevere informazioni dettagliate sui requisiti per rientrare nella categoria dei vulnerabili e sulle condizioni economiche a cui tali clienti hanno diritto e specificherà, per ciascun settore separatamente, il soggetto che può erogare tali condizioni. Più in particolare, si propongono i seguenti messaggi:
 - per le forniture elettriche: *Se Lei è un cliente vulnerabile può scegliere, in alternativa all'offerta di cui alla presente Scheda, le condizioni economiche e contrattuali del servizio di maggior tutela, definite dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente e sottoscrivibili rivolgendosi all'esercente competente per il Suo territorio. Lei è considerato un cliente vulnerabile se rientra in almeno una delle seguenti condizioni: ha compiuto 75 anni; ha diritto a ricevere il bonus sociale elettrico (per livello ISEE) o il bonus per gravi condizioni di salute (tali da richiedere l'utilizzo di apparecchiature medico-terapeutiche alimentate dall'energia elettrica); è un soggetto con disabilità ai sensi dell'art. 3 della Legge 104/92; la Sua utenza è in una struttura abitativa di emergenza a seguito di eventi calamitosi o in un'isola minore non interconnessa. Per conoscere le condizioni a cui ha diritto e l'esercente competente per il Suo territorio e per ottenere ulteriori informazioni consulti il sito dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it/consumatori o chiami il numero verde 800.166.654;*
 - per le forniture di gas naturale: *Se Lei è un cliente vulnerabile può scegliere, in alternativa all'offerta di cui alla presente Scheda, le condizioni economiche e contrattuali del servizio di tutela della vulnerabilità, definite dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente, che tutti i venditori sono tenuti ad offrire a chi ne ha diritto. Lei è considerato un cliente vulnerabile se rientra in almeno una delle seguenti condizioni: ha compiuto 75 anni; ha diritto a ricevere il bonus sociale gas (per livello ISEE); è un soggetto con disabilità ai sensi dell'art. 3 della Legge 104/92; la Sua utenza è in una struttura abitativa di emergenza a seguito di eventi calamitosi. Per conoscere le condizioni a cui ha diritto e per ottenere ulteriori informazioni consulti il sito dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it/consumatori o chiami il numero verde 800.166.654.*

Per entrambe le tipologie di fornitura saranno mantenute nella Scheda le indicazioni obbligatorie per legge in materia di diritti dei consumatori.

- b. di introdurre, in aggiunta al rafforzamento informativo di cui alla lettera precedente, applicabile a qualunque modalità precontrattuale, un ulteriore specifico obbligo informativo in capo ai venditori nel caso di contatto telefonico con il cliente finalizzato alla conclusione di un contratto di fornitura, prevedendo che il cliente sia informato esplicitamente dall'operatore telefonico della possibilità per i clienti vulnerabili, di scegliere un servizio di fornitura a condizioni contrattuali ed economiche definite dall'Autorità. A tal fine, l'operatore telefonico dovrà fornire al potenziale cliente le medesime informazioni contenute nei messaggi informativi riportati alla precedente lettera. L'operatore telefonico dovrà altresì ricordare al cliente finale la possibilità di ottenere ulteriori informazioni sui requisiti di accesso e sulle modalità di adesione ai servizi di tutela consultando la Scheda sintetica, il sito internet dell'Autorità e contattando lo Sportello per il consumatore Energia e Ambiente.
- 5.19. Per quanto riguarda il rafforzamento degli obblighi informativi dei venditori in materia di diritti dei clienti vulnerabili con riferimento alla fase contrattuale, si ritiene opportuno prevedere che il venditore, in occasione di modifiche contrattuali (variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali, rinnovo con modifica delle condizioni economiche) e di evoluzioni automatiche:
1. sia tenuto a verificare se il cliente, elettrico e/o gas, rientri o meno nella categoria dei clienti vulnerabili, tramite una verifica dei dati nel Sistema Informativo Integrato (SII) con riferimento ai punti già serviti, e nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali;
 2. qualora il cliente sia stato identificato come vulnerabile, sia tenuto a informarlo della possibilità di accedere ai servizi di fornitura previsti per tale categoria di clienti tramite l'inserimento del seguente messaggio nelle comunicazioni di cui all'articolo 13, commi 1, 5 e 7:
 - per le forniture elettriche: *In qualità di cliente vulnerabile può scegliere, in alternativa al contratto di cui è titolare, le condizioni economiche e contrattuali del servizio di maggior tutela, definite dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente e sottoscrivibili rivolgendosi all'esercente competente per il Suo territorio. Per conoscere l'esercente competente per il Suo territorio e per ottenere ulteriori informazioni consulti il sito dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it/consumatori o chiami il numero verde 800.166.654.;*
 - per le forniture di gas naturale: *In qualità di cliente vulnerabile può scegliere, in alternativa al contratto di cui è titolare, le condizioni economiche e contrattuali del servizio di tutela della vulnerabilità, definite dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente, che tutti i venditori sono tenuti ad offrire a chi ne ha diritto. Per ottenere ulteriori informazioni consulti il sito dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it/consumatori o chiami il numero verde 800.166.654.*
- 5.20. Gli orientamenti precedentemente illustrati sono rivolti alla generalità dei clienti vulnerabili, indipendentemente dalla specifica condizione di vulnerabilità che ne

legittima l'accesso ai servizi di tutela. L'Autorità ritiene tuttavia che, con riferimento ai clienti finali beneficiari dei bonus sociali, possano rendersi opportune ulteriori misure informative e di rafforzamento della consapevolezza, tenuto conto delle peculiarità di tale categoria e della necessità di assicurare che i medesimi siano pienamente informati sia dei propri diritti sia degli strumenti di tutela loro riconosciuti dall'ordinamento. A tal fine, nell'ambito del procedimento avviato con la deliberazione 28 aprile 2026, 138/2026/R/com, l'Autorità valuterà l'introduzione di ulteriori interventi finalizzati a rafforzare la consapevolezza dei clienti finali beneficiari dei bonus sociali, anche attraverso specifici obblighi informativi in capo ai venditori e ulteriori strumenti di comunicazione dedicati.

Q.11. Si condividono gli orientamenti relativi al rafforzamento della consapevolezza dei clienti vulnerabili in fase precontrattuale?

Q.12. Si condividono gli orientamenti relativi al rafforzamento della consapevolezza dei clienti vulnerabili in fase contrattuale?

Diffusione delle informazioni sui diritti dei clienti vulnerabili nei siti internet dei venditori

- 5.21. Nel contesto attuale, caratterizzato da una crescente digitalizzazione dei rapporti tra clienti finali e venditori, che interessa progressivamente anche le fasce di clientela meno avvezze all'utilizzo degli strumenti telematici, il sito internet del venditore rappresenta uno dei principali punti di contatto per la comunicazione delle offerte commerciali e delle informazioni relative alla fornitura.
- 5.22. Per tale motivo, in aggiunta alle informazioni che i venditori sono tenuti a fornire nella fase precontrattuale attraverso i canali di comunicazione utilizzati per la promozione e la conclusione del contratto (cartacei e/o digitali), l'Autorità ritiene opportuno introdurre specifici obblighi informativi in materia di diritti dei clienti vulnerabili con riferimento ai siti internet dei venditori. L'obiettivo è garantire che tali informazioni siano facilmente accessibili in ogni momento ai clienti finali interessati, compresi coloro che, pur possedendo i requisiti di vulnerabilità, potrebbero non essere consapevoli della propria condizione e, conseguentemente, dei diritti e delle tutele loro riconosciuti dall'ordinamento.
- 5.23. In particolare, si propone che i venditori predispongano una specifica sezione del proprio sito internet dedicata ai diritti dei clienti vulnerabili, facilmente visibile e accessibile direttamente dalla *homepage* e adeguatamente evidenziata. In tale sezione i venditori dovranno:
- fornire informazioni sulla definizione normativa di cliente vulnerabile, sui servizi di fornitura cui tali clienti possono accedere (servizio di maggior tutela nel settore elettrico e servizio di tutela della vulnerabilità nel settore gas) e sui canali di contatto disponibili per ottenere ulteriori informazioni e per l'eventuale attivazione del servizio di tutela della vulnerabilità;
 - inserire un rinvio al sito istituzionale dell'Autorità contenente informazioni sui diritti dei clienti vulnerabili, nonché ai riferimenti dello Sportello per il consumatore Energia e Ambiente, presso il quale è possibile reperire ulteriori informazioni e assistenza, e al Portale Offerte, presso il quale è possibile confrontare la spesa annua dei servizi di tutela con quella delle offerte del mercato libero.

5.24. In tal modo, il cliente che accede al sito del venditore potrà verificare, in primo luogo, se rientra o meno nella categoria dei clienti vulnerabili. In ogni caso, indipendentemente dalla conoscenza preventiva di tale condizione, potrà acquisire informazioni sui servizi di fornitura a lui dedicati. In particolare, il cliente potrà individuare l'esercente il servizio di maggior tutela operante nel comune di fornitura tramite il motore di ricerca reso disponibile sul sito dell'Autorità e, conseguentemente, contattarlo per la stipula del relativo contratto. Potrà inoltre contattare il venditore o altri venditori per l'eventuale attivazione del servizio di tutela della vulnerabilità. Infine, attraverso il rinvio al Portale Offerte, il cliente potrà valutare l'eventuale scelta di permanere o accedere a un regime di tutela, confrontando la spesa annua con quella delle offerte disponibili sul mercato libero in corso di validità.

<i>Q.13. Si condivide l'orientamento relativo alla diffusione delle informazioni sui diritti dei clienti vulnerabili nei siti internet dei venditori?</i>
--

6 TEMPISTICHE DI ATTUAZIONE

- 6.1 L'Autorità ritiene opportuno prevedere che gli obblighi illustrati nel presente documento per la consultazione si applichino a tutte le nuove offerte di energia elettrica e di gas naturale sottoscritte dai clienti finali a decorrere dal 1° gennaio 2027³⁶.
- 6.2 Con riferimento agli orientamenti relativi alla diffusione delle informazioni sui diritti dei clienti vulnerabili tramite i siti internet dei venditori di cui al capitolo 5, punto 5.20, l'Autorità ritiene opportuno prevedere che i relativi adeguamenti siano effettuati entro il 1° gennaio 2027.
- 6.3 Le tempistiche di attuazione proposte tengono conto dell'esigenza di bilanciare, da un lato, la necessità per i venditori di adeguare i propri sistemi informativi e i processi operativi e, dall'altro, l'obiettivo di rafforzare la trasparenza nei confronti dei clienti finali. Tali tempistiche sono definite anche alla luce del fatto che, a decorrere da aprile 2027, i clienti che, a tale data, risulteranno ancora forniti nell'ambito del servizio a tutele graduali di cui al TIV saranno trasferiti a un'offerta del mercato libero e, in vista di tale passaggio, riceveranno una serie di comunicazioni definite dall'Autorità, contenenti informazioni sulle opportunità offerte dal mercato libero e sugli strumenti disponibili per confrontare le offerte e scegliere o cambiare contratto e/o venditore.

<i>Q.14. Si condivide l'orientamento relativo alle tempistiche di attuazione?</i>

A. Implementazione delle misure di cui al capitolo 2 per i contratti in essere

- 6.4 Gli orientamenti illustrati nel capitolo 2, nonché quelli illustrati al paragrafo 5.19, in materia di modifiche delle condizioni contrattuali riguardano attività che i venditori realizzano nel corso dell'esecuzione del rapporto di fornitura. Per tale motivo, l'Autorità ritiene opportuno prevedere che sia gli obblighi relativi all'acquisizione del consenso espresso del cliente finale ai fini dell'efficacia delle nuove condizioni economiche conseguenti a variazioni unilaterali o a rinnovi con modifica delle condizioni economiche, sia quelli concernenti la standardizzazione delle relative comunicazioni (con l'ulteriore informazione relativa ai diritti dei clienti vulnerabili), trovino applicazione anche con riferimento ai contratti già in essere, in quanto anch'essi possono essere interessati da modifiche delle condizioni economiche nel corso della loro durata.
- 6.5 In particolare, l'Autorità ritiene opportuno prevedere che tali obblighi trovino applicazione, per i contratti in essere al 1° gennaio 2027, con riferimento alle modifiche delle condizioni contrattuali aventi decorrenza dal 1° aprile 2027, al fine di garantire ai venditori un congruo periodo di tempo per adeguare le modalità di predisposizione e trasmissione delle relative comunicazioni. Tale decorrenza tiene conto del fatto che, nel caso delle variazioni unilaterali peggiorative per il cliente finale e dei rinnovi delle condizioni economiche, la regolazione vigente prevede un termine di preavviso di tre mesi nei confronti del cliente finale; in tali casi, quindi, le comunicazioni inviate entro il 1° gennaio 2027 dovranno già essere in linea con le nuove disposizioni.

³⁶ Gli obblighi relativi alla fase precontrattuale non si applicano all'offerta di cui all'articolo 2, comma 3, della deliberazione 23 luglio 2026, 262/2026/R/eel.

Q.15. Si condivide l'orientamento relativo all'implementazione delle misure di cui al capitolo 2 e al paragrafo 5.19 per i contratti in essere?

Appendice

Modulo per la comunicazione di variazioni unilaterali delle condizioni contrattuali

PROPOSTA DI MODIFICA UNILATERALE DEL CONTRATTO	
Dati identificativi del contratto e del cliente	
Nuovo codice offerta	
Decorrenza delle nuove condizioni contrattuali	
Impatto economico sulla spesa annua	
Spesa annua stimata in €/anno (escluse imposte e tasse)	

Per un confronto in termini di spesa annua personalizzata delle offerte presenti nel mercato libero sulla base del Suo consumo effettivo può utilizzare il Portale Offerte Luce e Gas www.ilportaleofferte.it

DESCRIZIONE DELLE NUOVE CONDIZIONI CONTRATTUALI E DEI RELATIVI EFFETTI

MOTIVAZIONE DELLA MODIFICA PROPOSTA
<i>[in caso di proposta migliorativa, oltre alla motivazione occorre dare evidenza al fatto che la proposta consiste nella diminuzione di corrispettivi previsti in contratto]</i>
<i>[in caso di proposta non migliorativa, con giustificato motivo³⁷, oltre alla motivazione occorre specificare quale sia il giustificato motivo, nel rispetto della sua definizione, nonché il fatto che la proposta troverà automatica applicazione salvo recesso del cliente o scelta, da parte del cliente, di un'altra offerta disponibile sul mercato]</i>
<i>[in caso di proposta non migliorativa e senza giustificato motivo, oltre alla motivazione occorre dare evidenza che non vi è giustificato motivo e che, pertanto, essa sarà efficace solo a seguito di consenso espresso del cliente finale. Occorre quindi specificare le modalità con le quali il cliente può esprimere il proprio consenso]</i>

INFORMATIVA SUL DIRITTO DI RECESSO

INFORMATIVA SUL DIRITTO ALL'INDENNIZZO AUTOMATICO

³⁷ Il giustificato motivo sussiste a fronte di un mutamento eccezionale delle condizioni operative generali, economiche o normative, che possono riflettersi sui costi dell'operatore economico. Le sopravvenienze non possono consistere in mere difficoltà interne alla gestione aziendale riconducibili a scelte e strategie dell'impresa. Le modifiche unilaterali peggiorative devono ritenersi consentite nella misura strettamente necessaria a ricondurre il contratto ai livelli di equilibrio pattuiti al momento della sua conclusione.

--

TESTO COMPLETO DELLE NUOVE DISPOSIZIONI CONTRATTUALI

--

Nota: Per i clienti identificati come vulnerabili la comunicazione dovrà riportare anche il messaggio di cui al paragrafo 5.19.

Modulo per la comunicazione di evoluzioni automatiche delle condizioni economiche

COMUNICAZIONE DI EVOLUZIONE AUTOMATICA DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE	
Dati identificativi del contratto e del cliente	
Nuovo codice offerta	
Decorrenza delle nuove condizioni economiche	
Impatto economico sulla spesa annua	
Spesa annua stimata in €/anno (escluse imposte e tasse)	

Per un confronto in termini di spesa annua personalizzata delle offerte presenti nel mercato libero sulla base del Suo consumo effettivo può utilizzare il Portale Offerte Luce e Gas www.ilportaleofferte.it

DESCRIZIONE DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE GIÀ PATTUITE E DEI RELATIVI EFFETTI

INFORMATIVA SUL DIRITTO ALL'INDENNIZZO AUTOMATICO

Nota: Per i clienti identificati come vulnerabili la comunicazione dovrà riportare anche il messaggio di cui al paragrafo 5.19.

Modulo per la comunicazione di rinnovi con modifica delle condizioni economiche

PROPOSTA DI RINNOVO CON MODIFICA DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE	
Dati identificativi del contratto e del cliente	
Nuovo codice offerta	
Scadenza delle attuali condizioni economiche	
Decorrenza e scadenza delle nuove condizioni economiche	
Impatto economico sulla spesa annua	
Spesa annua stimata in €/anno (escluse imposte e tasse)	

Per un confronto in termini di spesa annua personalizzata delle offerte presenti nel mercato libero sulla base del Suo consumo effettivo può utilizzare il Portale Offerte Luce e Gas www.ilportaleofferte.it

DESCRIZIONE DELLE NUOVE CONDIZIONI ECONOMICHE E DEI RELATIVI EFFETTI

MOTIVAZIONE DELLA MODIFICA PROPOSTA
<i>[in caso di proposta migliorativa, oltre alla motivazione occorre dare evidenza al fatto che la proposta consiste nella diminuzione di corrispettivi previsti in contratto]</i>
<i>[in caso di proposta non migliorativa, con giustificato motivo³⁸, oltre alla motivazione occorre specificare quale sia il giustificato motivo, nel rispetto della sua definizione, nonché il fatto che la proposta troverà automatica applicazione salvo recesso del cliente o scelta, da parte del cliente, di un'altra offerta disponibile sul mercato]</i>
<i>[in caso di proposta non migliorativa e senza giustificato motivo, oltre alla motivazione occorre dare evidenza che non vi è giustificato motivo e che, pertanto, essa sarà efficace solo a seguito di consenso espresso del cliente finale. Occorre quindi specificare le modalità con le quali il cliente può esprimere il proprio consenso]</i>

INFORMATIVA SUL DIRITTO DI RECESSO

³⁸ Il giustificato motivo sussiste a fronte di un mutamento eccezionale delle condizioni operative generali, economiche o normative, che possono riflettersi sui costi dell'operatore economico. Le sopravvenienze non possono consistere in mere difficoltà interne alla gestione aziendale riconducibili a scelte e strategie dell'impresa. Le modifiche unilaterali peggiorative devono ritenersi consentite nella misura strettamente necessaria a ricondurre il contratto ai livelli di equilibrio pattuiti al momento della sua conclusione.

INFORMATIVA SUL DIRITTO ALL'INDENNIZZO AUTOMATICO

ALLEGATI:

- **SCHEDA SINTETICA (ALLEGATO 1 DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE, COMPILATA COME PREVISTO DALL'ARTICOLO 9, COMMA 2, DEL TESTO MEDESIMO)**

Nota: Per i clienti identificati come vulnerabili la comunicazione dovrà riportare anche il messaggio di cui al paragrafo 5.19