

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 luglio 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTE la Parte II, Titolo III e la Parte III, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 21 gennaio 2016, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede della società Gruppo Green Power S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 4 maggio 2016, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Gruppo Green Power (di seguito anche Green Power o GGP), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del

Consumo. La società opera in Italia nel settore delle energie rinnovabili dal 2010 e presenta un fatturato per il 2015 pari a 27 milioni di euro e perdite per circa 700.000 euro¹.

2. Le associazioni di consumatori Centro Tutela Consumatori Utenti di Bolzano e Federconsumatori provincia di Padova, in qualità di segnalanti.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista, consistenti nel:

- agganciare telefonicamente il consumatore prospettando il rilascio di certificazione per il risparmio energetico o la verifica dei consumi e senza chiarire il reale scopo della visita a domicilio²;
- prospettare, nel corso della visita a domicilio, l'installazione dell'impianto come a costo zero³, omettendo di informare che il presunto "costo zero" deriva in realtà da vantaggi economici eventuali⁴ e successivi all'acquisto nonché tacendo gli oneri economici derivanti dal finanziamento;
- fornire informazioni ambigue e ingannevoli sull'identità del professionista⁵, anche attraverso la sottoscrizione di moduli contrattuali riportanti il logo di ENEL⁶;
- far sottoscrivere attraverso un unico modulo, qualificato come Proposta d'acquisto (PDA)⁷, un contratto per l'acquisto degli impianti e anche un contratto di finanziamento di ammontare significativo (in considerazione del fatto che il costo medio di un impianto è di circa 20.000 euro) ed oneroso - senza rilasciare idonea documentazione⁸ – ai quali il professionista potrà dare esecuzione solo dopo aver effettuato le verifiche di solvibilità del consumatore e fattibilità delle opere di esecuzione del contratto, mentre il consumatore è vincolato dalla data della sottoscrizione;
- non riconoscere il diritto di recesso esercitato dal consumatore ovvero

¹ Fonte sito internet www.gruppogreenpower.com di Gruppo Green Power S.p.a., rilevazione del 31 maggio 2016.

² Doc. n. 34/52 indice del fascicolo.

³ Doc. n. 34/3 indice del fascicolo e doc. n. 34/69 indice del fascicolo.

⁴ Doc. n. 34/41 e n. 34/56 indice del fascicolo.

⁵ Doc. n. 26 e 34/217 indice del fascicolo.

⁶ Doc. n. 34/14 indice del fascicolo.

⁷ Doc. n. 34 indice del fascicolo.

⁸ Cfr. segnalazione prot. n. 13056 del 22/1/2015 e prot.n. 29305 del 14/4/2016.

frapporre ostacoli alla rinuncia e risoluzione del contratto con l'applicazione di penali significative pari al 25% dell'importo dell'impianto⁹ o anche solo con la minaccia della stessa.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

Attività preistruttoria

4. A seguito di alcune segnalazioni di consumatori pervenute a partire dal mese di giugno 2013 e nel mese di luglio 2014, in data 29 settembre 2014 e 24 novembre 2014 sono state inviate due richieste di informazioni, alle quali il professionista rispondeva con note del 21 ottobre 2014 e del 9 dicembre 2014.

Attività istruttoria

5. A fronte dell'arrivo di nuove segnalazioni¹⁰ nel corso del 2015 e fino al gennaio 2016 riguardanti le condotte commerciali sopra descritte, in data 21 gennaio 2016 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9699 nei confronti di GPP per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 24, 25, 26, 49, 52, 54, 56 e 61 del Codice del Consumo.

6. In data 22 gennaio 2016 veniva svolto presso la sede della società l'accertamento ispettivo.

7. In data 3 febbraio 2016 la società esercitava il diritto di accesso agli atti del fascicolo estraendone relativa copia.

8. In data 10 febbraio 2016 perveniva da parte del professionista una breve memoria difensiva.

9. In data 14 aprile 2016 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. In data 15 aprile 2016 la società Green Power inviava una richiesta di proroga del termine del procedimento e del termine di chiusura istruttoria nonché un'istanza di audizione.

⁹ Doc. n. 34/199 indice del fascicolo

¹⁰ Cfr. doc. 15; 16; 23 e 26 dell'indice del fascicolo.

- 11.** In data 4 maggio l’Autorità deliberava la proroga di 20 giorni del termine di conclusione del procedimento;
- 12.** In data 4 maggio 2016 veniva comunicata a GGP la data di fissazione dell’audizione e veniva altresì comunicato alle parti il nuovo termine di conclusione della fase istruttoria.
- 13.** In data 9 maggio 2016 Green Power veniva sentita in audizione ed esercitava anche un ulteriore accesso agli atti del fascicolo.
- 14.** In data 17 maggio 2016 Green Power depositava una memoria conclusiva.
- 15.** In data 19 maggio 2016 è stato richiesto il parere all’Autorità per l’Energia Elettrica, Gas e Servizi Idrici (di seguito, anche, AEEGSI), ai sensi dell’articolo 27, comma 1-*bis*, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206. Il parere è pervenuto il 23 giugno 2016.

2) Le evidenze acquisite

16. Green Power promuove l’adesione alle proprie offerte commerciali attraverso una rete di agenti di vendita esterni a cui affida incarichi di vendite porta a porta. Gli appuntamenti per le visite a domicilio sono presi mediante operatori di call center. Il principale call center è una società, direttamente collegata al professionista, denominata BluPower Connection S.r.l., con sede legale e operativa in Romania. Nel corso della visita sono proposte al consumatore varie offerte commerciali, consistenti in servizi energetici e nella installazione “*chiavi in mano*” di sistemi fotovoltaici per la produzione di energia elettrica, talvolta integrati con sistemi per la produzione di acqua calda sanitaria e per il riscaldamento degli ambienti. Gli impianti fotovoltaici possono essere acquistati mediante fondi del consumatore o mediante un finanziamento concesso da banche o società finanziarie.

17. GGP ha operato inizialmente nella vendita di servizi energetici e nell’installazione di sistemi fotovoltaici come affiliato Enel.Sì di ENEL Green Power, società del gruppo ENEL specializzata nel settore. Il rapporto è stato risolto da ENEL.Sì il 16 maggio 2014 per inadempimento del contratto di *franchising*. In data 26 gennaio 2015, il Tribunale di Roma emetteva ordinanza cautelare per inibire l’utilizzo dei marchi Enel da parte di Green Power. Il 6 giugno 2015 le due società firmavano un accordo transattivo.

Le informazioni ingannevoli diffuse nella acquisizione dei clienti

18. Come anticipato, il professionista contatta i potenziali clienti mediante il proprio call center. Dagli elementi raccolti risulta che il call-center riesce a convincere i consumatori a fissare un appuntamento con un agente di GPP, prima omettendo di chiarire l'effettivo scopo commerciale della visita – che veniva mascherato con una analisi gratuita dei consumi energetici – e poi prospettando la possibilità di ottenere a “costo zero” un “pacchetto di efficienza energetica”. Inoltre, risulta che il professionista abbia sfruttato l'associazione con il marchio ENEL Green Power, anche dopo la risoluzione del rapporto con la stessa.

19. Dagli script predisposti per gli operatori del call center per fissare gli appuntamenti¹¹ emerge, infatti, che nel febbraio del 2014 la visita dell'agente di GPP veniva presentata come necessaria alla certificazione energetica dell'immobile di proprietà del consumatore e l'operatore del call center dichiarava di essere un dipendente ENEL¹².

Il motivo della visita continua ad essere prospettato all'inizio della telefonata come “*l'analisi dei consumi energetici*” anche in una versione successiva¹³ (doc. 34/74), in uso dal marzo 2014, nella quale l'operatore afferma di parlare “*per conto di Gruppo Green Power s. p. a. affiliata ENEL*”... “*La chiamo perché stiamo effettuando l'analisi dei consumi ENERGETICI delle abitazioni di proprietà. Si tratta di una consulenza completamente gratuita*”. Solo successivamente si prospetta la possibilità che la visita possa avere anche uno scopo commerciale: “*LE FAREMO UN'ANALISI DEI CONSUMI ENERGETICI PER IDENTIFICARE GLI SPRECHI E POTREMMO PRESENTARLE UN PACCHETTO DI PRODOTTI PER IL RISPARMIO ENERGETICO.*” (in maiuscolo nell'originale).

¹¹ Doc. n. 34/52 indice del fascicolo.

¹² Doc. n. 34/60 indice del fascicolo. Lo script recita: “*Buongiorno sono Alessandro di ENEL, la chiamo in merito al “DECRETO-LEGGE n. 63 del 4 giugno 2013”, Lei è già a conoscenza della nuova normativa sulla certificazione energetica degli edifici? SI/NO*

Lei abita in una casa o un appartamento di sua proprietà? SI/NO

Lei conosce la classe energetica del suo immobile? SI/NO

Quindi bisogna certificarla.

Allora le spiego: L'ATTESTATO DI PRESTAZIONE ENERGETICA per la SUA abitazione è un documento molto utile e in molti casi è obbligatorio per legge. Noi di ENEL stiamo appunto facendo una campagna in merito e le possiamo rilasciare l'attestato gratuitamente. Nella giornata di domani un nostro incaricato passerà da lei per fare L'ANALISI DEI CONSUMI. È necessario che prepari le bollette di LUCE e GAS e il libretto della caldaia.”

¹³ Secondo il professionista tale script sarebbe stato in uso fino al gennaio 2015 (Memoria GGP del 17 maggio 2016). Tuttavia, dai documenti ispettivi risulta che una differente versione era utilizzata nel luglio 2014.

20. Nella versione dello *script* utilizzata a luglio 2014 (doc. 34/59) sono stati eliminati i riferimenti a ENEL (l'operatore si presenta infatti come del Gruppo Green Power) e si propone invece la visita di un "consulente" per presentare *"l'opportunità di ottenere un pacchetto di efficienza energetica, a costo zero, grazie agli incentivi statali e al risparmio nelle bollette di luce e gas"*.

21. La documentazione acquisita in ispezione e le segnalazioni giunte mostrano che sia il call center di GPP che gli agenti del professionista hanno suggerito l'esistenza di un legame con ENEL o utilizzato moduli con il logo di ENEL Green Power almeno fino al dicembre 2015, diversi mesi dopo la risoluzione del contratto con ENEL e l'ordinanza cautelare del Tribunale di Roma¹⁴. Di ciò il professionista era pienamente consapevole e non ha messo in atto azioni efficaci per contrastare tali condotte.

22. Da alcune mail del marzo 2015 risulta infatti che GPP era al corrente del fatto che vi erano agenti che utilizzavano ancora moduli ENEL Green Power (doc. 34/30). Dalle segnalazioni risulta che tale fenomeno è continuato almeno fino al mese di ottobre 2015, quando una PDA è stata sottoscritta su un modulo riportante il logo di ENEL Green Power¹⁵; tale PDA è stata ritenuta valida dal professionista.

23. In una mail del dicembre 2015 (doc. 34.69), inviata per conoscenza anche all'AD di GPP, il responsabile di una agenzia incaricata da GPP si accordava con un funzionario del call center di GPP scrivendogli *"Puoi presentarti come Enel o gruppo Enel, come vuoi"*. Il professionista era consapevole del fatto che gli operatori del call center nel corso del 2015 continuavano a presentarsi come operatori di ENEL, come emerge da alcune mail del marzo 2015 riguardanti discussioni interne su una cliente che era *"stata contattata dal ns. call center che si è presentata come Enel Green Power"* (doc. 34/31) e da altre del maggio 2015 riportanti che il Call Center contattava i clienti affermando *"siete una delle 5 famiglie fortunate selezionate da ENEL per impianto FV a costo 0 (zero)"* (doc. 34/56).

24. I vantaggi economici derivanti dall'installazione di un impianto fotovoltaico con connessi accumulatori e/o di una pompa di calore dipendono da numerose variabili, tra cui l'adeguatezza della potenza dell'impianto installato rispetto al fabbisogno, dalle modalità di consumo dell'energia, dagli incentivi cui si può avere accesso¹⁶ e dal livello dei prezzi

¹⁴ Cfr. da ultimo segnalazione prot. 10554 del 8/1/2016.

¹⁵ Doc. n. 34/14 indice del fascicolo.

¹⁶ Doc. n. 34/41 e n. 34/56 indice del fascicolo.

amministrati ai quali viene ritirata l'energia prodotta e non consumata. Occorre inoltre tener conto dei costi degli eventuali finanziamenti. Infine, la decisione di acquisto va valutata rispetto al non facilmente prevedibile andamento dei prezzi dell'energia elettrica e del gas consumati.

25. Nonostante ciò, nella promozione dei propri servizi il professionista ha fatto ampio ricorso a formule tendenti ad ingenerare nel consumatore l'erronea convinzione che l'installazione dell'impianto fotovoltaico (o di tipo termodinamico) fosse senza costi, in particolare mediante l'uso della dicitura "a costo zero" sia nella fase di contatto mediante il call center¹⁷ (come peraltro previsto dagli *script* citati in precedenza), sia nei volantini preannunzianti visite degli agenti (cfr. Immagine 1, volantino in diffusione nel mese di giugno 2014), sia sul proprio sito Internet¹⁸.

Immagine 1



Gentile Famiglia,
Il Gruppo Green Power S.p.A. affiliato Enel.si, azienda leader nel settore del risparmio energetico - Fotovoltaico, Solare Termico, Termodinamico - La informa che stiamo effettuando un censimento energetico.
Nel prossimi giorni riceverà la visita di un nostro incaricato per valutare, se anche Lei possiede i requisiti per aderire alle offerte ENEL "a costo zero" e accedere così alle agevolazioni Statali previste dalla legge per l'installazione di impianti per il risparmio energetico.

Argurendoci di aver fatto cose gradite, porgiamo distinti saluti
Gruppo Green Power Spa

26. Diversi documenti testimoniano l'importanza attribuita da GGP per la vendita dei propri "pacchetti energetici" sia alla sopravvalutazione del valore degli incentivi esistenti, sia all'uso di formule in grado di indurre il consumatore a credere che l'installazione di un impianto fotovoltaico o termodinamico non comporterà esborsi, accompagnati dal rimando per ogni informazione a quanto dirà l'agente e dal rifiuto di fornire informazioni preventive. Riguardo al primo aspetto, il citato script in uso nel luglio 2014,

¹⁷ Doc. n. 34/3 e doc. n. 34/69 dell'indice del fascicolo, nonché doc. 34/59.

¹⁸ Cfr. segnalazione prot. n. 50978 del 23/11/2013; allegato alla segnalazione prot. n. 37161 del 25/7/2014.

prevedendo possibili obiezioni sull'assenza di incentivi statali¹⁹, affermava che *“le nuove forme di incentivazioni statali sono più vantaggiose dei precedenti incentivi”* e inoltre che *“grazie agli incentivi statali e al risparmio nelle bollette [si] potrà avere [l'] impianto chiavi in mano senza nessun investimento iniziale”*.

27. In merito a possibili richieste di avere preventivamente informazioni via e-mail (sia sull'impianto che sul contratto di finanziamento), il professionista aveva predisposto nello *script* di luglio 2014 la seguente risposta: *“Non abbiamo informazioni scritte a proposito, per questo abbiamo il nostro consulente che le darà tutte le informazioni necessarie, in modo gratuito, senza alcun impegno da parte sua”*.

28. Per ciò che concerne la prospettazione degli esborsi connessi all'installazione, nella citata mail del dicembre 2015 di un agente operante per GGP a un funzionario del call center della società, indirizzata per conoscenza anche all'AD di GPP, si legge *“Appuntamenti "costo zero", se parli di pacchetto energetico a costo zero per me è ok. Assicurati non venga mai detto gratis. "Senza esborso di denaro" "senza anticipi" ecc ecc va benissimo. Se parli di "incentivi europei" va benissimo...l'importante è che io sappia cosa dici in modo da preparare gli agenti”* (doc. 34/69). Il professionista si preoccupa, dunque, di veicolare l'idea che, in qualche modo, l'impianto si ripaghi da sé, e per questo occorre evitare di dire che l'impianto è “gratis”, ma piuttosto impiegare espressioni quali “costo zero”, “senza esborso” ecc..

29. GGP appare consapevole del fatto che tale prospettazione può ingenerare aspettative anche irrealistiche di risparmi nei consumatori, che trovano riscontro nelle numerose segnalazioni riguardanti la mancata materializzazione dei vantaggi promessi²⁰. In una mail interna del gennaio 2016, commentando i problemi all'impianto lamentati da un cliente, un funzionario di GGP commentava: *“il mio parere è che il cliente ha delle attese completamente differenti dalla realtà. L'agente gli avrà probabilmente prospettato (spero solo verbalmente) il riscaldamento dell'abitazione a costo gas zero e costo elettricità zero perché prodotta dai pannelli fotovoltaici”*²¹. Tali aspettative vengono generate ed efficacemente sfruttate per la collocazione dei “pacchetti energetici” offerti da GGP. Come osserva infatti un agente di GGP *“devo avere due persone [marito e moglie]*

¹⁹ Gli incentivi del V Conto Energia erano infatti terminati.

²⁰ Segnalazioni consumatori versate in atti e reclamo di un consumatore, ad es. doc. n. 34/41 dell'indice del fascicolo.

²¹ Doc. n. 34/208 dell'indice del fascicolo.

che mi aprono la porta (più o meno volentieri) consapevoli che vado a parlare di un pacchetto energetico (che sia [fotovoltaico, pompa di calore o batterie]) e che questi due abbiano un tetto loro e il reddito. Dammi ciò e il prezzo non è un problema, ne prendiamo quanti ne vuoi dove vuoi” (doc. 34/69).

30. Infine, la valutazione di convenienza dell’impianto (“progetto risparmio energetico”, doc. 33/2) è effettuata sulla base di una proiezione della spesa futura per l’energia elettrica ed il gas che prevede tassi di crescita annui del 6-7%²², ben superiori a quelli registrati dopo il 2008 e al momento prevedibili.

31. In alcuni casi GGP ha avallato il comportamento dell’agente che ha omesso di avvisare il consumatore della presenza di ostacoli tecnici alla realizzazione dell’impianto pur di mantenere vivo il contratto con il consumatore “...volevo segnalare l’eccellente comportamento del reparto tecnico in questa occasione che ha correttamente effettuato il sopralluogo rilevando l’impossibilità di eseguire l’impianto come convenuto ma senza riportarlo al cliente lasciandomi così ampio spazio per rivedere il contratto”²³.

32. Alcuni agenti hanno peraltro lamentato la mancanza di informazioni per rispondere ai dubbi o alle difficoltà dei consumatori²⁴ “vi scrivo dopo settimane e settimane in cui sto chiedendo (tramite ticket - email - whatsapp - telefonate) risposte che non vengono date, o vengono date in modo evasivo e dilatorio, sia a me che ai clienti”..... “Noi della Rete andiamo a raccontare in giro quello che viene detto e/o visualizzato alle varie riunioni, ma poi quando facciamo domande specifiche e chiediamo risposte scritte, non otteniamo nulla di esaustivo, solo feedback verbali e generici”..

La proposta di acquisto ed il finanziamento

33. Per acquisire il consenso dei consumatori alla conclusione del contratto il professionista utilizza un modulo qualificato come “proposta di acquisto” (PDA) all’offerta dell’azienda. Mediante la sottoscrizione di questo modulo, il consumatore propone di aderire alla proposta di GGP e – in assenza di informazioni contrarie – è vincolato da tale proposta, salvo il diritto di ripensamento di 14 gg decorrente dalla sottoscrizione della PDA.

²² Si tratta di previsioni attribuite all’ENEA, ma senza citare alcuna fonte.

²³ Doc. n. 34/48 dell’indice del fascicolo.

²⁴ Doc. n. 34/45 dell’indice del fascicolo.

Successivamente a tale sottoscrizione, il professionista avvia le attività volte alla verifica della fattibilità tecnica dell'impianto e dell'assenza di vincoli ambientali e architettonici, ecc. e, in caso di esito positivo, alla richiesta delle necessarie autorizzazioni amministrative. Una volta ottenute tali autorizzazioni, entro 6 mesi il professionista dovrebbe dare esecuzione al contratto (art. 6 delle Condizioni Generali).

34. Il professionista non invia al consumatore alcuna specifica comunicazione di accettazione della PDA, che permetta al consumatore di comprendere se e quando il contratto si sia perfezionato²⁵.

35. La sezione n. 4 del modulo PDA si intitola "modalità di pagamento" e propone le seguenti modalità: "*Tramite nostra finanziaria convenzionata: finanziamento fino a 12 anni*" e poi "*...altri tipi di pagamenti: 50% alla firma dell'ordine [...] e 50% entro 7 gg dalla data di installazione [...]*". Nella sez. 3.1 ("Termini di incasso") viene barrata la forma di pagamento prescelta e, in caso di finanziamento mediante una delle società finanziarie convenzionate, il numero di quote e l'importo unitario.

Nelle CGC (riportate a tergo del modulo PDA) si afferma che "*al buon esito della modalità di pagamento prescelta, GGP svolgerà l'attività di sua competenza*" (§ 6). "*Qualora la modalità di pagamento prescelta sia tramite finanziamento (banca o società finanziaria), in caso di mancato buon esito del Finanziamento, il contratto si intenderà senza efficacia, salvo diverso accordo tra le parti*". Non è tuttavia prevista alcuna comunicazione in tal senso da parte di GGP al consumatore.

36. Dalla documentazione a fascicolo emerge che gli agenti di GGP sono in grado di calcolare il piano di finanziamento dell'impianto, e in particolare l'ammontare complessivo che verrà pagato e il numero di rate. In nessun luogo della PDA è tuttavia indicato il tasso di interesse praticato, né risulta essere consegnata al cliente alcuna documentazione aggiuntiva riportante le condizioni di finanziamento. Tali condizioni vengono rese note al cliente solo successivamente dalla finanziaria convenzionata, ad esito delle verifiche sulla affidabilità creditizia del consumatore. La finanziaria è scelta volta per volta da GGP per il tramite del suo agente; GGP riceve una provvigione per ogni contratto di finanziamento andato a buon fine²⁶.

²⁵ Doc. n. 34 dell'indice del fascicolo. Cfr. Verbale accertamento ispettivo ove si legge: "*l'Avv. Barzani fa presente che in caso di vendita dell'impianto fotovoltaico fuori dai locali commerciali, il consumatore sottoscrive una proposta di acquisto ("PDA") nei confronti della società. La società non invia alcuna comunicazione di accettazione della proposta e, per tale motivo, i termini per l'esercizio del diritto di ripensamento previsto dal Codice del Consumo decorrono dalla data di sottoscrizione della PDA*".

²⁶ Doc. 34/201 dell'indice del fascicolo.

L'esercizio del diritto di recesso e l'applicazione della penale

37. Le Condizioni Generali prevedono il diritto di ripensamento senza alcuna motivazione nei 14 gg dalla firma della PDA. Ove il consumatore eserciti il diritto di ripensamento nei suddetti termini, si svincola dal contratto senza l'applicazione di alcuna penale.

38. L'art. 10 delle richiamate CGC, inoltre, prevede che nel caso *“di rinuncia o inadempimento da parte del cliente, questi dovrà pagare una penale pari al 25% dell'importo totale dell'impianto al lordo dell'IVA. [...] Sarà inteso come inadempimento anche il caso in cui emergano vizi (es. abusi) non dichiarati dal cliente”*.

39. Le Condizioni Generali prevedono inoltre l'impegno del cliente a sostenere eventuali extra-costi per opere non preventivate nei limiti del 15% del prezzo pattuito e la possibilità per GPP di apportare le variazioni al contratto necessarie per cause tecniche.

40. Dai dati disponibili risulta che, a fronte di oltre 9.000 contratti riguardanti l'installazione di impianti ad energia solare acquisiti nel periodo 2013-2015, GPP ha ricevuto oltre 3300 richieste di recesso²⁷.

41. In circa la metà dei casi, il recesso è stato accordato senza il pagamento di penali. In 58 casi la società ha richiesto il pagamento della penale e in altri 34 ha inviato una *“missiva pre-legale”* in cui faceva presente la possibile applicazione della penale. In un limitato numero di casi il recesso è seguito al rifiuto del cliente di sottoscrivere il finanziamento per l'acquisto dell'impianto.

42. Nei rimanenti casi (tutti riguardanti richieste giunte dopo il decorso dei termini previsti nel contratto), esclusi circa 400 casi nei quali la realizzazione dell'impianto come progettato risultava infattibile o non autorizzata, il recesso avveniva per volontà del cliente e dalla documentazione non emerge se GPP considerasse o no tali recessi assoggettabili a penali. Tuttavia, in almeno un caso in questa categoria²⁸, risulta che GPP abbia chiesto il pagamento di una penale.

43. Dagli atti risulta che il professionista abbia richiesto il pagamento delle penali anche nei casi in cui il consumatore abbia manifestato entro i 14 giorni dalla data di sottoscrizione della PDA l'intento di recedere e abbia formalizzato tale volontà tramite raccomandata solo in un momento

²⁷ Doc. n. 34/202 File recessi 2014-2015. Si tratta dei recessi relativi ai contratti Fotovoltaico, Solare Termico e Termodinamico.

²⁸ Doc. n 34/4 dell'indice del fascicolo.

successivo²⁹

44. In ispezione il professionista ha dichiarato di aver incassato 37 penali per un controvalore di poco meno di 40.000 euro nel 2014 e 10 penali per un controvalore di poco più di 35.000 euro nell'anno 2015.

45. Inoltre, nel 2015 su un totale di 210 contratti conclusi e regolarmente pagati dal consumatore non sono stati installati 47 impianti³⁰ (circa il 22% dei contratti non ha avuto esecuzione).

46. Dalla documentazione ispettiva è emerso inoltre che, qualora si verificano problemi di carattere tecnico in fase di esecuzione dei lavori, GPP cerca di fare il possibile per installare l'impianto o sostituirlo con un prodotto differente. Qualora tuttavia ciò non fosse possibile, il professionista valuta se recedere ed applicare una penale al cliente: *"...in merito ai sospesi che sono sospesi per casistiche legate all'ufficio tecnico, dovranno essere lavorati con il flusso costi extra inviatoVi i giorni scorsi e pertanto procedendo con la seguente logica 1) o il cliente ci comunica una **data entro la quale sistemerà e quindi compilerà il modulo ad hoc predisposto da Uff. Legale**; 2) o individuiamo una **nuova posizione** per l'impianto;3) o individuiamo **nuovo prodotto**; 4) o se non sono possibili 1, 2 e 3 **valuteremo recesso e penale** (questa deve essere la soluzione ultima ed estrema); Perché si possa procedere con il recesso ed eventualmente penale va compilata la **Relazione Tecnica del Recesso**, che Vi ho aggiornato in quanto il modulo era del 2013. La segreteria Tecnica recupererà le firme di DT ed AD necessarie per procedere in questo caso³¹.*

3) Le argomentazioni difensive della Parte

47. Con memorie del 10 febbraio e 17 maggio 2016 GGP ha respinto le contestazioni formulate nella comunicazione di avvio e precisate nella comunicazione del termine della fase istruttoria.

48. GGP ha precisato che essa individua i possibili clienti attraverso differenti modalità, tra cui quella di telemarketing. In quest'ultimo caso, gli operatori addetti al call center sono tenuti a rivolgersi al consumatore mediante l'utilizzo di *script* espressamente autorizzati dall'Ufficio Legale. Nello *script* in uso sino al gennaio 2015 era chiarito che lo scopo della telefonata era la formulazione di una proposta commerciale avente ad

²⁹ Cfr. Doc. n. 34/1 dell'indice del fascicolo.

³⁰ Doc. n. 34/300 dell'indice del fascicolo.

³¹ Doc. n. 37/219 dell'indice del fascicolo.

oggetto *"un pacchetto di prodotti per il risparmio energetico"* e non il rilascio di una certificazione per il risparmio energetico. Il professionista rappresenta, poi, che il 90% delle telefonate sarebbe effettuato dalla società Bluepower Connection S.r.l., da essa controllata, mentre il residuo 10% sarebbe svolto da soggetti esterni, i quali lavorano solo preliminarmente i contatti con i potenziali clienti che poi vengono richiamati dalla società Bluepower Connection S.r.l..

49. Con riferimento al claim *"a costo zero"*, GGP evidenzia che si tratterebbe di uno *slogan* pubblicitario, usato, alcuni anni or sono, per un periodo di tempo assai limitato, con cui si voleva sottolineare come il costo dell'impianto venisse ammortizzato dalla detrazione fiscale al 50% (piuttosto che in precedenza, sino al luglio 2013, dagli incentivi corrisposti da GSE S.p.A.), dall'autoconsumo energetico e dallo scambio sul posto, ovvero dall'immissione in rete dell'energia elettrica prodotta, ma non direttamente auto-consumata, nel periodo di durata dell'impianto. L'informativa pubblicitaria, pertanto, non rivestiva alcun carattere *"ingannevole"*. Tale circostanza emergerebbe chiaramente anche dal documento n. 34/52 – acquisito in ispezione - nel quale si evidenzia come, nel corso dell'appuntamento, l'agente non debba far riferimento al termine *"gratis"*, in quanto fuorviante ed ingannevole nei confronti del potenziale cliente, ma possa utilizzare espressioni quali *"senza esborso di denaro"* ovvero *"senza anticipi"*. Detta richiesta sarebbe funzionale, altresì, a coordinare l'attività di tutti gli agenti, affinché vi fosse omogeneità nella presentazione dei prodotti offerti.

50. GGP, dopo aver rilevato che la proposta d'acquisto che il cliente sottoscrive riporta ed indica in maniera chiara e precisa il bene ed i servizi acquistati, il prezzo complessivo, comprensivo di IVA e le modalità di pagamento, ha osservato che qualora il cliente decida di avvalersi dell'ausilio di una società finanziaria per il pagamento del corrispettivo, verrebbe riportata la previsione circa il numero delle rate complessive ed il loro corrispettivo (per ciascuna rata ed il complessivo comprensivo di interessi). Peraltro, nel caso in cui il cliente intenda avvalersi di un finanziamento erogato da una società convenzionata, il medesimo consegna la propria documentazione personale necessaria per l'istruttoria e, in caso di esito positivo, sottoscrive in un momento successivo - di norma un mese dopo - il relativo contratto di finanziamento, completo di tutte le caratteristiche necessarie, ovvero l'indicazione del TAN, del TAEG e il relativo piano di ammortamento con specifica degli interessi

dovuti. Al riguardo, il professionista sostiene che gli oneri economici relativi al finanziamento sarebbero chiaramente indicati nell'apposito contratto e nei relativi allegati. Nel momento in cui il cliente sottoscrive il contratto e comunica l'intenzione di avvalersi di una società finanziaria, l'agente non rilascia copia del contratto di finanziamento perché non verrebbe stipulato alcun negozio giuridico. Al cliente, invece, al momento della sottoscrizione della Proposta d'Acquisto, viene fatto firmare unicamente il modulo per la privacy, onde poter trattare i dati personali, al fine di verificare la sussistenza dei presupposti per l'erogazione del finanziamento. Gli agenti, poi, sono tenuti, secondo le indicazioni fornite dalla GGP, a rilasciare copia di tale modulo, adempimento che sarebbe esattamente rispettato, come dimostrerebbe il fatto che, in sede di denuncia, il Centro Tutela Consumatori Utenti di Bolzano ne abbia prodotto il duplicato.

Nei casi in cui, invece, il cliente intenda pagare il prezzo con mezzi propri, versava direttamente il 50% nei giorni successivi alla sottoscrizione del contratto, una volta eseguite le verifiche di fattibilità tecnica.

51. GGP ha sostenuto di non aver mai fornito informazioni ambigue in ordine al proprio rapporto con ENEL.si S.r.l. (società del gruppo Enel operativa nel settore dell'efficienza energetica domestica), di cui è stata uno dei principali *franchisee* dal 3 dicembre 2009 ininterrottamente sino all'11 giugno 2015. GGP ha fatto presente che appena cessato il rapporto commerciale con Enel, la società avrebbe prontamente rimosso tutti i loghi e avrebbe dato precise istruzioni agli agenti di non utilizzare più la denominazione.

52. GGP ha fatto presente che nel periodo 2014-2015 a fronte di 9.446 contratti sono state accolte poco più della metà delle richieste di recesso, a dimostrazione della disponibilità e correttezza della società verso i consumatori. Nelle vendite a domicilio una percentuale di recessi superiore al 60% costituisce un dato fisiologico.

La società rappresenta inoltre di non aver mai ostacolato il diritto di recesso esercitato nei 14 giorni e né di aver applicato penali anche nei casi di recesso esercitato oltre i 14 giorni dalla sottoscrizione del modulo contrattuale. GGP prevedrebbe il pagamento delle penali, pari al 25% dell'importo, solo in caso di recesso esercitato dopo che siano stati svolti gli accertamenti tecnici di fattibilità o il rilascio di autorizzazione in caso

di vincoli paesaggistici o se siano già stati acquistati gli impianti da installare³².

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER L'ENERGIA IL GAS E I SERVIZI IDRICI

53. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore delle energie rinnovabili, in data 19 maggio 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per l'Energia Elettrica, il Gas ed il Sistema Idrico ("AEEGSI"), ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo, introdotto dall'art. 1, comma 6, lettera *a*), del Decreto Legislativo. n. 21/2014. Il parere è pervenuto in data 23 giugno 2016.

54. L'AEEGSI ha rilevato che l'offerta di impianti fotovoltaici non è oggetto di regolamentazione e che per tale motivo il parere è volto ad offrire alcuni elementi informativi di carattere tecnico relativi ai vantaggi prospettati ai consumatori.

55. L'AEEGSI ha rilevato che l'offerta "a costo zero" può essere ritenuta tale solo trascorso un periodo di tempo congruo, dal momento che vi è certamente un esborso economico iniziale – correlato ai costi di fornitura, installazione e gestione delle pratiche amministrative, nonché agli eventuali costi di finanziamento –, il cui ristoro può avvenire progressivamente e solo grazie all'effetto combinato delle incentivazioni statali o assimilabili (agevolazioni fiscali per la ristrutturazione edilizia, conto energia termico), della riduzione dei consumi di elettricità e/o gas grazie agli impianti installati e dello "scambio sul posto"³³. In relazione a quest'ultimo, l'AEEGSI ha ricordato che anche laddove gli impianti installati coprissero l'intero fabbisogno elettrico del consumatore, rimarrebbero a suo carico le componenti fisse delle tariffe di rete e gli oneri generali di sistema.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

56. Preliminarmente si osserva che le condotte descritte al punto II del

³² Cfr. verbale audizione GGP del 9 maggio 2016.

³³ Lo scambio sul posto è un meccanismo che permette di compensare parzialmente l'onere economico derivante dal prelievo di elettricità dalla rete con il valore dell'energia prodotta dall'impianto fotovoltaico e immessa in rete in quanto non consumata istantaneamente.

presente provvedimento integrano una pratica commerciale unica, in quanto articolazioni di una medesima e unitaria strategia della società consistente nella commercializzazione e vendita dei propri impianti fotovoltaici ai potenziali clienti, contattati dall'impresa tramite *telemarketing* e mediante visite a domicilio da parte degli agenti-venditori, attraverso la promessa di sistemi "a costo zero".

Infatti, tenuto conto della complessità dell'offerta commerciale, della razionalità limitata dei consumatori e delle significative asimmetrie informative che contraddistinguono il settore, le modalità di informazione del consumatore e di conseguente acquisizione e verifica del suo consenso adottate dal professionista sono idonee, anche in relazione ai tempi e luoghi dei contatti, a indurre in errore il consumatore con riferimento a informazioni rilevanti quali la natura e lo scopo del contatto, le caratteristiche e le condizioni contrattuali dell'offerta, fino a limitarne notevolmente la capacità di prendere una decisione consapevole in merito all'offerta del professionista.

57. Ciò premesso si rileva vieppiù che la pratica è stata posta in essere in un settore, quale quello della vendita a domicilio, nel quale la presenza del venditore presso la casa stessa del cliente indebolisce di fatto il consumatore acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile vulnerabilità psicologica rispetto all'incarico della vendita. Da qui la necessità di offrire all'utente, in modo chiaro e evidente, già fin dal primo contatto telefonico e quindi in una fase prodromica alla visita a domicilio, un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente rispetto all'intento commerciale dell'incontro, ai beni che il professionista intende vendere e all'entità dell'importo di spesa – di assoluto rilievo nel caso degli impianti fotovoltaici. Nel caso specifico, trattandosi di soluzioni alternative per la produzione dell'energia elettrica e del calore necessari al consumatore, appare inoltre essenziale che siano fornite informazioni corrette sulla comparazione dei costi e dei benefici di tali soluzioni, rispetto alla situazione corrente, al fine di non distorcere la scelta del consumatore.

58. Nello specifico dei singoli comportamenti adottati dal professionista nella fase di presentazione dell'offerta commerciale, dal primo contatto con il consumatore all'incontro presso il domicilio di quest'ultimo, dalle Risultanze emerge come la strategia commerciale del professionista sia stata orientata ad acquisire nel corso della telefonata il consenso del consumatore ad aderire alla proposta d'acquisto sulla base di informazioni omissive, parziali, ambigue e fuorvianti in merito allo scopo della successiva visita dell'agente, alla sua affiliazione e ai costi e ai benefici del fotovoltaico e

delle altre apparecchiature installate da GGP (pompe di calore e batterie).

59. Dagli *script* predisposti per il call center emerge che fino al luglio 2014 è sempre messa in primo piano l'offerta di una consulenza energetica gratuita, creando nel consumatore l'idea che si tratti di una visita legata all'introduzione di una nuova normativa e di un controllo obbligatorio o comunque necessario per la verifica dell'efficienza dell'impianto. L'obiettivo della telefonata è invece quello di ottenere un appuntamento al domicilio del consumatore per promuovere la vendita di un "pacchetto energetico" composto da un impianto fotovoltaico e/o altri componenti (pompa di calore, batterie ecc.) e indurre il consumatore alla firma di un contratto a titolo oneroso.

60. Negli *script* in uso a partire dal luglio 2014 viene meglio esplicitato che la visita del consulente di GPP mira a presentare "*l'opportunità di ottenere un pacchetto di efficienza energetica, a costo zero, grazie agli incentivi statali e al risparmio nelle bollette di luce e gas*". Lo scopo commerciale della visita è intuibile, ma viene accompagnato dalla prospettazione ingannevole dei vantaggi connessi all'ottenimento di tale pacchetto, al fine di facilitare la fissazione dell'appuntamento.

61. La documentazione ispettiva mostra che gli agenti sono confidenti che, una volta ottenuto l'appuntamento, saranno in grado di "*piazzare*" il pacchetto, fidando nelle proprie capacità dialettiche e nel fatto che al cliente è precluso l'accesso preventivo alle informazioni relative al "pacchetto energetico". Gli agenti sfruttano dunque l'effetto-sorpresa che è intrinsecamente connesso alla vendita a domicilio ad un consumatore non preventivamente informato sui contenuti dell'offerta; tale effetto-sorpresa impone una pressione psicologica sul consumatore, ponendolo in una posizione di disagio che ne compromette la capacità di prendere una decisione consapevole e ponderata.

62. Le naturali difese del consumatore appaiono poi ulteriormente compromesse dall'uso indebito del logo e del nome di ENEL Green Power e di ENELsì, che ingenerano una certa fiducia nel consumatore a motivo della reputazione di cui gode il maggior operatore italiano nel settore del fotovoltaico. Tale uso, contrariamente a quanto sostenuto dalla Parte, è continuato almeno fino al dicembre 2015³⁴.

63. Gli effetti di questa situazione appaiono aggravati dal fatto che si tratta di beni di elevato valore, che richiedono quindi un significativo impegno

³⁴ Doc. 34/56 dell'indice del fascicolo.

finanziario da parte del consumatore, e dalla complessità dell'analisi costi-benefici su cui dovrebbe essere fondata la scelta di acquistare il pacchetto proposto. A fronte di tale complessità, il pacchetto viene invece proposto esaltando l'impatto degli incentivi fiscali ed enfatizzando claim come “*costo zero*” e “*nessun esborso*” che non trovano riscontro nella realtà immediata dei fatti – il consumatore ha un esborso immediato e certo se paga con propri fondi, o comunque deve ripagare il finanziamento bancario – e che possono intendersi soltanto, come rilevato dall'AEEGSI, come possibilità di recupero nel lungo periodo dei costi sostenuti grazie all'effetto combinato delle incentivazioni statali o assimilabili, della riduzione dei consumi di elettricità e/o gas grazie agli impianti installati e dello “scambio sul posto”; il risultato della interazione di questi elementi ha carattere necessariamente aleatorio e quindi il recupero non è in alcun modo assicurato.

64. In particolare, in merito al claim “*a costo zero*” – ancora presente nelle brochure acquisite nel corso dell'accertamento ispettivo³⁵ e nelle istruzioni date agli agenti nel dicembre 2015 - si rileva che, come affermato da molti segnalanti, il citato *claim* è stato utilizzato per indicare l'assenza di costi per gli acquirenti; assenza di costi che sarebbe assicurata dalla produzione energetica ottenibile con gli impianti e dalle agevolazioni pubbliche relative agli impianti fotovoltaici stessi. E' evidente che le affermazioni citate sono dirette a rassicurare gli eventuali consumatori interessati in merito alla circostanza che l'offerta è accessibile senza dover farsi carico di particolari esborsi finanziari. Le indicate affermazioni vengono supportate da una serie di prospetti inseriti nella brochure denominata *PRODOTTI* che danno conto di un presunto consumo annuo del cliente, delle agevolazioni pubbliche ottenibili a fronte dell'acquisto dell'impianto e della stima dei guadagni conseguibili nel tempo.

65. La difficoltà della valutazione dei benefici attesi dall'impianto e quindi la non veridicità di claim quali “*costo zero*” appaiono confermati dalla documentazione acquisita agli atti e da quanto affermato dai vari segnalanti, da cui emerge che, in vari casi, l'investimento non solo non si è rivelato conveniente, in ragione di una produzione effettiva di energia inferiore a quella prospettata dalla società GGP, ma ha anche risentito, in alcuni casi, della mancata, o comunque non sufficiente, fruizione delle promesse agevolazioni pubbliche il cui conseguimento era stato garantito dalla società, sia per ciò che concerne l'istruzione della pratica diretta all'ottenimento

³⁵ Docc. nn. 33/1, 33/2 e 33/3 dell'indice del fascicolo.

dell'agevolazione stessa che per ciò che concerne i risparmi realmente ottenibili. La presenza poi di un contratto di finanziamento per il quale il consumatore è tenuto a pagare gli interessi previsti riduce la eventuale e ipotetica convenienza derivante dal risparmio energetico. L'utilizzo del *claim* ha pertanto dei connotati di ingannevolezza e scorrettezza in quanto ingenera nei consumatori delle aspettative in relazione alla possibilità di non dover effettuare alcun esborso monetario; paventata assenza di costi che viene evocata e sfruttata da GGP per creare aspettative di maggior risparmio, poi successivamente disattese³⁶.

66. Infine, va rilevata l'ambiguità delle informazioni fornite in merito al finanziamento. Al consumatore non viene data infatti alcuna informazione preventiva né sui tassi di interesse applicati, né sulle spese – nonostante esse siano nella disponibilità dell'agente che indica sulla PDA il numero di rate mensili da pagare e l'importo di ciascuna di esse -, né sul modo in cui la richiesta di finanziamento procederà, né su chi erogherà il finanziamento. L'inadeguato set informativo in merito ai vincoli che sorgono per i consumatori dalla firma del contratto si riflette anche sulla richiesta di finanziamento inclusa nella PDA, in quanto a fronte dell'acquisizione di dati personali ai fini della verifica di solvibilità e dell'autorizzazione al trattamento dei dati personali per conto di alcune finanziarie, il consumatore non risulta chiaramente edotto della circostanza che GGP inoltrerà alle finanziarie convenzionate la richiesta di finanziamento e, quindi, può legittimamente ritenere di non aver richiesto alcun finanziamento, dato che in quella fase della trattativa non sa neppure se la sua proposta di acquisto sia stata accettata o meno da GGP.

67. La distorsione delle scelte del consumatore appare aggravata dalla manchevole procedura contrattuale adottata, che non pone il consumatore nella condizione di esercitare il diritto di recesso in modo pieno e corretto. Se è vero, infatti, che il ripensamento esercitato dai consumatori entro il termine dei 14 giorni dalla sottoscrizione della PDA è, come affermato dal professionista, sempre accolto, occorre tuttavia rilevare che il termine per l'esercizio del diritto di recesso deve decorrere dalla conclusione del contratto e non da un momento antecedente, quale appunto il momento della mera sottoscrizione della proposta di acquisto da parte del consumatore.

68. Il professionista descrive e qualifica il modulo che il consumatore

³⁶ Cfr. doc. 34/69, ove si legge: "Appuntamenti "costo zero", se parli di pacchetto energetico a costo zero per me è ok. Assicurati non venga mai detto gratis. "Senza esborso di denaro" "senza anticipi" ecc ecc va benissimo. Se parli di "incentivi europei" va benissimo...l'importante è che io sappia cosa dici in modo da preparare gli agenti".

firma in occasione della visita degli agenti come proposta di acquisto rispetto al quale GGP si riserva di porre in essere tutte le verifiche tecniche e commerciali. GGP si riserva infatti di dare esecuzione al contratto – eventualmente in forma differente da quella inizialmente prevista – a valle delle verifiche di fattibilità tecnica dei lavori, di assenza di vincoli ambientali e architettonici, ecc., nel termine di 6 mesi che decorrono dall’ottenimento delle necessarie autorizzazioni amministrative (o dalla data di pagamento dell’acconto o del prezzo, se successive a tale ottenimento).

69. GGP, per sua stessa ammissione, non invia una specifica comunicazione circa l’esito positivo di tali verifiche e quindi di accettazione della proposta di acquisto; perciò, il consumatore non sa - se e quando - il contratto si sia perfezionato.

70. In questa situazione, il consumatore non può correttamente esercitare il diritto di recesso nel termine di quattordici giorni a partire dalla data in cui il contratto si è realmente perfezionato, ossia dal momento di conclusione del contratto, come previsto dal Codice del Consumo³⁷. Tale situazione appare suscettibile di ingannare il consumatore riguardo all’effettiva vincolatività di quanto sottoscritto, perché indotto a ritenere in buona fede di trovarsi in una fase precontrattuale avendo sottoscritto una proposta d’acquisto³⁸ - la cui fattibilità non è stata ancora verificata - e così lasciar decorrere i termini previsti per l’esercizio del diritto di recesso e, quindi, trovarsi vincolato ad un contratto che non riteneva concluso.

71. La situazione che si determina, pertanto, è quella di un forte squilibrio tra le due parti contrattuali al punto che il consumatore – parte debole del contratto – si trova vincolato fin da subito da un contratto mediante la sottoscrizione di un modulo incompleto e poco chiaro mentre il professionista - parte forte che conosce il mercato e le difficoltà esistenti nel settore - si riserva di eseguire il contratto (e quindi accettare per fatti conclusivi la proposta) solo dopo aver effettuato tutte le verifiche tecnico-amministrative per l’installazione dell’impianto e di solvibilità del cliente, con la possibilità di eseguire anche modifiche di limitata entità al progetto originario e di obbligare il consumatore ad effettuare, a proprie spese, opere aggiuntive non previste.

72. L’elevato numero di richieste di recesso ricevute oltre i 14 giorni dalla sottoscrizione della PDA, anche in reazione all’insorgenza di costi non preventivati o di altre problematiche relative alla fattibilità dell’impianto,

³⁷ Cfr. art. 52 del Codice del Consumo.

³⁸ Cfr., a titolo di esempio, segnalazione prot. 45735 del 14/7/2105.

testimonia peraltro la situazione di elevata incertezza in cui si trovano i consumatori circa l'effettiva volontà di concludere il contratto di acquisto e dello stesso impegno sottoscritto con la PDA.

73. A fronte dei profili di scorrettezza rilevati nella procedura adottata dal professionista per la conclusione dei contratti fuori dai locali commerciali, si rileva inoltre che GGP prevede e richiede dopo la scadenza del termine del recesso – la cui decorrenza non risulta chiaramente indicata - l'applicazione di una penale di importo significativo per consentire il recesso del consumatore, nonostante l'effettivo impegno finanziario collegato al progetto diventi chiaro solo successivamente a tale scadenza.

74. Inoltre, anche a fronte di un ripensamento formulato da parte del consumatore a ridosso della data di sottoscrizione del contratto senza le formalità previste, il professionista richiede il pagamento della penale qualora il successivo e formale atto per manifestare il ripensamento è stato inviato tramite raccomandata oltre il termine previsto dalla legge, pur avendo il professionista preso nota dell'intenzione del consumatore e registrato il dato nella documentazione interna.³⁹

75. Anche a questo riguardo, si osserva che la richiesta di penali da parte di GGP non appare giustificata, dato che in assenza della comunicazione dell'accettazione della proposta da parte del professionista il contratto non si è perfezionato.

76. Dalla documentazione istruttoria emerge che la società considera inoltre il recesso e la richiesta del pagamento di una penale come opzione possibile nel caso di impossibilità di risolvere problematiche tecniche di installazione legate alla posizione dell'impianto o alla inidoneità del prodotto inizialmente selezionato⁴⁰.

77. La minaccia di applicazione di una penale di importo elevato è un forte deterrente alla richiesta di scioglimento del contratto in presenza di difficoltà di carattere tecnico che si manifestino quando i termini per il ripensamento siano già decorsi; deterrente che il professionista può utilizzare al fine di rinegoziare il contratto e, comunque, mantenere vincolato il consumatore che intende recedere ovvero nel caso in cui il consumatore non abbia adempiuto alle formalità richieste.

³⁹ Cfr. doc. n. 34/1 e doc n. 34/3 dell'indice del fascicolo.

⁴⁰ Doc. n. 37/219 dell'indice del fascicolo. Nel citato documento si legge: “...in merito ai sospesi che sono sospesi per casistiche legate all'ufficio tecnico, dovranno essere lavorati con il flusso costi extra inviatoVi i giorni scorsi e pertanto procedendo con la seguente logica 1) o il cliente ci comunica una data entro la quale sistemerà e quindi compilerà il modulo ad hoc predisposto da Uff. Legale; 2) o individuamo una nuova posizione per l'impianto;3) o individuamo nuovo prodotto;4) o se non sono possibili 1, 2 e 3 valuteremo recesso e penale” .

78. Attraverso gli ostacoli al diritto di recesso e la richiesta ed applicazione di un'onerosa penale GGP tende quindi a mantenere ingiustificatamente in essere un rapporto contrattuale, al fine di limitare la possibilità per il consumatore di riconsiderare la propria scelta sulla base delle informazioni sulla effettiva fattibilità, onerosità e prestazioni dell'impianto, resisi disponibili dopo la sottoscrizione della proposta, condizionandone indebitamente il comportamento.

79. La pratica commerciale della società Gruppo Green Power S.p.A. deve ritenersi, pertanto, scorretta e i messaggi pubblicitari ingannevoli, in violazione degli articoli 20, comma 2, in quanto non rispondente alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile, ai sensi dell'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, considerato che la comunicazione commerciale relativa all'offerta di impianti fotovoltaici è articolata in una molteplicità di affermazioni risultate non corrette e attraverso una modalità di vendita - quale la vendita a domicilio - che richiede una particolare diligenza e correttezza. A conferma di ciò rileva il comportamento omissivo e ambiguo della società, come emerge chiaramente dai documenti ispettivi nei quali la società avalla e plaude il comportamento dell'operatore che ha omesso di avvisare il consumatore della presenza di ostacoli tecnici alla realizzazione dell'impianto pur di mantenere vivo il contratto .

La condotta risulta per distinti profili anche contraria agli artt. 21, lettere *b)* e *d)*, e 22 del Codice del Consumo, per la diffusione di informazioni non veritiere in merito alle caratteristiche dell'offerta di impianti fotovoltaici e ai vantaggi economici conseguibili per gli acquirenti degli stessi, e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento dei destinatari in relazione ad un investimento quale quello proposto, ovvero l'acquisto e l'installazione di un impianto fotovoltaico, che per sua natura comporta un impegno di notevole entità economica.

80. Il comportamento tenuto nella fase di gestione dei recessi appare altresì costituire un indebito condizionamento della libertà di scelta del consumatore, che vede ingiustificatamente limitata la propria possibilità di recedere dal contratto nelle situazioni in cui egli non voglia più fruire dell'impianto o non ne possa fruire alle condizioni tecniche inizialmente previste da GGP, a causa della mancata comunicazione di accettazione della proposta di acquisto del consumatore da parte di GGP specificante termini, condizioni e caratteristiche dell'installazione stessa, integrando una violazione degli artt. 24 e 25, lettera *d)*, del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

81. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

82. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

83. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione del professionista: un operatore di rilievo nel settore del fotovoltaico che, per l'anno 2015, ha realizzato un fatturato di circa 25 milioni di euro.

84. Nel valutare la gravità della violazione, si tiene conto inoltre: *i)* della modalità di diffusione dell'offerta attraverso la vendite a domicilio, strumento suscettibile di esercitare una forte pressione sui consumatori; *ii)* dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante per i consumatori che sono esposti all'acquisto di prodotti (impianti fotovoltaici/pompe di calore) anche particolarmente onerosi sotto il profilo economico (in media circa 15.000 euro, come emerso dalle risultanze istruttorie), nonché *iii)* della specificità del settore, nel quale il consumatore acquirente si trova in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista nonché per l'indebito condizionamento creato.

85. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere quanto meno da ottobre 2013⁴¹ a gennaio 2016⁴².

86. Alla luce di quanto esposto si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Gruppo Green Power S.p.A. nella misura base di 680.000 € (seicentottantamila euro) tenuto conto della durata e della gravità dell'infrazione.

87. Tenuto conto altresì della situazione economica della società e delle perdite di bilancio registrate nell'esercizio 2015, pari a circa 700.000 euro (cfr. § 1), si riduce l'importo della sanzione a 640.000 € (seicentoquarantamila euro).

⁴¹ Segnalazione n. 38418 del 16 ottobre 2013.

⁴² Cfr. documentazione acquisita nel corso dell'accertamento ispettivo.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell’Autorità per l’Energia elettrica il Gas e i Servizi idrici, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale risulta in contrasto agli art. 20, comma 2, 21, lettere *b) e d)*, 22, 24 e 25, lettera *d)*, del Codice del Consumo, in quanto omette informazioni rilevanti in merito al prezzo reale del servizio pubblicizzato e alle modalità di pagamento ed è idonea, mediante indicazioni fuorvianti e la paventata applicazione di penali, a condizionare indebitamente il consumatore medio in relazione all’esercizio di diritti contrattuali;

DELIBERA

- a) che la pratica commerciale descritta al punto II, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Gruppo Green Power S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, lettere *b) e d)*, 22, 24 e 25, lettera *d)*, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;
- b) di irrogare alla società Gruppo Green Power S.p.A., una sanzione amministrativa pecuniaria di 640.000 € (seicentoquarantamila euro);
- c) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al precedente punto a).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di sessanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella