

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 novembre 2015;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA 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, clausole vessatorie” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 5 giugno 2014, successivamente sostituito dal “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, Nuovo Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il protocollo di intesa in materia di tutela del consumatore tra l’Autorità garante della concorrenza e del mercato e l’Autorità per l’energia elettrica il gas e il sistema idrico, firmato il 29 ottobre 2014;

VISTO il provvedimento del 28 ottobre 2014, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società Enel Energia S.p.A.;

VISTI i provvedimenti del 11 febbraio e 5 maggio 2015, con i quali, 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 i provvedimenti in data 18 giugno e 29 luglio 2015, con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in accoglimento delle istanze in tal senso presentate dalle Parti;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Enel Energia S.p.a. (di seguito anche Enel Energia o EE), in qualità di professionista, ai sensi del Codice del Consumo. La società opera nella vendita e nel vettoriamento di energia elettrica e di gas naturale. Il professionista ha realizzato in Italia nel 2014 un fatturato di circa 9,5 miliardi di euro¹ e un utile di circa 160 milioni di euro.

2. Enel Spa è la società holding del gruppo Enel.

3. Federconsumatori, Codacons, Tutela Noi Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino e Codici Onlus – Centro per i Diritti del Cittadino, in qualità di segnalanti e/o a seguito di istanza di partecipazione a titolo di associazioni rappresentative di consumatori.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il presente provvedimento concerne i comportamenti posti in essere dalla società Enel Energia, nella qualità di professionista, consistenti:

A) nell'attivazione non richiesta di rapporti commerciali di fornitura di energia elettrica finalizzate all'acquisizione di clientela sul mercato libero;

B) nell'attivazione non richiesta di rapporti commerciali di fornitura di gas naturale finalizzate all'acquisizione di clientela sul mercato libero;

C) nella conclusione, dopo il 13 giugno 2014, di contratti a distanza e fuori dai locali commerciali, in possibile violazione dei diritti attribuiti al

¹ Il fatturato complessivo del 2014 del professionista, di circa 9,5 miliardi di euro, deriva per circa 3,5 miliardi di euro dalla vendita di energia elettrica, di cui circa 3,3 miliardi a clienti del mercato libero, per una quantità di energia assorbita per oltre due terzi da clienti *mass market*. È invece di circa 1,8 miliardi di euro il fatturato del 2014 per vendite di gas a clienti *mass market* per l'erogazione di circa 3 miliardi di metri cubi di prodotto. Infine nel 2014 ammontano a circa 3,7 miliardi i ricavi per vettoriamento di energia elettrica e a circa 0,5 miliardi quelli per vettoriamento di gas (Dati tratti dal bilancio dell'esercizio 2014).

consumatore dalle disposizioni introdotte nel Codice del Consumo dal D.Lgs. n. 21/2014.

5. In particolare, quanto ai comportamenti *sub* A) e B), pur in assenza di un contatto con il consumatore, di qualsiasi sottoscrizione del modulo di offerta o di una corrispondente manifestazione di volontà, EE avrebbe ritenuto perfezionato il contratto, attivando la fornitura di energia elettrica e/o di gas naturale e richiedendone il pagamento in relazione ai consumi effettuati. In molti di tali casi, l'utente avrebbe scoperto di essere diventato cliente della società Enel Energia tramite una lettera del professionista o un suo messaggio SMS sul telefono cellulare, o la ricezione di una bolletta o una comunicazione di avvenuto recesso da parte del precedente fornitore.

Inoltre, nell'ambito della vendita dei servizi di fornitura - sia tramite visite a domicilio che mediante contatti telefonici a distanza - gli agenti incaricati per conto di EE non informerebbero in modo chiaro e comprensibile i consumatori circa l'identità del professionista, lo scopo della visita o della telefonata, la natura delle obbligazioni nascenti dalla sottoscrizione della proposta, le caratteristiche e il prezzo dell'offerta. In particolare, le modalità di contrattualizzazione adottate risultano idonee a limitare notevolmente la capacità di prendere una decisione consapevole, in considerazione della complessità dell'offerta commerciale e delle significative asimmetrie informative che contraddistinguono il settore.

6. Avuto riguardo al comportamento *sub* C), per i contratti conclusi dopo il 13 giugno 2014, EE avrebbe adottato procedure di conclusione dei contratti che non garantirebbero la libera scelta della forma in cui viene accettata la conferma del contratto per telefono né la messa a disposizione del consumatore del supporto durevole ove è memorizzata la registrazione telefonica contenente la proposta del contratto e del supporto durevole contenente la conferma della registrazione della propria accettazione. Il professionista, inoltre, non consegnerebbe il modulo per l'esercizio del diritto di ripensamento prima della nascita del vincolo contrattuale.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

7. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 28 ottobre 2014 è stato avviato il procedimento istruttorio n. PS9769 nei confronti del professionista Enel Energia S.p.A. e della controllante Enel S.p.A. per possibile violazione

degli artt. 20, 21, 22, 24, 25 e 26 lettere *b)*, *c)* e *f)*, del Codice del Consumo, comunicato ai due professionisti e alle associazioni di consumatori segnalanti Federconsumatori, Condacons e Tutela Noi Consumatori. In data 14 e 20 maggio 2015, sono state accolte anche le istanze di partecipazione avanzate, rispettivamente, dalle associazioni di consumatori Movimento Difesa del Cittadino e Codici Onlus – Centro per i Diritti del Cittadino.

8. Al fine di acquisire elementi utili alla valutazione delle fattispecie oggetto di esame, in data 4 novembre 2014 sono stati svolti accertamenti ispettivi, nella sede di Enel Energia, la quale ha poi fornito in data 13 novembre 2014 e 12 febbraio 2015 l'ulteriore documentazione richiesta in sede ispettiva.

9. In data 18 dicembre 2014, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista Enel Energia ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza dell'11 febbraio 2015 con decisione comunicata ai professionisti in data 16 febbraio 2015, sul presupposto dell'interesse all'accertamento dell'eventuale infrazione da parte dell'Autorità e dell'inidoneità dei citati impegni a rimuovere i profili di scorrettezza delle condotte contestati nella comunicazione di avvio del procedimento.

10. Con successivo atto del 16 febbraio 2015, è stata comunicata alle Parti l'estensione oggettiva del procedimento per la possibile violazione degli articoli 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55 e 66 *quinquies* del Codice del Consumo, avuto specifico riguardo alle modalità in concreto adottate da EE per la conclusione e l'esecuzione dei contratti negoziati fuori dai locali commerciali e a distanza.

11. Enel Energia ha presentato memorie difensive in data 17 dicembre 2014, 2 aprile e 10 settembre 2015 ed è stata sentita in audizione in data 10 febbraio, 15 maggio e 13 luglio 2015. La capogruppo Enel S.p.A. ha presentato in data 23 gennaio 2015 una propria memoria difensiva nella quale ha contestato il proprio coinvolgimento.

12. In data 19 maggio 2015 è stata sentita in audizione l'associazione Federconsumatori, la quale ha presentato una propria memoria in data 14 luglio 2015.

13. In data 31 luglio 2015 è stata inviata alle Parti, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, la comunicazione di chiusura dell'istruttoria il cui termine è stato fissato al 10 settembre 2015.

14. Il professionista è stato quindi sentito in audizione il 3 settembre ed ha depositato una memoria finale in data 10 settembre 2015.

15. In data 11 settembre sono stati richiesti i pareri di rito all’Autorità per l’Energia Elettrica, il Gas ed il Sistema Idrico e all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

III.2. Le evidenze acquisite

III.2.1. Premessa

III.2.1.1 Mercati interessati dalle condotte e imputabilità delle stesse

16. Enel Energia opera nella vendita di energia elettrica e di gas naturale sul mercato libero, sia a grandi clienti che ai clienti del c.d. *mass market*, e sono in particolare oggetto del presente procedimento le condotte tenute dal professionista nei confronti di quest'ultima categoria di acquirenti. Il professionista rappresenta il primo operatore del mercato libero dell’energia elettrica e il terzo del mercato libero del gas naturale².

17. In particolare³, nel corso del 2013, nel mercato libero dell’energia elettrica EE ha incrementato la propria base clienti di circa settecentomila nuove forniture servendo 5,1 milioni di clienti, con un erogato complessivo di circa 39,8 miliardi di KWh, costituito per oltre il 70% da vendite a clienti *mass market*; sempre nel 2013 ha acquisito centomila forniture nel mercato libero del gas naturale raggiungendo circa 3,3 milioni di clienti con un erogato complessivo di circa 4,1 miliardi di metri cubi, costituito per oltre l’80% da vendite a clienti *mass market*.

Nel corso del 2014, ha registrato un incremento di circa settecentomila forniture nel mercato libero dell’energia elettrica rispetto all’anno precedente nonché duecentomila forniture nel mercato del gas naturale.

18. Dalle evidenze acquisite all’istruttoria non risulta che la capogruppo Enel S.p.A. abbia esercitato alcuna influenza sulla politica commerciale della società controllata Enel Energia né che le abbia fornito istruzioni specifiche circa le concrete condotte commerciali da tenere sul mercato.

III.2.1.2. Canali di vendita teleselling e porta a porta

19. Su entrambi i mercati della vendita sul mercato libero di energia elettrica e di gas naturale, la conclusione dei nuovi contratti di fornitura viene

² Dato risultante in base ai bilanci ordinari dell’esercizio ed alla Relazione annuale AEEGSI del 31 marzo 2015.

³ Dati tratti dai bilanci ordinari dell’esercizio 2013 e dell’esercizio 2014.

principalmente realizzata da EE sulla base di appositi contratti di appalto di servizi e/o di agenzia, utilizzando imprese terze che contattano con proprio personale i possibili clienti per via telefonica (c.d. “*teleselling*”)⁴ o attraverso incaricati che si recano di persona presso i possibili clienti (c.d. vendite “*porta-a-porta*”)⁵, oltre che attraverso i c.d. “Punti Enel Negozi *Partner*” (“PENP”), punti fisici di vendita gestiti da terzi⁶.

20. EE utilizza una procedura strutturata per la selezione delle imprese di *teleselling*, delle agenzie e dei punti vendita⁷ e cura direttamente la preparazione di agenti, operatori di *teleselling* e addetti ai punti vendita, attraverso formazione e affiancamenti da parte dei propri addetti e con piattaforme informatiche di addestramento.

21. In particolare EE adotta un sistema articolato di formazione ed aggiornamento, basato principalmente su un archivio informativo accessibile on-line, denominato “*My Village*”⁸, messo a disposizione di tutti i propri collaboratori, interni ed esterni, attraverso il quale agenzie, *Smart Agent* e *teleseller* possono reperire ogni tipo di documentazione ed informazione per la propria attività*⁹. Attraverso il suddetto archivio informativo on-line sono anche consultabili le istruzioni impartite da EE, volte ad indicare ad agenti e *call centre* le corrette modalità di svolgimento dei propri incarichi¹⁰.

22. Il professionista ha anche predisposto un “*Codice di comportamento per gli operatori che gestiscono i contatti con la clientela finale*”, che fa parte integrante dei contratti con i *partner*, in cui sono individuate regole di

⁴ Il *teleselling* avviene principalmente attraverso il canale telefonico in uscita (c.d. “*teleselling outbound*”), mediante chiamate effettuate da operatori esterni che agiscono in nome e per conto di EE, ma anche per mezzo del canale telefonico in entrata (c.d. “*teleselling inbound*”), attraverso la ricezione di chiamate effettuate da potenziali clienti ad un numero verde (*call center*).

⁵ Le vendite porta a porta sono realizzate da agenzie indipendenti, che effettuano attraverso propri incaricati la vendita in nome e per conto di EE, oltre che attraverso persone fisiche o ditte individuali che agiscono tramite appositi contratti di agenzia alle dirette dipendenze di EE (c.d. “*Smart Agent*” e incaricati diretti alla vendita).

⁶ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell’indice del fascicolo.

⁷ EE chiarisce che per la contrattualizzazione di agenzie e punti vendita opera una preselezione attraverso i propri addetti territoriali e una successiva verifica attraverso la unità aziendale che conclude i contratti, con valutazioni che vertono su parametri di esperienza commerciale e di qualità (solidità economico-finanziaria, sistema di formazione interna, sistema di qualità aziendale e strumenti interni atti a garantire la qualità delle acquisizioni).

⁸ EE specifica di avere impiegato un cospicuo numero di ore delle proprie risorse per il supporto formativo della rete e di avere sostenuto un costo importante per l’utilizzo e l’aggiornamento della piattaforma informatica per la rete “*My Village*”.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁹ Cfr. docum. “*Manuale_ formazione[1]*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo, in cui si descrive il sito “www.my-Village.it” [omissis].

¹⁰ Cfr. documenti “*Sales_Code[1]*” e “*La Compliance Commerciale - start up TLS*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

comportamento dei venditori¹¹, alla cui violazione sono ricondotte altrettante penali economiche¹².

23. Inoltre EE ha costituito una unità organizzativa “*Compliance Commerciale & Sales Claims*” autonoma rispetto alle unità di *business*, dedicata alla verifica della conformità dei processi commerciali alla normativa vigente¹³. Tale unità è competente dal 2011 per tutta la gestione dei reclami di vendita, che esercita insieme al controllo dell'operato dei *partner*¹⁴ nelle fasi di contatto, acquisizione e gestione dei clienti; su tali basi, in caso di “*non conformità*” riscontrata, indica la contestazione da effettuare al *partner* e la sanzione economica correlata alle unità di *business* di EE che si occupano della gestione dei rapporti con i *partner*, le quali decidono come intervenire.

III.2.2. Procedure di vendita nel canale porta-a-porta

III.2.2.1. Procedura di contrattualizzazione e attivazione nel canale porta-a-porta

a) Proposta contrattuale e sottoscrizione del "modulo di adesione" (MDA)

24. Attraverso il canale agenziale, EE propone ai possibili clienti di aderire alla propria proposta contrattuale per la fornitura di energia elettrica e/o gas mediante la sottoscrizione di un “modulo di adesione” (in seguito anche MDA).

25. Nelle proprie condizioni generali, EE prevede che il contratto si conclude per adesione quando il cliente, attraverso i canali di vendita, aderisce alla sua proposta commerciale, ma condiziona in ogni caso la fornitura all'esito positivo di una serie di verifiche su precedenti morosità e sull'affidabilità creditizia del cliente, che si impegna a svolgere entro 60 giorni dalla data di

¹¹ In particolare, ad esempio, è previsto che sui kit contrattuali da proporre ai possibili clienti venga riportato un codice identificativo distintivo che consente di individuare il responsabile di un eventuale comportamento scorretto.

¹² EE ha precisato nelle proprie memorie difensive che gli importi delle penali sono stati recentemente oggetto di modifica (luglio 2014 per le agenzie e novembre 2014 per i *teleseller*), in ragione della diversificazione delle attività di vendita di EE: sono state quindi introdotte penali di importo diverso per la vendita di commodity, servizi a valore aggiunto e prodotti di efficienza energetica.

¹³ Tale unità è suddivisa in tre uffici: *i)* “*Compliance Management and Risk Prevention*” per il monitoraggio di comportamenti scorretti dei *partner*; *ii)* “*Sales Claims Management and Quality Control*” che gestisce i reclami attinenti al processo di vendita, proponendo le azioni previste dal contratto in caso di accertata responsabilità del canale interessato; *iii)* “*Compliance Planning and Reporting*” che aggiorna le regole interne di *compliance* e ne cura la diffusione con attività di formazione.

¹⁴ EE precisa che tale controllo viene effettuato attraverso una diversificata serie di strumenti: affiancamenti diretti del personale commerciale del *partner*, *mystery call* o *mystery visit*, interviste ai clienti, ascolti in doppia cuffia, ascolti da remoto in diretta, verifiche documentali, etc.

conclusione del contratto; EE si impegna ad attivare la fornitura entro 120 giorni dalla conclusione del contratto, riservandosi la facoltà di comunicare l'eventuale impossibilità o il ritardo con il quale darà seguito al contratto stesso.

26. Nelle condizioni generali di contratto e nel MDA è inoltre previsto che il cliente può esercitare il diritto di ripensamento, senza oneri, entro quattordici (dieci, prima dell'entrata in vigore del D.Lgs. n. 21/2014) giorni dalla conclusione del contratto, inviandone comunicazione mediante raccomandata con avviso di ricevimento all'indirizzo indicato nelle condizioni generali; il cliente può anticipare il proprio ripensamento entro lo stesso termine a mezzo fax, ma dovrà comunque inviare la raccomandata a fini di conferma entro le 48 ore successive alla trasmissione del fax.

27. Infine EE prevede che i propri agenti, nel caso di "*clienti residenziali e uso fornitura abitativo*", possano ricevere l'adesione alla propria proposta contrattuale anche se sottoscritta da soggetti diversi dal titolare della fornitura, qualificati come "*delegati*".

Dalla documentazione acquisita si evince che la "*delega*" e il corrispondente "*modulo di delega*" consistono in una mera dichiarazione sottoscritta dalla stessa persona indicata come "*delegato*" e non da parte del titolare della fornitura: quindi il "*delegato*" che conclude il contratto sostituendosi all'effettivo titolare e intestatario della fornitura non ne ha in realtà i poteri¹⁵. In particolare, fino a metà del 2015¹⁶ non era prevista la necessità di una espressa conferma o ratifica dell'operato del "*delegato*" da parte del titolare della fornitura.

28. Nel periodo successivo all'entrata in vigore della disciplina introdotta dal del D.Lgs. n. 21/2014, il MDA è stato leggermente modificato soprattutto per adeguare il termine previsto per esercitare il diritto di recesso da 10 a 14 giorni.

b) Controlli sui rapporti commerciali acquisiti dal canale porta-a-porta

29. Dopo l'immissione nel sistema informativo del professionista dei nuovi rapporti commerciali acquisiti, effettuata direttamente da parte della rete di vendita, EE li considera contratti perfezionati a tutti gli effetti.

30. Il professionista procede poi ad effettuare due verifiche i) la c.d. "pre-

¹⁵ Cfr. documenti "*Manuale_ formazione[1]*" e "*processo_delega[1]*" in cui si descrive il "*Processo delega*", nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

¹⁶ Cfr. memoria difensiva di EE del 10 settembre 2015, protocollo n. 0055013, doc. 651 dell'indice del fascicolo.

verifica contrattuale” su completezza e regolarità dei dati; ii) la telefonata di controllo c.d. “Quality Call”.

In base a queste due verifiche il professionista procede ad annullare un significativo numero di MDA al fine di *"evitare l'attivazione di un contratto che potrebbe poi essere oggetto di reclamo per disconoscimento o inganno da parte del cliente finale"*¹⁷.

31. Secondo quanto precisato da EE, la c.d. *“pre-verifica contrattuale”* consiste in una analisi di quelli che il professionista considera già *“contratti sottoscritti”*, per *“controllare la presenza delle firme”* e la completezza dei dati propedeutici all’attivazione; a seguito di tale analisi, *“nel caso di non conformità, il contratto viene immediatamente annullato”*.

32. La c.d. *“Quality Call”* (in seguito anche QC) è una chiamata finalizzata a verificare l'effettiva ed espressa volontà del cliente in merito al contratto di fornitura e i dati in esso contenuti, che è effettuata da un team in *outsourcing* diverso dai *partner* commerciali che si occupano della vendita, per *tutti* i MDA sottoscritti fuori dai locali commerciali; la telefonata, oggetto di registrazione se il destinatario acconsente, viene effettuata secondo uno *script* predefinito, mediamente entro sei giorni dal caricamento a sistema del MDA.

Se, in fase di chiamata, il consumatore disconosce la firma apposta sul MDA, dichiara di essere stato ingannato, evidenzia un errore tale da non permettere la validazione del contratto o semplicemente cambia la propria determinazione negoziale, l'operatore procede all'annullamento immediato della pratica contrattuale e al contestuale blocco dell'iter di attivazione; inoltre viene inviata una lettera in cui si conferma l'annullamento del rapporto commerciale (c.d. *"bye-bye letter"*) e, qualora sia presente il numero di cellulare, viene anche inviato un SMS. EE dichiara, infine, di bloccare l’attivazione quando il numero telefonico indicato risulta inesistente o non corretto.

In particolare, con riferimento ai contratti sottoscritti dal *“delegato”*, la QC può essere effettuata oltre che con l’intestatario anche con lo stesso *“delegato”* (cfr. par. 27), essendo entrambi ritenuti dal professionista idonei a validare o annullare il contratto¹⁸.

33. EE compie un certo numero di tentativi di contatto telefonico, e fino al mese di agosto 2015, nei casi in cui non riusciva a mettersi in contatto con il

¹⁷ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell’indice del fascicolo.

¹⁸ Cfr. documento *“Processo delega”*, nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

cliente per ottenere la conferma o meno del “contratto”, procedeva comunque con l'esecuzione dello stesso, “*in mancanza di una volontà espressa e contraria del cliente*”¹⁹.

34. A partire dal mese di agosto 2015, nei casi di “*non contattabilità*”, EE procede all’invio di una lettera di *caring* dedicata²⁰ a tutti i “*clienti*” che rifiutano il contatto con gli operatori di EE o che risultano irreperibili dopo i tentativi di chiamata di QC; con tale lettera EE comunica loro di avere tentato di contattarli, senza successo, per la conferma della loro volontà contrattuale e permette loro di richiedere, entro 21 giorni dalla data riportata nella stessa lettera, il blocco del processo di attivazione, contattando il numero verde della società (attraverso un canale dedicato IVR – Interactive Voice Response); in assenza di riscontro nel termine indicato, il contratto viene posto in attivazione.

35. Secondo i dati forniti dal professionista²¹, all'esito dei propri controlli EE annulla un gran numero dei nuovi "contratti": EE ha annullato in base alla pre-verifica contrattuale circa [50.000-100.000] rapporti commerciali nel 2013 e circa [10.000-50.000] rapporti commerciali tra il gennaio e il settembre 2014 nel solo canale porta-a-porta.

Ancora più elevata risulta la dimensione degli annullamenti effettuati da EE in base alla Quality Call, pari a circa [150.000-200.000] dei rapporti commerciali acquisiti dal canale porta a porta nel 2013 e a circa [100.000-150.000] dei rapporti commerciali acquisiti dal canale porta a porta nei mesi da gennaio a settembre 2014.

36. Tale dato trova conferma dalle evidenze ispettive, ed in particolare da una presentazione interna di EE del luglio 2014, contenente i risultati del monitoraggio dei principali processi delle Vendite Mass Market dei primi sei mesi del 2014 (con analisi e trend di comportamento degli ultimi 12 mesi)²², dal quale si evince che nel corso dei primi sei mesi gli annullamenti dei rapporti commerciali acquisiti dal canale agenzia erano stati circa [150.000-200.000], di cui un numero significativo in relazione alla Quality Call (circa [50.000-100.000] MDA) e alla pre-verifica contrattuale (circa [5.000-10.000]).

¹⁹ Cfr. documento “002_Causali annullamento servizi VAS[1]” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

²⁰ Cfr. memoria difensiva di EE del 10 settembre 2015, protocollo n. 0055013, doc. 651 dell’indice del fascicolo.

²¹ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell’indice del fascicolo.

²² Cfr. documento “Book_Luglio[1]” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

37. I controlli svolti dal professionista hanno, dunque, evidenziato un numero elevato di consumatori per i quali la stessa EE ha rilevato gravi carenze nei Moduli di Adesione o che hanno risposto negativamente alla verifica della prestazione di un loro consenso consapevole, che è risultato nel 2014 pari al [20-30%] dei contratti acquisiti dal canale agenziale²³.

38. In particolare, per i MDA sottoscritti dai soggetti considerati da EE come “*delegati*”, nel sistema informativo dell’impresa era previsto l’annullamento della lavorazione del contratto a seguito di QC²⁴ con causale “*Delega non autorizzata*” solo quando la chiamata andava a buon fine e il titolare della fornitura dichiarava di non voler autorizzare il delegato ovvero lo stesso o il “delegato” non volevano procedere con la registrazione della telefonata, mentre non era prevista alcuna specifica lavorazione e/o interruzione della lavorazione nei casi in cui non risultasse possibile effettuare la chiamata (e dunque ottenere una effettiva ratifica da parte del titolare della fornitura).²⁵

39. Come chiarito dal professionista²⁶, dopo le verifiche interne EE invia il kit contrattuale con la indicazione della possibilità di recedere. Dato che i vettori utilizzati da EE non sono in grado di tracciare l’avvenuta consegna, EE ha stabilito una data convenzionale entro la quale il consumatore può esercitare il diritto di ripensamento. In particolare “*EE ha stabilito in 20 giorni lavorativi (26-28 effettivi) a partire dalla acquisizione dell’ordine il termine per l’esercizio del diritto al ripensamento e per l’invio da parte di EE della richiesta di switching (che EE fa fra il 20 e il 30 del mese). (..) In ogni caso EE accetta i ripensamenti e i reclami, anche telefonici, fino a quando non riceve la risposta di conferma del distributore, che arriva in genere pochi giorni dopo la richiesta di EE. In alcuni casi il tempo effettivo a disposizione del cliente si allunga se la scadenza del periodo di ripensamento cade nei primi giorni del mese, diverso tempo prima della richiesta di switching (che EE fa fra il 20 e il 30 del mese)*”.

²³ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell’indice del fascicolo.

²⁴ Cfr. documento “*quality_call[1]*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo, in cui si identifica lo stato di sospensione della offerta denominato “QC DELEGA/VERIFICA FIRMA”, che viene descritto come “*Chiamata volta a contattare il cliente per verificare: i) la correttezza della delega; ii) la volontà del cliente di aderire ad Enel Energia; recuperare o verificare informazioni sull’offerta se necessarie alla chiusura*”.

²⁵ Cfr. documento “*002_Causali annullamento servizi VAS[1]*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

²⁶ Cfr. Verbale di audizione di EE del 10 febbraio 2015, doc. 475 dell’indice del fascicolo.

c) Comunicazione dell'attivazione della fornitura

40. Dopo aver ricevuto l'assenso all'attivazione da parte del distributore competente, circa un mese prima della prima bolletta, il professionista invia per posta la c.d. “*confirmation welcome letter*”, una lettera di conferma dell'avvenuta attivazione²⁷.

III.2.2.2. Rapporti con gli agenti

a) Remunerazione

41. Nei contratti stipulati con i propri agenti²⁸ EE prevede dettagliate condizioni economiche e di comportamento. In particolare la liquidazione dei compensi viene subordinata alla accettazione del contratto di fornitura da parte di EE ed alla successiva attivazione della fornitura²⁹.

42. Viene anche prevista una valutazione dell'agente (mediante il calcolo di un cosiddetto “*IVR - Indice di Vendor Rating*”), in base ai tre parametri di Puntualità, Correttezza e Qualità: la “*Puntualità*” riguarda i tempi di trasmissione dei contratti stipulati da parte dell'agente; la “*Correttezza*” riguarda i tempi di perfezionamento del contratto; la “*Qualità*” da un lato tiene conto dei reclami e delle contestazioni dei clienti finali, dei contratti acquisiti dall'agente che non vanno a buon fine o sono rifiutati da EE per cause imputabili all'agente, così come dell'esito delle Quality Call, e, dall'altro lato, include anche il mancato raggiungimento degli obiettivi di produttività; l'agente ha dunque la possibilità di perseguire un livello elevato di “*Qualità*” sia attraverso la correttezza verso il consumatore, sia puntando al raggiungimento degli obiettivi di vendita. Risultati negativi dell'indice complessivo di Vendor Rating (IVR), o di uno degli indici parziali sono considerati un grave inadempimento contrattuale che legittima la preponente a risolvere di diritto il contratto.

²⁷ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo.

²⁸ Cfr. documenti “*LIVE ENERGY SRL - 8400063936*” e “*8400064463 - CONSEED*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

²⁹ Infatti l'articolo 7.3 delle condizioni prevede che l'accettazione dei contratti conclusi dall'Agente è riservata all'insindacabile giudizio della preponente all'esito delle verifiche effettuate dopo il ricevimento degli stessi; inoltre l'articolo 12. delle stesse condizioni contrattuali prevede che il pagamento dell'intero compenso avvenga come anticipo “salvo buon fine” nel momento in cui il contratto di fornitura viene ricevuto e che lo stesso venga poi normalmente liquidato nella misura dell'anticipo erogato nel caso di attivazione della fornitura, mentre nel caso di contratti non eseguiti viene previsto il diritto al recupero delle somme versate a titolo di anticipo per le quali siano successivamente state accertate – a insindacabile giudizio di EE – circostanze che ne determinano l'invalidità. Inoltre è stabilito il diritto di EE di stornare la provvigione in caso di mancato pagamento del cliente o di accrediti di qualsiasi natura a favore del cliente.

b) Sanzioni e Penali

43. Nei contratti con gli agenti è prevista una clausola penale che prevede, tra l'altro, addebiti all'agente per segnalazioni scritte pervenute da clienti e/o potenziali clienti.

44. Fino al 2014³⁰ nella clausola penale venivano specificamente previste in una apposita tabella le penali associate alle singole situazioni di “*non conformità*” (con importo raddoppiato se le “*non conformità*” erano accertate in base a verifica di EE rispetto all'importo previsto nel caso di accertamento in base a reclamo scritto ritenuto fondato), individuando fra l'altro, in ordine crescente di gravità e di penalizzazione, le seguenti situazioni di “*non conformità*”:

i) “*operatività*”, a sua volta distinta nelle ipotesi di materiale pubblicitario non autorizzato, utilizzo di modulistica o sua compilazione non conforme e mancato o ritardato rilascio o invio di modulistica;

ii) “*inganno*”, a sua volta distinta nelle ipotesi di mancata qualificazione come incaricato Enel Energia, incompleta o errata descrizione dell'offerta e/o del prezzo, informazioni false sui concorrenti, comparazioni non autorizzate di offerte, mancata esposizione delle regole del mercato libero e altri casi di consenso carpito con inganno;

iii) “*mancato consenso*”, a sua volta distinta nelle ipotesi di consenso falsificato, consenso da cliente “*incapace*” e consenso da terzo non autorizzato.

45. La clausola penale è stata modificata alla fine del 2014³¹ con l'adozione di una formulazione più sintetica e generica rispetto al modulo contrattuale precedente, prevedendo per ogni risultato delle verifiche della preponente oppure per ogni lamentela scritta pervenuta da parte di clienti e/o potenziali clienti da cui emergano “*non conformità*” una penale fissa di importo pari a quanto era precedentemente previsto per la situazione di “*inganno*” e stabilendo il raddoppio della penale in caso di segnalazione scritta pervenuta da parte di clienti corredata da denuncia, querela o esposto presentati all'Autorità Giudiziaria.

46. Quanto alla effettiva applicazione delle penali previste da contratto, va rilevato che le stesse non sempre vengono addebitate all'agente³² soprattutto

³⁰ Cfr. documento “*LIVE ENERGY SRL - 8400063936*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

³¹ Cfr. documento “*8400064463 - CONSEED*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

³² Cfr. cartelle di documenti “*vendor rating VMM*” e “*Comunicazioni verbali*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

in ragione di una specifica previsione contrattuale relativa ad un parametro di incentivazione della qualità cosiddetto “IVR - *Indice di Vendor Rating*”³³.

47. In particolare, le penali non sono addebitate all’agente nel caso questi abbia comunque raggiunto un risultato positivo nel c.d. “IVR”³⁴.

Sono stati infatti acquisiti non solo esempi delle lettere con le quali viene effettivamente comunicata all’agente l’applicazione della penale, ma anche esempi di lettere in cui tale penale non è applicata in considerazione dell’IVR.

In queste ultime, dopo aver informato l’agente di aver rilevato “*l’adozione di comportamenti scorretti, riscontrati in occasione di attività di verifica derivanti da specifiche segnalazioni ricevute da parte di clienti nel mese*” allegando un prospetto delle relative penali, ed aver sottolineato “*che l’attività di promozione delle nostre offerte commerciali in maniera difforme rispetto alle disposizioni impartite e a quanto espressamente previsto in Contratto costituisce non soltanto una gravissima violazione degli obblighi contrattuali, ma anche un fatto di cui sarete esclusivi responsabili, sotto ogni profilo, sia nei confronti di nostri Clienti, che di società nostre concorrenti e di ogni altro terzo*”, si afferma: “*Tuttavia, a fronte del positivo risultato raggiunto per l’IVR non saranno applicate le penali che sarebbero dovute ai sensi dello stesso contratto*” e, in conclusione, l’agente viene invitato “*ad adottare tutte le misure necessarie per impedire - in maniera efficace e permanente - il ripetersi dei fenomeni in questione*”³⁵.

Inoltre, dalla scheda riepilogativa³⁶ della trattazione di un reclamo - inviato dal consumatore anche per conoscenza all’Autorità – si evince la pratica di non addebitare agli agenti le penali previste dal contratto. Nella scheda infatti si individua la clausola penale prevista da contratto come “*Fascia B*” e

³³ Cfr. documenti 8400064463 – CONSEED e LIVE ENERGY SRL - 8400063936 (entrambi contratti di agenzia) nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo. La relativa clausola così recita:

“*Al fine di incentivare la qualità dei canali di vendita e di ridurre i comportamenti scorretti che generano le segnalazioni dei clienti si prevede un sistema di incentivazione, correlato sia al valore dell’Indice di Vendor Rating complessivo (IVR) mensile che agli indici relativi alle singole Categorie, misurati mensilmente e riferiti al mese n-1, con effetti come di seguito illustrati sul calcolo delle sole penali correlate alle segnalazioni dei clienti:*

- *in caso di IVR \geq [omissis] non saranno applicate le suddette penali;*
- *in caso di IVR $<$ [omissis] sarà applicato un incremento del [omissis]% all’importo complessivo delle suddette penali;*
- *in tutti i restanti casi, non considerati nelle condizioni di cui sopra, sarà applicato l’intero importo delle suddette penali”.*

³⁴ Cfr. documento “UNIT GROUP SRL” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

³⁵ Cfr. cartella “notifiche penali” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

³⁶ Cfr. documento “Verbale di verifica” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

si evidenzia la “*Penale a Sistema*” di [100-500] euro, confermata nello stesso importo come “*Penale Approvatore*”, mentre viene indicato in ZERO euro l’importo della penale comunicata all’agente “*Penale Lettera (UGC)*” e di quella effettivamente addebitata “*Penale in Fattura (UGC)*”.

III.2.3. Criticità nelle condotte adottate per la contrattualizzazione nel canale porta-a-porta: le segnalazioni e gli ulteriori riscontri emersi

III.2.3.1. Acquisizione di rapporti commerciali e attivazione di forniture non richiesti

48. Nelle segnalazioni acquisite agli atti, pervenute negli anni 2013, 2014 e 2015, molti consumatori lamentano che il professionista avrebbe considerato conclusi contratti di fornitura di energia elettrica e di gas senza avere acquisito il loro consenso all’attivazione delle forniture.

49. I segnalanti lamentano infatti di avere appurato di essere stati a propria insaputa acquisiti da EE come clienti per la fornitura di gas e/o di energia elettrica, in quanto il professionista avrebbe attivato la fornitura in assenza di qualsiasi sottoscrizione o manifestazione di volontà in tal senso o in virtù di firme contestate come false. In particolare i segnalanti lamentano di essersi resi conto di essere diventati clienti della società EE - tramite una lettera del professionista o un suo messaggio SMS sul telefono cellulare, o la ricezione di una bolletta o una comunicazione da parte del precedente fornitore – pur non avendo mai avuto alcun contatto con il professionista e lamentano di essere stati spostati dal regime di “maggior tutela” al “mercato libero”³⁷. A fronte di richieste di chiarimenti alla società Enel Energia alcuni segnalanti hanno scoperto che qualcuno avrebbe apposto firme false sui moduli negoziali³⁸. In alcuni casi si lamenta che il contratto sarebbe stato volturato a seguito di un incontro dell’agente con una persona diversa dall’intestatario della fornitura, nonostante la precisa richiesta di quest’ultima di richiamare o di ripassare per parlare con l’intestatario del contratto³⁹.

50. La fondatezza delle segnalazioni pervenute all’Autorità e acquisite al fascicolo del procedimento è riconosciuta dal professionista, che ha prodotto

³⁷ Cfr. le segnalazioni prott. 11886/2014, doc. 244 dell’indice del fascicolo, 17103/2014, doc.270 dell’indice del fascicolo, 17871/2014, doc. 276 dell’indice del fascicolo, 40255/2014, doc.354 dell’indice del fascicolo, 58227/2014, doc. 431 dell’indice del fascicolo, 19820/2015, doc.491 dell’indice del fascicolo, 15992/2015 doc.473 dell’indice del fascicolo, 45230/2015, doc. 611 dell’indice del fascicolo.

³⁸ Cfr. da ultimo segnalazione prot. 51242/2015, doc. 632 dell’indice del fascicolo.

³⁹ Cfr. segnalazioni prott. 14465/2014, doc. 257 dell’indice del fascicolo, 50808/2015, doc. 631 dell’indice del fascicolo.

al riguardo una propria analisi, nella quale rappresenta che tali segnalazioni riguardano circa 200 clienti che si sono lamentati di condotte riconducibili all'oggetto del procedimento, dei quali 168 hanno inviato a EE un "*reclamo per attivazione non richiesta*". Riguardo a questi 168 segnalanti (di cui 25 si lamentano di comportamenti antecedenti al periodo coperto dall'istruttoria), il professionista precisa che:

- in 63 casi il contratto oggetto di reclamo non è mai stato attivato, o in ragione dell'efficace blocco operato dalla Quality Call;
- 83 casi sono stati considerati fondati ai sensi della regolazione vigente in materia di contratti non richiesti (delibera AEEGSI 153/12), ovvero secondo le procedure di EE e gestiti con il ripristino della fornitura al precedente fornitore (o la cessazione alla prima data utile) e l'applicazione di un prezzo ridotto;
- solo 22 casi che sono stati respinti, sono considerati infondati, ai sensi della succitata delibera 153/12, perché presentati fuori dai termini normativamente indicati ai clienti per la presentazione del reclamo, ovvero, se antecedenti all'entrata in vigore della delibera, per le causali previste dalla procedura di gestione interna di EE.

51. La fondatezza delle segnalazioni pervenute all'Autorità e acquisite al fascicolo del procedimento è stata riconosciuta dal professionista anche riguardo alle segnalazioni pervenute all'Autorità da consumatori che non hanno inviato a EE un "*reclamo per attivazione non richiesta*", le cui richieste risulterebbero essere state tutte accolte, salvo tre di esse in quanto presentate oltre i termini.

52. Inoltre, anche dalla ulteriore documentazione acquisita agli atti risulta che EE ha proceduto ad annullare un significativo numero di MDA complessivamente raccolti - sia tramite il canale "*Agenzie*" che tramite il canale "*Smart Agent*" - proprio in ragione dell'assenza di una volontà del consumatore. Al riguardo, da una presentazione interna contenente i risultati del monitoraggio dei principali processi delle Vendite Mass Market dei primi sei mesi 2014 con analisi e trend di comportamento degli ultimi 12 mesi⁴⁰, emerge un significativo numero di annullamenti delle MDA acquisite dal canale agenziale nei primi sei mesi del 2014 (circa [100.000-200.000]). Fra le principali cause di annullamento nel canale porta-a-porta vi sono: la totale assenza di firme sui MDA (corrispondente a [5.000-10.000] MDA e pari al [1-5%] degli annullamenti); disconoscimento della firma in sede di QC (pari

⁴⁰ Cfr. documento "*Book_Luglio[1]*" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

a [5.000-10.000] MDA e al [1-5%] degli annullamenti); deleghe non autorizzate dal titolare della fornitura (pari a [1.000-5.000] MDA e al [1-5%] degli annullamenti)⁴¹, disconoscimento conseguente a reclamo scritto (pari a [100-500] MDA e al [inferiore all'1%] degli annullamenti).

53. Infine, da un report sui reclami ricevuti e gestiti nel periodo gennaio 2013/luglio 2014⁴² risulta che relativamente al canale agenziale il professionista riceveva circa [omissis] reclami mese (pari ad oltre il 50% dei reclami totali) classificati con causale “disconoscimento” (un numero superiore di reclami con la medesima causale viene attribuito ad un canale non identificato).

III.2.3.2 Acquisizione di rapporti commerciali e attivazione di forniture sulla base di un consenso non pienamente consapevole o a condizioni diverse da quelle prospettate

54. Dalle segnalazioni acquisite agli atti, pervenute negli anni 2013, 2014 e 2015, emerge che il professionista avrebbe considerato conclusi contratti di fornitura di energia elettrica e di gas senza acquisire in maniera corretta il consenso all'attivazione delle forniture di cui trattasi da parte dei consumatori che contatta attraverso i suoi agenti. I segnalanti lamentano, infatti, di avere aderito ad offerte contrattuali del professionista in modo non pienamente consapevole ovvero a fronte di informazioni ingannevoli.

55. Dalle denunce emerge che gli incaricati del professionista tramite il canale delle agenzie porta a porta imputerebbero come conclusi contratti di fornitura di elettricità e di gas a volte anche carpando con metodi aggressivi i dati necessari all'attivazione della fornitura, ricavabili dalle fatture dei consumatori. Alcuni contratti sarebbero stati conclusi a seguito di visite a domicilio da parte di agenti del professionista, durante le quali gli stessi, dichiarando di dovere svolgere dei controlli o promettendo l'applicazione di un piano tariffario più vantaggioso, avrebbero richiesto con insistenza ai consumatori di acquisire i dati identificativi delle utenze, a volte esigendo l'esibizione delle bollette o la visione dei contatori, e avrebbero invitato a volte a firmare il contratto affermando che si trattava solo di moduli da sottoscrivere per ottenere rimborsi o sconti o per altre finalità di carattere

⁴¹ Si ricorda che per i MDA sottoscritti da “delegati” fino all'agosto del 2015 la dichiarazione del sedicente delegato veniva sempre considerata valida per vincolare il titolare della fornitura salvo il solo caso di disconoscimento espresso nella QC.

⁴² Cfr. documento “Report Reclami vendita - settembre 2014” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

informativo⁴³; in alcuni casi si lamenta che con tali modalità il contratto sarebbe stato volturato a seguito di un contatto con una persona diversa dall'intestatario della fornitura⁴⁴. Alcuni segnalanti lamentano che durante la visita dell'agente sarebbe stata loro prospettata la possibilità di ottenere sconti o comunque vantaggi economici in un semplice cambio di tariffazione senza chiarire che in realtà il cambio di tariffazione proposta implicava il cambio del fornitore di energia e/o gas⁴⁵. Alcuni segnalanti ancora lamentano di essere stati informati solo parzialmente in merito alle caratteristiche dell'offerta prospettata dagli agenti, e di aver aderito pertanto a contratti diversi da quelli poi realmente attivati dal professionista, principalmente in termini di convenienza del nuovo costo rispetto a quello della fornitura di provenienza⁴⁶. Nelle segnalazioni si lamenta, inoltre, che gli agenti porta a porta del professionista si sarebbero presentati genericamente come "Enel" inducendo in confusione gli utenti e lasciando credere che si trattasse della società che gestisce i clienti in regime di maggior tutela⁴⁷. Alcuni segnalanti lamentano di essere stati indotti in errore in base a informazioni fuorvianti fornite a proposito del proprio attuale fornitore⁴⁸, o di essere stati indotti in errore anche dal personale dell'assistenza telefonica di EE al quale si sono rivolti per assicurarsi circa il buon esito del proprio esercizio del diritto di ripensamento⁴⁹.

56. In particolare, in merito alla riconoscibilità degli agenti, in alcune segnalazioni⁵⁰ si dà atto dell'utilizzo di tesserini recanti il solo marchio

⁴³ Cfr. segnalazioni prott. 15163/2013, doc.34 dell'indice del fascicolo, 17557/2013, doc.49 dell'indice del fascicolo, 14465/2014, doc. 257 dell'indice del fascicolo, 14936/2014 doc. 258 dell'indice, 15811/2014, doc.260 dell'indice del fascicolo,16396/2014, doc. 262 dell'indice, 16942/2014 doc.269 dell'indice del fascicolo, 42123/2015, doc. 603 dell'indice del fascicolo, 42941/2015, doc. 605 dell'indice del fascicolo, 45712/2015, doc. 614 dell'indice del fascicolo, e 46247/2015, doc. 615 dell'indice del fascicolo.

⁴⁴ Cfr. segnalazioni prott. 14465/2014, doc. 257 dell'indice del fascicolo, e 43436/2015, doc. 607 dell'indice del fascicolo.

⁴⁵ Cfr. segnalazione prott. 15163/2013, doc.34 dell'indice del fascicolo, 52728/2013, doc. 219 dell'indice del fascicolo, 11886/2014, doc. 244 dell'indice del fascicolo, 15811/2014, doc.260 dell'indice del fascicolo, 58221/2014, doc. n.430 dell'indice del fascicolo, 58493/2014, doc. 434 dell'indice, 59027/2014 doc. 441 dell'indice del fascicolo, e 50761/2015, doc. 630 dell'indice del fascicolo.

⁴⁶ Cfr. segnalazioni 15596/2013, doc.41 dell'indice del fascicolo, e 37541/2015, doc. 587 dell'indice del fascicolo.

⁴⁷ Cfr. segnalazioni prott. 15163/2013, doc.34 dell'indice del fascicolo, 17557/2013, doc.49 dell'indice del fascicolo, 41868/2013 doc.154 dell'indice del fascicolo, 11886/2014, doc. 244 dell'indice del fascicolo, 13621/2014, doc. 249 dell'indice del fascicolo, 21079/2014, doc.290 dell'indice del fascicolo, 15811/2014, doc.260 dell'indice del fascicolo, 16942/2014 doc.269 dell'indice del fascicolo, 16942/201458221/2014, doc. n.430 dell'indice del fascicolo, 58493/2014, doc. 434 dell'indice, 14936/2014 doc. 258 dell'indice del fascicolo, 59027/2014 doc. 441 dell'indice del fascicolo, 59212/2014, doc. 442 dell'indice del fascicolo, 37541/2015, doc. 587 dell'indice del fascicolo, 40980/2015, doc. 594 dell'indice del fascicolo, 43029/2015, doc. 606 dell'indice del fascicolo, e 38100/2015, doc. 589 dell'indice del fascicolo.

⁴⁸ Cfr. da ultimo segnalazione prot. 51283/2015, doc. 633 dell'indice del fascicolo.

⁴⁹ Cfr. da ultimo segnalazione prot. 38100/2015, doc. 589 dell'indice del fascicolo.

⁵⁰ Cfr. segnalazioni prott. 49279/2014, doc. 387 dell'indice del fascicolo e 59027/2014 doc. 441 dell'indice del fascicolo, nonché una segnalazione della Legione Carabinieri Puglia prot. 43029/2015, doc. 606

“ENEL”, nonostante EE precisi, nella propria risposta alla richiesta di informazioni inviatale a tale riguardo dalla Legione Carabinieri Puglia, che “Enel Energia promuove la stipula di contratti, prevalentemente, attraverso agenzie (...) I soggetti appartenenti a questa fattispecie possono avere un tesserino di identificazione dove deve essere presente in modo preponderante il logo dell'agenzia e in modo meno evidente il logo di Enel Energia.”

57. Come sopra evidenziato, la fondatezza delle segnalazioni pervenute all’Autorità e acquisite al fascicolo del procedimento è stata riconosciuta dal professionista (cfr. par. 50 e 51).

58. Inoltre, dalla documentazione acquisita risulta che un significativo numero di MDA raccolti nel canale porta-a-porta tramite sia le “Agenzie” che gli “Smart Agent” è stato annullato con la causale “Qc Inganno” (registrata in sede di “Quality Call”) nonché “Inganno reclamo scritto” e “Inganno reclamo verbale”. Come si evince dalla presentazione interna di EE del luglio 2014, contenente i risultati del monitoraggio dei principali processi delle Vendite Mass Market dei primi sei mesi 2014, ed in particolare gli annullamenti dei MDA acquisiti nel canale porta-a-porta - pari rispettivamente a circa [100.000-200.000] MDA per le Agenzie e [5.000-1.000] MDA per gli Smart Agent -, con la causale “inganno in sede di QC” sono state annullate rispettivamente [10.000-20.000] MDA (pari al [5-10%] degli annullamenti) per le “Agenzie” e [100-500] MDA (pari al [5-10%] degli annullamenti) per gli “Smart Agent”⁵¹.

A fianco a tale dato rilevano comunque le altre due principali cause di annullamento registrate dal professionista nel canale porta-a-porta, ovvero la “Qc Rinuncia Cliente” (pari a [50.000-100.000] MDA e al [40-50%] degli annullamenti) e “Ripensamento” (pari a [10.000-20.000] circa MDA e al [10-20%] degli annullamenti) categorie nelle quali certamente confluiscono gran parte delle situazioni di consenso non adeguatamente formato dei consumatori.

59. Dalla documentazione acquisita agli atti relativa ai controlli di Quality Call⁵² emerge che con riferimento alla principale causale “rinuncia cliente”, che rappresenta oltre il [30-50%] degli annullamenti, l’analisi evidenzia che un’elevata percentuale di tale casistica corrisponde a “mancate o errate

dell’indice del fascicolo.

⁵¹ Cfr. documento “Book_Luglio[1]” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁵² Cfr. documento “Monitoraggio QC 2014_ActionPLAN” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo, che raccoglie le analisi sugli esiti di verifiche svolte fra il 2013 e il 2014.

informazioni in fase di vendita". Sempre da tale analisi, con riferimento ai contratti validati, emerge invece "che nel [30-40%] dei casi, l'operatore non verifica la consapevolezza del cliente".

60. Infine, dal citato un report sui reclami ricevuti e gestiti nel periodo gennaio 2013/luglio 2014⁵³ sempre relativamente al canale porta-a-porta risulta che il professionista riceveva circa [omissis] reclami mese (pari a circa il 40% dei reclami totali) che classificava con la causale "inganno" (un numero superiore di reclami con la medesima causale veniva attribuito ad un canale non identificato).

III.2.4. Procedure di vendita e acquisizione del canale teleselling

III.2.4.1. Procedura di contrattualizzazione e attivazione

a) Proposta contrattuale e raccolta del consenso con il "vocal order"

61. Attraverso il canale telefonico EE propone ai possibili clienti di aderire alla propria proposta contrattuale per la fornitura di energia elettrica e/o gas mediante la registrazione del loro assenso prestato al telefono. Dopo la descrizione dell'offerta, che non viene registrata, se il consumatore è interessato alla stessa viene effettuata la registrazione del c.d. "vocal order", fase della telefonata in cui l'operatore riepiloga i vari elementi della proposta contrattuale, chiede conferma dei dati della fornitura del possibile cliente e gli chiede di esprimere la volontà di aderire all'offerta.

62. Valgono per le vendite telefoniche le stesse condizioni generali di contratto di EE riguardo alla conclusione per adesione, condizionata all'esito positivo di una serie di verifiche, e riguardo al diritto di ripensamento entro quattordici (dieci, prima dell'entrata in vigore del D.Lgs n. 21/2014) giorni dalla conclusione del contratto.

63. Dalla lettura degli *script*⁵⁴ predisposti per la registrazione del consenso alla conclusione telefonica dei contratti si evince che non viene registrata la prima parte della conversazione, in cui viene effettivamente presentata l'offerta del professionista con tutti gli argomenti a tale scopo rappresentati dall'operatore, ma solamente la successiva parte della stessa telefonata, il c.d. *vocal order*, in cui lo stesso riepiloga al possibile cliente i vari elementi della

⁵³ Cfr. documento "Report Reclami vendita - settembre 2014" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

⁵⁴ Cfr. documenti delle cartelle "script in esercizio 29 Ottobre 2014" e "script da dicembre 2014", contenute nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

proposta contrattuale e chiede conferma dei dati della utenza e della volontà di aderire all'offerta.

64. Nella fase preliminare di presentazione dell'offerta - non registrata - viene prevista la lettura di informazioni dettagliate in merito al diritto di ripensamento: *“Inoltre se ci dovesse ripensare, le ricordo che ha 14 giorni di tempo per esercitare il diritto di ripensamento; se cambia idea, infatti potrà comunicarci il ripensamento entro 14 giorni dalla conclusione del contratto senza alcun onere. La richiesta di ripensamento deve riportare in maniera chiara e corretta l'indicazione del numero di contratto e può essere presentata direttamente presso un Punto Enel oppure inviata tramite raccomandata A/R a Enel Energia Casella Postale 1000 – 85100 - Potenza, con la possibilità di anticiparla via fax al numero 800 997 736 per le forniture GAS e a Enel Energia Casella Postale 8080 – 85100 - Potenza, con la possibilità di anticiparla via fax al numero 800 046 311 per le forniture ELETTRICHE o per entrambi i servizi all'indirizzo di posta elettronica comunicazioncliente@enelenergia.it, ferma restando la conferma da inviarsi a mezzo raccomandata entro le 48 ore successive. Se ci dovesse ripensare dopo l'attivazione del contratto, potrà inoltre esercitare diritto di recesso, senza oneri, con un preavviso di 30 giorni, secondo modalità e termini contrattualmente previsti”*.

65. In particolare, negli script è previsto che il *vocal order* venga proposto al possibile cliente esclusivamente con la frase, pronunciata prima di iniziare la registrazione: *"Se acconsente, procediamo con la registrazione per concludere direttamente al telefono il contratto di fornitura di Energia Elettrica a mezzo telefono. Possiamo continuare?"*; non viene, in particolare, richiesto in maniera espressa il consenso del consumatore ad avvalersi della registrazione della telefonata su supporto durevole in luogo dell'accettazione per iscritto, al fine di acquisire la dichiarazione di conferma dell'offerta del professionista e la conferma della accettazione da parte del consumatore.

66. Nella successiva fase - registrata - del *vocal order* per l'acquisizione del consenso alla instaurazione di un nuovo rapporto commerciale con EE, gli script prevedono informazioni più sintetiche: *“Riceverà copia del contratto concluso telefonicamente con le condizioni sottoscritte. Potrà comunque esercitare diritto di ripensamento, senza alcun onere, inviando una raccomandata A/R entro 14 giorni dalla conclusione del contratto. Successivamente potrà recedere in ogni momento, senza oneri con un preavviso di 30 giorni, secondo modalità e termini contrattualmente*

previsti”⁵⁵.

67. Inoltre, a partire dal dicembre 2014, negli *script* del *vocal order* è prevista, poco prima che si concluda la registrazione del *vocal order*, la lettura dell'avviso che è possibile "*riascoltare tutte le informazioni precontrattuali, nel rispetto del Codice del Consumo, precedentemente illustrate tramite una voce registrata di riepilogo*" e dopo la fine della registrazione del *vocal order* tale riepilogo pre-registrato viene nuovamente annunciato con la frase - fuori registrazione - "*Adesso le forniremo un riepilogo delle informazioni pre-contrattuali necessarie per valutare l'offerta che le ho proposto, resti in linea*".

68. Infine, tale riepilogo pre-registrato contiene l'avviso: "*Riceverà copia del contratto concluso telefonicamente con le condizioni sottoscritte. Può recedere tramite raccomandata entro 14 giorni dalla conclusione del contratto o successivamente, senza oneri con un preavviso di 30 giorni secondo modalità e termini contrattualmente previsti*", inserendo in una unica frase un accenno sia al diritto di ripensamento che al diritto di recesso successivo alla attivazione della fornitura, senza tuttavia fornire l'indirizzo al quale indirizzare la raccomandata per il ripensamento; alla fine dello stesso testo pre-registrato si aggiunge l'indicazione: "*Per qualsiasi informazione o segnalazione potrà contattare il servizio clienti al numero verde 800 900860 o scrivere alla casella postale 8080 – 85100 Potenza, o al fax al numero XXXX o all'indirizzo mail XXX*".

69. Una volta conclusa la registrazione del *vocal order*, EE non invia o mette comunque a disposizione del consumatore il supporto durevole ove è memorizzata la registrazione telefonica contenente la proposta del professionista.

70. A proposito delle modalità di presentazione dell'offerta, si rileva che fra i documenti formativi collocati da EE nel sistema informativo *My Village*” a disposizione di tutti i collaboratori interni ed esterni è stata rinvenuta una presentazione, intitolata "*tecniche di vendita e script*", sui meccanismi della scelta del consumatore e sugli strumenti psicologici da utilizzare per migliorare i risultati di vendita⁵⁶, rivolto soprattutto agli operatori del canale *teleselling*. In tale presentazione si insegna ad ascoltare il possibile cliente e comprendere le motivazioni psicologiche delle sue obiezioni nonché ad

⁵⁵ Nel periodo successivo all'entrata in vigore del D.Lgs n. 21/2014 gli *script* del *vocal order* sono stati leggermente modificati soprattutto per adeguare il termine previsto per esercitare il diritto di recesso da 10 a 14 giorni.

⁵⁶ Cfr. docum. "*FormazioneSalesLab*" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

educare il proprio modo di parlare e l'impostazione della propria voce per adottare diverse strategie a seconda delle categorie di interlocutore. In particolare, la presentazione fornisce una specifica formazione sul "*Consumatore irrazionale*", che illustra i fondamenti della "*economia comportamentale*"⁵⁷, evidenziando che "*gli esseri umani sono esseri irrazionali ma prevedibili*" e spiegando che "*per far entrare nella mente inconscia i nuovi messaggi, bisogna strutturarli in maniera tale che la mente conscia non li riconosca*". Vengono in particolare individuati alcuni "*bias*" cognitivi (ovvero errori sistematici) che incidono sulle modalità decisionali delle persone e le inducono a decidere senza tutti i dati o con dati irrilevanti, ovvero senza elaborare appieno i fatti o in base a calcoli imperfetti e vengono, inoltre, fornite indicazioni su come fare a utilizzare tali "*bias*" cognitivi con tecniche di comunicazione avanzate. La presentazione dà anche alcuni cenni in materia di "*programmazione neurolinguistica - PNL*" per strutturare la comunicazione ai fini di un'azione subliminale utilizzando il linguaggio appropriato al tipo psicologico dell'interlocutore e ai fini di una comunicazione persuasiva basata su tecniche di empatia e di formulazione delle espressioni, per colpire la sua mente emozionale. Infine vengono date indicazioni su come utilizzare lo script della proposta commerciale di EE e su come superare alcune obiezioni tipiche dell'interlocutore, con la raccomandazione di allenarsi a dire "*le frasi giuste, al cliente giusto, nel modo migliore ed al momento giusto*".

b) Controlli sui rapporti commerciali acquisiti dai call centre

71. Una volta acquisito il vocal order, i nuovi rapporti commerciali vengono imputati al sistema informativo aziendale di EE da parte degli agenti e ed il professionista li considera a tutti gli effetti contratti conclusi.

72. Nel canale teleselling EE procede ad effettuare un diverso strumento di verifica rispetto a quello utilizzato nel canale porta a porta, ovvero un controllo a campione di alcuni contatti telefonici, che denomina "Quality Check" o "*Quality Control*" (in seguito anche QCheck).

In particolare tale controllo consiste nel riascolto a campione di alcuni dei *vocal order*, per verificare l'aderenza allo *script* di vendita e la correttezza delle informazioni veicolate, svolto in *back office* da operatori diversi rispetto a quelli svolgono l'attività di vendita, remunerati in misura non

⁵⁷ Vengono citati i due autori Herbert Simon e Daniel Kahneman.

legata parametri basati sugli obiettivi vendita⁵⁸.

Si tratta quindi, diversamente dalla Quality Call prevista per il canale agenziale, di un controllo di qualità svolto all'interno dell'organizzazione del professionista.

73. Successivamente EE, a tutti i "clienti" acquisiti attraverso il canale *teleselling*, invia per posta una lettera di avvio del processo di attivazione (c.d. "*welcome letter*") - che EE definisce come "*una lettera di conferma inviata, unitamente al kit contrattuale, a seguito della contrattualizzazione, volta a rendere il cliente edotto in merito all'effettiva volontà manifestata in sede di sottoscrizione del contratto*"⁵⁹.

c) Comunicazione dell'attivazione della fornitura

74. Dopo aver ricevuto l'assenso all'attivazione da parte del distributore competente, circa un mese prima della prima bolletta, il professionista invia per posta la c.d. "*confirmation welcome letter*", una lettera di conferma dell'avvenuta attivazione⁶⁰.

III.2.4.2. Rapporti con i fornitori di servizi di teleselling

a) Remunerazione

75. Nei contratti stipulati con i propri *call centre*⁶¹ EE prevede dettagliate condizioni economiche e di comportamento analoghe a quelle previste per i rapporti con i fornitori di servizi di vendita porta a porta, sia per quanto riguarda la liquidazione dei compensi e la valutazione del *partner* mediante il cosiddetto "*IVR - Indice di Vendor Rating*"⁶²; anche in questo caso, il parametro della "*Qualità*" tiene conto sia dei reclami e della soddisfazione dei clienti sia anche della resa oraria, offrendo così la possibilità per il *call centre* di perseguire un livello di "*Qualità*" contemporaneamente con la

⁵⁸ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo.

⁵⁹ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo.

⁶⁰ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo.

⁶¹ Cfr. documenti "*LIVE ENERGY SRL - 8400063936*" e "*8400064463 - CONSEED*" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

⁶² In questo caso i tre parametri sono: la "*Puntualità*", che riguarda il numero di adesioni acquisite rispetto alla numerosità della lista di chiamate fornita da EE, la "*Correttezza*", che riguarda i tempi nel rendere disponibile la documentazione per il perfezionamento del contratto; la "*Qualità*", che tiene conto dei reclami dei clienti finali, così come della soddisfazione misurata con interviste ai clienti, ma include anche la resa oraria

variabile della correttezza verso il consumatore e/o con quella del raggiungimento degli obiettivi di vendita.

b) Sanzioni e Penali

76. Anche nelle condizioni contenute nei contratti con *call centre* “*Outbound*”⁶³ è prevista una clausola penale che prevede, tra l’altro, addebiti all’agente per segnalazioni scritte pervenute da clienti e/o potenziali clienti. Non vi è evidenza, invece, che sia prevista una analoga clausola penale per i *call centre* “*Inbound*”. Va rilevato che, analogamente a quanto più sopra descritto a proposito dei contratti con gli agenti per le vendite porta a porta, alla fine del 2014⁶⁴ la clausola penale è stata modificata con l’adozione di una formulazione più sintetica e generica rispetto al modulo contrattuale precedente⁶⁵.

77. Come per gli agenti, anche per i *call centre*, va rilevato che le penali previste da contratto vengono sempre calcolate⁶⁶, ma non vengono addebitate da EE quando il *partner* ha comunque raggiunto un risultato positivo nel cosiddetto “*IVR - Indice di Vendor Rating*” (Cfr. par 46).

78. È stata, infine, acquisita evidenza dell’elaborazione da parte di EE, alla fine del 2014, di una apposita procedura per non erogare, ai *partner* che hanno avuto penali rilevanti per comportamenti non *compliant*, un premio di produzione sui contratti di fornitura di energia elettrica e gas conclusi e andati a buon fine. Infatti è stata rinvenuta corrispondenza interna fra gli uffici del professionista relativa alla elaborazione di un criterio, in mancanza della elaborazione di un modello apposito per modulare l’erogazione di un “*overcompenso sull’outbound*”, in base al quale si propone l’esclusione dei fornitori che hanno già ricevuto penali rilevanti, [omissis] per contatti reiterati su stessa numerazione con finte contrattualizzazioni⁶⁷.

⁶³ Cfr. cartella di documenti “*Teleseller*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁶⁴ Cfr. documento “*VARIANTE TELESELLER OUTBOUND E INBOUND_DECORRENZA 1° NOVEMBRE 2014*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁶⁵ Cfr. documento “*8400063295 - BESTGROUP_TLS OUT*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo. La formulazione precedente della clausola in questione era analoga a quella già vista per il canale porta-a-porta.

⁶⁶ Cfr. cartelle di documenti “*vendor rating VMM*” e “*Comunicazioni verbali*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁶⁷ Cfr. documento “*R_R Comunicazione commerciale del 20_08_14*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo, nel quale, al quesito “*Vi ricordo che tale compenso era legato alla qualità, ma che non abbiamo mai “costruito” con compliance commerciale il modello ed i kpi per monitorare e premiare le strutture su tale item.*” si risponde “*Certo che costruiamo qualcosa, come già segnalato, ma in tale senso ... visto che ci ricordi ... che tale compenso era legato alla qualità, ma che non abbiamo mai “costruito” con compliance commerciale il modello ed i kpi per monitorare e premiare le*

III.2.5. Criticità nelle condotte adottate per la contrattualizzazione nel canale teleselling: le segnalazioni e gli ulteriori riscontri

III.2.5.1. Acquisizioni di rapporti commerciali e attivazioni non richieste

79. Anche per il canale di vendita tramite *call centre*, nelle segnalazioni acquisite agli atti pervenute negli anni 2013, 2014 e 2015, sia prima che durante il corso della istruttoria, si lamenta che il professionista avrebbe considerato conclusi contratti di fornitura di energia elettrica e di gas senza avere acquisito il consenso all'attivazione delle forniture di cui trattasi da parte dei consumatori che contatta attraverso i suoi operatori di *call centre*.

80. I segnalanti lamentano infatti l'attivazione di forniture di elettricità e gas naturale in assenza di qualsiasi manifestazione di volontà in tal senso. In particolare i segnalanti lamentano di essersi resi conto di essere diventati clienti della società EE - tramite una lettera del professionista o un suo messaggio SMS sul telefono cellulare, o la ricezione di una bolletta o una comunicazione da parte del precedente fornitore - pur non avendo mai avuto alcun contatto con il professionista e lamentano di essere stati spostati dal regime "maggior tutela" al regime "mercato libero"⁶⁸. A fronte di richieste di chiarimenti alla società Enel Energia in diversi casi i segnalanti hanno scoperto che la registrazione telefonica conteneva dichiarazioni false⁶⁹. In alcuni casi i consumatori lamentano l'attivazione del contratto nonostante la precisazione fornita in sede di contatto telefonico di non essere l'intestatario del contratto⁷⁰.

81. Come sopra evidenziato (cfr. par. 50-51), il professionista ha riconosciuto la fondatezza delle segnalazioni pervenute all'Autorità e acquisite al fascicolo del procedimento, delle quali ha fornito una analisi nella quale rappresenta che nella maggioranza dei casi segnalati il contratto non è stato attivato in base ai controlli interni o alla lamentela del

strutture su tale item. ... vi propongo di non erogarlo alle strutture che non abbiamo raggiunto buoni livelli di performance, magari facendogli saltare un solo mese."

⁶⁸ Cfr. segnalazioni prott. 23855/2013 doc.73 dell'indice del fascicolo, 43004/2013, doc. 161 dell'indice del fascicolo,19488/2014 doc. 281 dell'indice del fascicolo, 56067/2014, doc. 419 dell'indice del fascicolo,58768/2014, doc. 438 dell'indice del fascicolo, 59407/2014, doc. 444 dell'indice del fascicolo, 39070/2015, doc. 592 dell'indice del fascicolo, e 39222/2015, doc. 593 dell'indice del fascicolo.

⁶⁹ Cfr. da ultimo segnalazione prot. 37993/2015, doc. 588 dell'indice del fascicolo, nella quale si riferisce della conferma di tale falsificazione da parte del personale di un Punto Enel a seguito della verifica effettuata sulla registrazione della conversazione telefonica, in cui una voce disconosciuta dalla segnalante forniva dati diversi da quelli utilizzati nel contratto recapitatole da EE.

⁷⁰ Cfr. segnalazioni prott. 19222/2014, doc.279 dell'indice del fascicolo, 39101/2014, doc. 351 dell'indice del fascicolo, 12739/2015 doc.458 dell'indice del fascicolo, e 49455/2015, doc. 622 dell'indice del fascicolo.

consumatore o è stata ripristinata la fornitura del precedente venditore.

82. Dalle evidenze istruttorie, ed in particolare da una presentazione interna di EE del luglio 2014, contenente i risultati del monitoraggio dei principali processi delle Vendite Mass Market con analisi e trend dei primi sei mesi del 2014⁷¹, si evince che nel corso dei primi sei mesi del 2014 gli annullamenti dei rapporti contrattuali acquisiti dal canale *teleselling* sono stati [40.000-50.000] e fra le specifiche causali si trova “*Disconoscimento Reclamo Scritto*”.

83. Inoltre, dal citato report sui reclami ricevuti e gestiti nel periodo gennaio 2013/luglio 2014⁷² risulta che il professionista riceveva circa [omissis] reclami mese chiaramente attribuiti al canale *teleselling* in e out che classificava con la causale “*disconoscimento*” (un numero superiore di reclami con la medesima causale veniva attribuito ad un canale non identificato).

III.2.5.2. Rapporti commerciali e attivazioni non pienamente consapevoli o a condizioni diverse da quelle prospettate

84. Anche per il canale di vendita tramite *call centre*, nelle segnalazioni acquisite agli atti pervenute negli anni 2013, 2014 e 2015, sia prima che durante il corso della istruttoria, si lamenta che il professionista avrebbe considerato conclusi contratti di fornitura di energia elettrica e di gas senza acquisire in maniera corretta il consenso all’attivazione delle forniture di cui trattasi da parte dei consumatori che contatta attraverso i suoi operatori. I segnalanti lamentano, infatti, di avere aderito ad offerte contrattuali del professionista in modo non pienamente consapevole ovvero a fronte di informazioni ingannevoli.

85. Dalle denunce emerge che alcuni contratti sarebbero stati conclusi a seguito di chiamate di operatori del *call centre* del professionista, durante le quali gli stessi, dichiarando di dovere svolgere dei controlli o promettendo l’applicazione di un piano tariffario più vantaggioso, avrebbero richiesto con insistenza ai consumatori di acquisire i dati identificativi delle utenze⁷³.

⁷¹ Cfr. documento “*Book_Luglio[1]*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁷² Cfr. documento “*Report Reclami vendita - settembre 2014*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁷³ Cfr. segnalazioni prott. 10792/2014, doc. 241 dell’indice del fascicolo, 14234/2014, doc. 253 dell’indice del fascicolo, 19488 doc. 281 dell’indice del fascicolo, e 48328/2015, doc. 618 dell’indice del fascicolo, nella quale si menzionano le frasi che sarebbero state utilizzate dagli operatori del *call centre* “*Le dobbiamo inviare il modulo della defiscalizzazione statale per ottenere sconti fiscali sulla sua fornitura che dovrà poi esserci restituito firmato*”, “*Enel (senza specificare se Enel Servizio Elettrico o Enel Energia) le ha*

Alcuni segnalanti lamentano che durante la telefonata con l'operatore del *call centre* del professionista sarebbe stata loro prospettata la possibilità di ottenere sconti o comunque vantaggi economici in un semplice cambio di tariffazione senza chiarire che in realtà il cambio di tariffazione proposta implicava il cambio del fornitore di energia e/o gas⁷⁴. Alcuni segnalanti ancora lamentano di essere stati informati solo parzialmente in merito alle caratteristiche dell'offerta prospettata e di aver aderito pertanto a contratti diversi da quelli poi realmente attivati dal professionista, principalmente in termini di convenienza del nuovo costo rispetto a quello della fornitura di provenienza⁷⁵. Nelle segnalazioni si lamenta, inoltre, che gli operatori dei *call centre* si sarebbero presentati genericamente come "Enel" inducendo in confusione gli utenti e lasciando credere che si trattasse della società che gestisce i clienti in regime di maggior tutela⁷⁶.

86. Si ricorda che il professionista ha riconosciuto la fondatezza di gran parte delle segnalazioni pervenute all'Autorità e acquisite al fascicolo del procedimento, in ordine alle quali rappresenta che nella maggioranza dei casi segnalati il contratto non è stato attivato in base ai controlli interni o alla lamentela del consumatore o è stata ripristinata la fornitura del precedente venditore.

87. Dalle evidenze istruttorie, ed in particolare da una presentazione interna di EE del luglio 2014, contenente i risultati del monitoraggio dei principali processi delle Vendite Mass Market con analisi e trend dei primi sei mesi del 2014⁷⁷, si evince che nel corso dei primi sei mesi del 2014 gli annullamenti dei rapporti contrattuali acquisiti dal canale *teleselling* sono stati [40.000-50.000] e fra le specifiche causali si trovano: "Ripensamento" (corrispondente al [40-50%] degli annullamenti), "Risoluzione per mutuo consenso" (corrispondente al [10-20%] degli annullamenti), "Inganno reclamo scritto" (corrispondente al [1-5%] degli annullamenti), causali nelle quali vengono ricompresi certamente contratti conclusi in modo non

riconosciuto uno sconto e un accredito per gli anni scorsi e ci deve firmare la richiesta di rimborso indicandoci l'iban per l'accredito" e "Sono in corso l'aggiornamento dei dati e ci dovrebbe compilare il modulo che le inviamo per evitare salate sanzioni da parte delle autorità".

⁷⁴ Cfr. segnalazioni prott. 10237/2013, doc.2 nell'indice del fascicolo, 16504/2014, doc. 265 dell'indice del fascicolo, 19222/2014, doc. 279 dell'indice del fascicolo, 23929/2014, doc. 302 dell'indice del fascicolo, 52773/2014, doc.409 dell'indice del fascicolo, 12739/2015, doc.458 dell'indice del fascicolo, e 51616/2015, doc. 634 dell'indice del fascicolo.

⁷⁵ Cfr. segnalazioni prott. 16504/2014, doc. 265 dell'indice del fascicolo, 52773/2014, doc.409 dell'indice del fascicolo, e 50496/2015, doc. 629 dell'indice del fascicolo.

⁷⁶ Cfr. segnalazioni prott. 26201/2013, doc.80 dell'indice del fascicolo, 16504/2014, doc. 265 dell'indice del fascicolo, 23929/2014, doc. 302 dell'indice del fascicolo, 52773/2014, doc.409 dell'indice del fascicolo, 54886/2014, doc. 414 dell'indice, e 51616/2015, doc. 634 dell'indice del fascicolo.

⁷⁷ Cfr. documento "Book_Luglio[1]" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

consapevole (cfr. infra par. 92-93).

88. Infine, dal citato un report sui reclami ricevuti e gestiti nel periodo gennaio 2013/luglio 2014⁷⁸ risulta che il professionista riceve circa [omissis] reclami mese (pari al 66% dei reclami) che classifica con la causale “*inganno*” che attribuisce chiaramente al canale teleselling in e out (un numero superiore di reclami con la medesima causale viene attribuito ad un canale non identificato).

III.2.6. Consapevolezza del fenomeno da parte del professionista

89. Dalle evidenze istruttorie risulta che EE abbia posto in essere un articolato sistema di verifiche⁷⁹ dei comportamenti dei propri agenti e *call centre*. Va anche segnalata la predisposizione da parte di EE di un sistema interattivo denominato “*Compliance Monitor*”⁸⁰ attraverso il quale le proprie direzioni commerciali possono verificare e condividere le “*Non Conformità*” del mese con gli agenti e i *call centre* prima della notifica di eventuali penali agli stessi.

90. Enel Energia dimostra di essere consapevole della esistenza di carenze nella acquisizione dei MDA attraverso il canale agenzie. Da una presentazione interna che raccoglie le analisi sugli esiti delle verifiche mediante QC effettuate per le acquisizioni nel canale agenziale⁸¹, si dà conto del fatto che un certo numero di MDA annullati per rinuncia o ripensamento del cliente in sede di QC (che risulta come detto le due principali causali e categorie individuate) non sono in realtà riferibili alla rinuncia del cliente, bensì ad “*altre motivazioni effettive di annullamento*” (cfr. punto 59).

91. Con riferimento al canale *teleselling*, come detto al par. 72, il professionista svolge un controllo di qualità attraverso la Quality Check. In particolare, da una presentazione di esiti del Quality Check su un campione delle chiamate/vendite effettuate dai vari partner commerciali nel periodo di riferimento di dicembre 2013⁸² evidenzia una percentuale elevatissima di chiamate non conformi, pari al [90-100%], con percentuali significative

⁷⁸ Cfr. documento “*Report Reclami vendita - settembre 2014*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁷⁹ Cfr. documenti “*Presentazione PENP _MATv4*” e “*NEW - commenti verbali 1_05 (2)*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁸⁰ Cfr. documento “*Presentazione PENP _MATv4*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁸¹ Cfr. documento “*Monitoraggio QC 2014_ActionPLAN*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

⁸² Cfr. documento “*A-Teleseller Gennaio 2014*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

delle chiamate contenenti informazioni false sul prezzo e/o componente economica (pari al [30-40%]), altre informazioni false sull'offerta (pari al [20-30%]) o sui concorrenti (pari al [20-30%]); vengono anche evidenziate percentuali superiori all'80% di non conformità relative ad omissioni informative importanti in merito a ripensamento/recesso/rinnovo, prezzo e/o componente economica e passaggio a mercato libero e agli adempimenti previsti dalla delibera AEEGSI n.153/2012.

92. Analoghe presentazioni di esiti del Quality Check sul periodo di riferimento di settembre 2014 relative al canale “*teleseller*” e “*sales to service*”⁸³ evidenziano sempre percentuali elevatissime delle chiamate monitorate che risultano non conformi nonché percentuali significative di telefonate contenenti informazioni false sul prezzo e/o componente economica (pari rispettivamente al [20-30%] e al [50-60%]), altre informazioni false sull'offerta (pari rispettivamente al [40-50%] e al [10-20%]) e informazioni false sui concorrenti (pari rispettivamente al [30-40%] e al [10-20%]).

93. Tali criticità emergono anche dai controlli effettuati dalle unità preposte ai controlli “*compliance commerciale and sales claim*” (cfr. par. 23), le cui verifiche evidenziano elevate percentuali di omissioni o informazioni false sull'offerta e di omissioni circa ripensamento/recesso/rinnovo e circa la specifica del passaggio a mercato libero⁸⁴. In particolare, da alcune presentazioni di esiti delle verifiche effettuate su un campione estremamente ridotto dei *vocal order* acquisiti dal canale *teleselling* (in/out) (pari a circa [1-5%] di una settimana)⁸⁵ vengono evidenziati livelli significativi di non conformità nonché svariati casi in cui la registrazione non è disponibile.

III.2.7. Criticità nella gestione della richiesta di riconoscimento della inesistenza del contratto e dell'esercizio del diritto di ripensamento

III.2.7.1. Le segnalazioni all'Autorità

94. Nelle segnalazioni acquisite agli atti pervenute negli anni 2013, 2014 e 2015, sia prima che durante il corso della istruttoria, i segnalanti lamentano di non avere ricevuto tempestivi riscontri a fronte dei reclami presentati a EE

⁸³ Cfr. documento “*B-Teleseller Settembre 2014*” e “*Report QCT S2S Settembre 2014*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

⁸⁴ Cfr. documento “*Monitoraggio QC 2014_ActionPLAN*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

⁸⁵ Cfr. documento “*Monitoraggio VO Teleselling*” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

per attivazioni non richieste di servizi, ma di avere anzi ricevuto intimazioni di pagamento anche dopo il proprio reclamo⁸⁶ e di non essersi visto riconoscere il diritto al recesso⁸⁷, in alcuni casi con la motivazione del decorso di un periodo superiore a quello previsto per tale diritto, senza tenere conto della circostanza che in molti casi il recesso è stato esercitato non appena i consumatori si sono resi conto di essere stati annoverati come clienti della società EE⁸⁸ o della circostanza che, molto prima della data prevista di attivazione, veniva comunicato il decesso del contraente⁸⁹.

III.2.7.2. Procedure per la gestione dei ripensamenti e dei reclami

95. Si deve rilevare che la gestione dei ripensamenti e quella dei reclami (intesi, questi ultimi, come comunicazioni pervenute al professionista in qualsiasi forma per lamentare una scorrettezza o un disservizio) non vengono differenziate dal professionista, il quale ha invece organizzato le proprie procedure distinguendole esclusivamente in base alla qualificazione o meno delle comunicazioni pervenute come c.d. "*reclami per attivazione non richiesta*" secondo la definizione adottata nella regolazione di settore.

96. In particolare, EE ha fornito le seguenti informazioni⁹⁰ in ordine al proprio processo di gestione delle richieste di annullamento o di interruzione del rapporto commerciale:

- chi chiama il numero verde per chiedere di annullare o interrompere la procedura per attivazione non richiesta o per ripensamento, viene messo in contatto con un consulente di una società esterna, che può accogliere la richiesta solamente se EE non ha ancora inoltrato al distributore la richiesta di attivazione della fornitura, mentre in caso contrario il consulente invita a presentare richiesta scritta;
- in sede di valutazione di una richiesta scritta qualificabile come un "*reclamo per attivazione non richiesta*", questa non viene comunque

⁸⁶ Cfr. segnalazioni prott. 40874/2013 doc. 145 dell'indice del fascicolo, e 42270/2015, doc. 604 dell'indice del fascicolo.

⁸⁷ Cfr. segnalazioni prott. 23028/2013, doc. 71 dell'indice del fascicolo, e 41221/2015, doc. 596 dell'indice del fascicolo.

⁸⁸ Cfr. da ultimo segnalazione prot. 50808/2015, doc. 631 dell'indice del fascicolo.

⁸⁹ Cfr. da ultimo segnalazione prot. 50373/2015, doc. 628 dell'indice del fascicolo, con la quale si lamenta che in merito a un contratto, concluso telefonicamente con una consumatrice novantenne affetta da deficit cognitivo, per il quale era preannunciata indicativamente la data di attivazione del 1° settembre 2015, veniva richiesto il 20 giugno 2015 di non attivare la fornitura a seguito del decesso della contraente, ma EE rispondeva - con nota indirizzata alla defunta - che ciò non era possibile in quanto risultavano decorsi i tempi previsti e successivamente comunicava anche l'attivazione anticipatamente rispetto alla data prevista; a una seconda richiesta di disdetta EE avrebbe nuovamente risposto - con nota sempre indirizzata alla defunta - negli stessi termini della propria prima risposta.

⁹⁰ Cfr. verbale ispettivo e dichiarazioni allegate, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

considerata fondata se:

i) non è stato possibile rintracciare il cliente per rivolgergli la chiamata di conferma;

ii) il cliente non ha acconsentito alla registrazione di tale chiamata di conferma;

iii) il “reclamo” scritto è stato presentato oltre il termine previsto dall’articolo 6 del detto allegato (che prevede un termine di 30 giorni dal momento in cui il cliente ha conoscenza del "contratto", ma che presume anche tale conoscenza dal decimo giorno dopo la consegna della lettera di conferma al vettore)⁹¹.

97. In particolare, si evidenzia che non è prevista la possibilità attraverso una richiesta telefonica di annullare un rapporto commerciale non voluto o di esercitare il diritto di ripensamento se lo stesso professionista ha già proceduto alla trasmissione della richiesta di attivazione al distributore (prima della trasmissione della richiesta di attivazione al distributore viene dato corso immediatamente alla richiesta, mentre dopo la trasmissione viene pretesa la presentazione di una richiesta scritta).

98. In molti casi, per ottenere il riconoscimento di richieste poi comunque ritenute fondate dal professionista, il consumatore deve effettuare un reclamo scritto secondo la forma del “reclamo per attivazione non richiesta”. Dalle evidenze raccolte, relative alle verifiche interne di EE sugli annullamenti effettuati per i diversi canali di vendita nel periodo da gennaio a luglio 2014, secondo le quali, per la maggioranza degli annullamenti per disconoscimento o per inganno, è stato necessario effettuare un reclamo scritto⁹²; in altre parole, solo in una minoranza dei casi le procedure adottate da EE hanno permesso ai terzi di sottrarsi con semplicità a una indebita attribuzione di oneri contrattuali.

99. L’unico archivio dichiarato da EE come attendibile rispetto alle attivazioni illecite è quello dei “reclami” pervenuti in forma scritta, di cui EE

⁹¹ Si ricorda che l’art. 5 dell’allegato alla Deliberazione AEEGSI n. 153/2012 obbliga il venditore, prima di inoltrare all’impresa distributrice la richiesta di attivazione della fornitura, a inviare al cliente una lettera di conferma e, nei soli casi di contratti conclusi fuori dai locali commerciali del venditore, ad effettuare una chiamata di conferma. Di tali lettere e chiamate di conferma lo stesso articolo fissa le modalità di corretta effettuazione, da cui dipende la validità del processo contrattuale secondo la Deliberazione AEEGSI n. 153/2012. Come ricordato dallo stesso professionista EE nella propria memoria difensiva, la più recente Deliberazione AEEGSI n. 266/2014 prevede, però, che per i contratti conclusi dopo il 13 giugno 2014 per i clienti domestici l’art. 5 dell’allegato alla Deliberazione AEEGSI n. 153/2012 non trovi più applicazione. Inoltre tale più recente Deliberazione prevede una diversa presunzione di conoscenza del contratto da parte del cliente, dal decimo giorno dopo che il venditore “ha inviato la conferma del contratto”.

⁹² Cfr. documento “Book_Luglio[1]” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo, dal quale emerge che gli annullamenti basati su reclamo scritto sono il decuplo di quelli basati su reclami verbali.

ha dapprima fornito i dati di sintesi e ha poi provveduto a dettagliare con la produzione di una tabella relativa al periodo da gennaio 2013 a luglio 2014⁹³. In risposta alla richiesta di informazioni formulata in sede di accertamenti ispettivi, EE ha prodotto agli atti una tabella relativa a tutti i "*reclami per attivazione non richiesta*" presi in carico come tali secondo la definizione adottata nella regolazione di settore nel periodo da gennaio 2013 a luglio 2014⁹⁴, dalla quale risulta che ha ricevuto [50.000-60.000] reclami e che la stragrande maggioranza di essi è stato ritenuto fondato ed accolto (circa il [80-90%]): riguardo alle motivazioni registrate per tali accoglimenti vengono indicate, in ordine di importanza e frequenza: i) "*Firma/Consenso falsificato*" per [10.000-15.000] reclami; ii) "*Cliente inconsapevole di concludere il contratto*" per [10.000-15.000] reclami; iii) "*False informazioni*" per [5.000-10.000] reclami; iv) "*Consenso da soggetto non autorizzato*" per [1.000-5.000] reclami.

100. Tali dati trovano conferma in un report acquisito in sede ispettiva sui reclami ricevuti e gestiti nel periodo gennaio 2013/luglio 2014⁹⁵ dal quale risulta che il professionista riceve circa [1.000-5.000] reclami mese (pari a [25.000-50.000] reclami anno), relativi principalmente alle causali "*disconoscimento*" e "*inganno*" con una leggera prevalenza per la prima causale; dal medesimo documento trova conferma l'elevata percentuale di reclami ritenuti fondati dal professionista.

101. Il professionista non ha predisposto una classificazione del proprio archivio informatico dei contatti telefonici con i clienti denominato "*CRM*" ("*Customer Relationship Management*" ovvero di "*gestione delle relazioni coi clienti*")⁹⁶ contenente una dettagliata tassonomia dei contatti relativi ad attivazioni illecite e annullamenti contrattuali o ripensamenti; tali richieste vengono, infatti, classificate dalla società all'interno delle "triplette": i) "*gestione clienti/variazione commerciali/annullamento contratto*" (in cui confluiscono anche le richieste telefoniche accolte di annullamento o di interruzione del rapporto commerciale); ii) "*informativa/recesso-ripensamento/tempi e modalità*" (in cui confluiscono anche le richieste telefoniche non accolte di annullamento o di interruzione del rapporto commerciale).

⁹³ Cfr. verbale ispettivo e dichiarazioni allegate, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

⁹⁴ Cfr. Arrivo Informazioni del 13/11/2014, protocollo n. 0053424, documento n. 476 dell'indice del fascicolo, e Arrivo Informazioni del 12/2/2015, protocollo n. 0016979, documento n. 476 dell'indice del fascicolo.

⁹⁵ Cfr. documento "Report Reclami vendita - settembre 2014" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

⁹⁶ Cfr. verbale ispettivo e dichiarazioni allegate, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

III.2.7.3. *Trattamento dell'esercizio del diritto di ripensamento*

102. Per quanto riguarda, in particolare l'esame dei ripensamenti dei clienti, come precisato dal professionista⁹⁷, lo stesso considera formalmente valido l'esercizio del ripensamento solo se avvenuto per iscritto e inviato con raccomandata A/R.

103. D'altro canto, EE si riserva di fatto di accettare tali richieste anche quando vengono formulate per telefono; inoltre l'esercizio del diritto di ripensamento viene riconosciuto da EE anche a favore dei consumatori contrattualizzati presso la propria rete fisica di vendita, nonché del segmento dei clienti *small business* contrattualizzati al telefono⁹⁸. Non risulta, però, che EE dia comunicazione ai clienti ed ai possibili clienti di una siffatta più ampia disponibilità ad accettare il ripensamento, che il professionista si riserva, dunque, esclusivamente come una propria facoltà.

104. Come riferito dallo stesso professionista, una volta ricevuta la raccomandata A/R, EE verifica in primo luogo la sua tempistica e in particolare, nel caso del canale agenziale, verifica il decorso del termine prescritto dal Codice del Consumo rispetto alla data del MDA, mentre nel caso del canale telefonico accetta l'esercizio del ripensamento entro 20 giorni lavorativi dal momento della conclusione telefonica del contratto. Tale "estensione" del diritto di ripensamento viene spiegata dal professionista con il fatto che dopo l'acquisizione del *vocal order* viene avviato il processo di stampa e invio per posta ordinaria del plico contrattuale, che impiega circa 3-5 giorni, e il vettore utilizzato per la gran parte di tali consegne non è in grado di dare conto della effettiva consegna del singolo plico al singolo cliente con gli strumenti di posta ordinaria, a differenza di altri operatori più piccoli anche utilizzati da EE ma che coprono solo zone territoriali limitate⁹⁹.

III.2.7.4. *Trattamento dei reclami per attivazione non richiesta*

105. Per quanto riguarda l'esame dei "*reclami per attivazione non richiesta*"¹⁰⁰, viene in primo luogo verificata la loro tempistica. A tale scopo, per il *teleselling* viene presunta la conoscenza del contratto dal decimo

⁹⁷ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo.

⁹⁸ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo.

⁹⁹ Cfr. Verbale di audizione di EE del 15 maggio 2015, doc. 573 dell'indice del fascicolo.

¹⁰⁰ Cfr. memoria difensiva di EE del 17 dicembre 2014, protocollo n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo.

giorno solare successivo alla data in cui EE ha inviato la conferma del contratto al vettore postale incaricato di consegnarla al cliente finale, mentre per i contratti conclusi fuori dai locali commerciali viene presunta la conoscenza del contratto dalla data del MDA.

106. Verificate le tempistiche, l'esame del reclamo viene svolto secondo le macrocasistiche di fondatezza definite dalla delibera 153/12, oltre che sull'iter di acquisizione (per il *teleselling* si verifica il corretto invio della lettera di conferma e in alcuni casi si procede al riascolto del *vocal order*, mentre per i contratti conclusi fuori dai locali commerciali si riascolta la registrazione della *Quality Call*, ed eventualmente si confronta la firma apposta sul contratto con quella presente sul reclamo).

107. Inoltre, più in generale, nell'attuazione delle proprie verifiche EE considera distinti ed indipendenti, da un lato, i risultati delle verifiche volte all'individuazione di un comportamento scorretto dei propri agenti e *call centre* e, dall'altro, i risultati delle verifiche volte all'individuazione delle condizioni nelle quali accogliere le richieste ricevute di annullare un rapporto commerciale non voluto o di esercitare il diritto di ripensamento.

108. Infatti, in una presentazione del sistema di verifica della cosiddetta "*Compliance Commerciale*"¹⁰¹ si evidenzia che la gestione della lamentela del cliente e la verifica della "*NC*" (*Non Conformità*) della vendita vengono considerati "*due processi paralleli e integrati*" e vengono da un lato indicati i casi in cui il reclamo "*risulterà infondato*" mentre dall'altro si chiarisce che "*Il processo di verifica sulla conformità della vendita è svincolato dalla fondatezza o meno verso il cliente*".

109. Evidenzia questo tipo di distinzione anche il fatto che, in caso di QC effettuata a cliente irreperibile o che rifiuta il contatto, EE individua comunque un comportamento scorretto soggetto a penale in base alla incongruenza nella firma del reclamo rispetto a quella del MDA¹⁰², mentre, una volta verificata la corretta attuazione delle proprie procedure di QC, respinge i reclami ricevuti¹⁰³.

110. Concluso l'esame del reclamo, EE provvede a dare riscontro al cliente finale e, in caso di fondatezza, avvia la procedura di ripristino stabilita dalla delibera 153/12 che permette al cliente finale di tornare con il fornitore precedente.

¹⁰¹ Cfr. documento "*Presentazione PENP _MATv4*" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

¹⁰² Cfr. docum. "*Logiche su penali_Gennaio*" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

¹⁰³ Cfr. docum. "*MACROCASISTICHE DI NON FONDATEZZA*" nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

111. Infine il professionista ha espressamente dichiarato¹⁰⁴ che, nel caso di accettazione del reclamo relativo ad una attivazione non richiesta, lo stesso adotta sempre una procedura di annullamento solo parziale degli addebiti, consistente nello storno delle fatture emesse, ma anche nella emissione di nuove fatture, nelle quali addebita gli oneri di sistema, il trasporto e la materia prima nella misura fissata dall’Autorità di settore per il servizio di maggior tutela, con la sola esclusione dei corrispettivi di commercializzazione.

III.2.8. Modifiche alle vendite a distanza e porta a porta dopo il recepimento della Direttiva 2011/83/UE

112. Le risultanze istruttorie non evidenziano sensibili modifiche di procedura e gestione delle vendite a distanza e porta a porta da parte del professionista a seguito del recepimento della direttiva 2011/83/UE ad opera del D. Lgs. n. 21/2014, che ha modificato gli articoli 45 e ss del Codice del Consumo.

113. La novità di maggiore peso sulla procedura di vendita è la modifica delle condizioni generali di contratto, degli *script* telefonici e della modulistica contrattuale (MDA), con adeguamento del termine per l’esercizio del diritto di recesso da 10 a 14 giorni.

114. Inoltre, come precisato da EE¹⁰⁵, al fine di ottemperare alle prescrizioni di cui agli artt. 49 e 50 del Codice del Consumo per i contratti negoziati fuori i locali commerciali, si è previsto che: *i*) i venditori porta a porta sono tenuti ad indossare un *badge* di riconoscimento, nel quale è indicato il nome dell’operatore, il codice incaricato e l’appartenenza dello stesso alla rete di vendita di Enel Energia con la specifica indicazione del mercato libero; *ii*) EE consegna al cliente un documento cartaceo (poi allegato al *kit* contrattuale) denominato “*L’offerta in 12 punti*” che contiene tutte le informazioni precontrattuali (l’identità del professionista e le informazioni c.d. “*statiche*”, perché trasversali per tutte le offerte di fornitura offerte dalla società, nonché le informazioni c.d. “*dinamiche*”, es. prezzo, periodo di applicabilità, caratteristiche dell’offerta, *etc*, contenute anche nelle “*Condizioni Tecnico – Economiche*” e declinate per ciascuna offerta a portafoglio);

Non è stata, invece, introdotta nelle procedure di vendita la consegna di un

¹⁰⁴ Cfr. le dichiarazioni allegate al verbale ispettivo, doc. 400 dell’indice del fascicolo.

¹⁰⁵ Cfr. memoria difensiva di EE del 2 aprile 2015, protocollo n. 0027088, doc. 527 dell’indice del fascicolo.

apposito modulo per l'esercizio del diritto di recesso prima della nascita del vincolo contrattuale, né tale adempimento viene indicato nelle regole di comportamento dei venditori quando vengono riepilogati i documenti da consegnare “*sempre*” al momento della sottoscrizione della richiesta di fornitura¹⁰⁶.

115. Con riferimento al *teleselling* lo *script* di vendita si apre con la presentazione dell'operatore e la indicazione dell'”*identità del professionista*” per conto del quale opera. Nel prosieguo dello *script* e solo a condizione che il consumatore consenta all'operatore di illustrare le informazioni di carattere commerciale, vengono elencate ed esplicate in maniera analitica e puntuale le caratteristiche, i prezzi e la durata dell'offerta che più si attaglia alle abitudini di consumo dell'utente, ai sensi dell'art. 49, comma 1, lettere *a), e) e q)*, del Codice del Consumo. Nella fase di c.d. “*selling proposition*”, inoltre, viene indicata al cliente, conformemente all'art. 49, comma 1, lettera *h)*, la sussistenza del diritto di ripensamento, nonché le modalità e i tempi per il suo esercizio. Le stesse informazioni sono ribadite nel *vocal order* oggetto di registrazione con il quale si conclude a mezzo telefono il contratto e infine, le informazioni precontrattuali oggetto di analisi vengono fornite una terza volta al consumatore, a valle del *vocal ordering*, tramite riepilogo a mezzo registrazione automatica, prima di essere poi fornite al cliente con il documento allegato al plico contrattuale denominato “*L'offerta in 12 punti*”.

III.2.9. Modifiche apportate nel corso del procedimento alle procedure di vendita e ulteriori modifiche in corso di predisposizione

116. Nel corso del procedimento EE ha dichiarato¹⁰⁷ di avere modificato le proprie condotte dando spontanea attuazione alle misure per le quali aveva presentato proposta di impegni ai sensi dell'art. 9 del Regolamento e di avere avviato una complessiva revisione del proprio processo di vendita, che contempla modifiche alle modalità operative del proprio canale *teleselling outbound* e alle modalità adottate per la contrattualizzazione su delega attraverso il canale agenziale.

¹⁰⁶ Cfr. le istruzioni impartite da EE ai propri agenti e Smart Agent nel “*Manuale di formazione*” come da allegato 2 alla memoria difensiva di EE del 2 aprile 2015, protocollo n. 0027088, doc. 527 dell'indice del fascicolo.

¹⁰⁷ Cfr. memoria difensiva di EE del 10 settembre 2015, protocollo n. 0055013, doc. 651 dell'indice del fascicolo.

III.2.9.1. Per il canale agenziale

a) Modifiche attuate

117. A partire da agosto 2015, in spontanea attuazione dei propri impegni, EE ha iniziato ad inviare a tutti i clienti che rifiutano il contatto con gli operatori di EE o che risultano irreperibili dopo i tentativi di contatto in sede di *Quality Call* una lettera di *caring* dedicata, con estensione del termine per esercitare il diritto di ripensamento. Tale lettera, in particolare, consente ai clienti di sapere che EE li ha contattati, senza successo, per la conferma della loro volontà contrattuale, e permette loro di richiedere, entro 21 giorni dalla data riportata nella stessa lettera, il blocco del processo di attivazione contattando il numero verde della società (attraverso un canale telefonico dedicato “*Interactive Voice Response*”). In assenza di riscontro nel termine indicato, il contratto viene attivato.

b) Modifiche in corso di predisposizione

118. EE ha anche avviato una modifica della contrattualizzazione a mezzo delega per il canale agenzia, che sarà resa operativa a partire da gennaio 2016 in considerazione dei tempi necessari per la modifica degli *script* attualmente in uso per le *Quality Call* relative alle acquisizioni a mezzo agenzia e Smart Agent e per la formazione e l'addestramento di tutti gli operatori in *outsourcing* sulle nuove operatività procedurali. Tale modifica prevede la ratifica da parte del titolare della fornitura quale presupposto per l'attivazione della stessa, attraverso la *Quality Call*, effettuata esclusivamente con il soggetto delegante, estendendo la procedura già oggi prevista in relazione ai rapporti commerciali acquisiti mediante *teleselling outbound*.

III.2.9.2. Per il canale teleselling

a) Modifiche attuate

119. A partire da agosto 2015, in spontanea attuazione dei propri impegni, EE ha attivato un processo di *Quality Call* a campione sui contratti acquisiti a mezzo *teleselling outbound* per verificare l'effettiva consapevolezza del cliente ed ha introdotto, per i propri fornitori di servizi di *teleselling outbound*, il c.d. “*Quality Incentive*”, un compenso ulteriore per il

raggiungimento di determinati livelli di qualità misurati nell'ambito dei processi acquisitivi, riconosciuto tenendo esclusivamente in considerazione parametri qualitativi quali l'indice di qualità percepita o l'indice di annullamento derivante dalle *Confirmation Call*.

b) Modifiche in corso di predisposizione

120. Il professionista ha anche avviato una modifica al proprio processo di *teleselling outbound*, che prevede l'introduzione dei seguenti elementi di novità, con eventuali revisioni dopo un adeguato periodo di osservazione:

- una nuova fase dello scambio delle dichiarazioni confermate al termine del *vocal order*: ai sensi dell'art. 51, comma 6 del Codice, il consumatore avrà la facoltà di confermare l'accettazione e, quindi, rendere vincolante il contratto, accedendo ad un'area web riservata del sito di Enel Energia, dopo la ricezione via e-mail delle credenziali di accesso e dell'identificativo dell'offerta da confermare; in alternativa, su espresso consenso, il cliente potrà scegliere di confermare l'accettazione dell'offerta direttamente a mezzo telefono nell'ambito dello stesso *vocal order* registrato;
- la messa a disposizione del supporto durevole (cioè il *vocal order* registrato nel caso di conferma al telefono) attraverso un'area *web* riservata del proprio sito internet, le cui credenziali di accesso vengono inviate al cliente con il kit contrattuale via e-mail (se il cliente stesso la fornisce) o via posta ordinaria;
- una c.d. "*Confirmation Call*", ovvero una chiamata telefonica ulteriore, per l'acquisizione della conferma circa l'avvenuta ricezione da parte del cliente del plico contrattuale, che sarà effettuata per tutti i rapporti commerciali acquisiti tramite il canale *teleselling outbound* a valle della telefonata di contrattualizzazione se il cliente ha scelto come modalità di accettazione direttamente il mezzo telefonico, dopo un lasso di tempo tale da garantire la ricezione da parte del cliente del kit contrattuale; secondo le intenzioni di EE, con la domanda sulla ricezione del contratto si appurerà la disponibilità del supporto durevole in capo al cliente e in questi termini il contratto potrà dirsi perfezionato ai sensi delle nuove norme del Codice del Consumo in materia di contratti a distanza conclusi a mezzo telefono; inoltre, secondo EE, sebbene non sia normativamente previsto, la *Confirmation Call* costituirà anche l'occasione per un'ulteriore conferma – successiva a quelle già rese, ai sensi dell'art. 51 comma 6 del Codice del Consumo, nel corso della prima telefonata - della volontà contrattuale del cliente;
- il decorso del periodo per il ripensamento, nei casi di contratto telefonico, a

partire dalla data in cui il cliente riceve la Confirmation Call e conferma di aver ricevuto il plico contrattuale; secondo le intenzioni di EE si tratterà del momento in cui il cliente avrà potuto acquisire piena consapevolezza circa i termini e le condizioni dell'offerta di fornitura, e avrà potuto accedere all'area web dedicata (con le credenziali inviate unitamente al contratto) per il riascolto del proprio contratto telefonico.

121. Più nel dettaglio, secondo la descrizione di EE il nuovo processo di vendita telefonica *outbound* prevederà i seguenti passaggi:

a) dopo la fase c.d. di "*selling proposition*" condotta dagli operatori di Enel Energia, durante la quale vengono fornite tutte le informazioni pre-contrattuali previste dall'art. 49 del Codice del Consumo, se il cliente è d'accordo, si acquisisce, tramite *vocal order* registrato, il consenso di quest'ultimo ad una certa offerta contrattuale;

b) al termine del *vocal order* viene quindi introdotta la nuova fase dello scambio delle dichiarazioni confermate: l'operatore di *teleselling* chiede al consumatore se questi acconsente che le dichiarazioni confermate del contratto concluso siano raccolte tramite registrazione telefonica, o preferisce che le stesse vengano raccolte in un'area a lui dedicata del sito internet di Enel Energia cui il consumatore potrà accedere (per un determinato lasso di tempo) con le credenziali e l'identificativo offerta provvisorio che gli verranno inviati via e-mail;

c) a questo punto di aprono due diversi scenari, rimessi all'esclusiva volontà del consumatore, a seconda della modalità di conclusione del contratto scelta dal cliente: *vocal order* telefonico (Scenario A) o conferma successiva via internet (Scenario B).

122. Nel caso dello Scenario A, il consumatore al termine del *vocal order* viene espressamente informato che:

i) EE invierà al consumatore la *welcome letter*, le informazioni precontrattuali (già fornite telefonicamente) e il plico contrattuale completo con le condizioni tecnico-economiche e le condizioni generali di fornitura via mail o via posta ordinaria (modalità di invio scelta dal cliente); il plico contrattuale, in particolare, conterrà anche le credenziali di accesso all'area clienti riservata del sito internet di Enel Energia, accedendo alla quale il cliente avrà piena disponibilità della registrazione del proprio *vocal order*;

ii) in un lasso temporale tra i 2 e 20 giorni circa dalla telefonata (a seconda del mezzo utilizzato per l'invio del plico contrattuale, posta elettronica o posta cartacea) il consumatore riceverà una seconda chiamata ("*Confirmation Call*") da parte di operatori di EE per confermare l'avvenuta

ricezione del plico contrattuale ed eventualmente la propria volontà contrattuale a dare avvio al processo di attivazione, decorso il periodo per il diritto di ripensamento di 14 giorni solari successivi l'avvenuta conferma della ricezione del contratto e della volontà contrattuale tramite *Confirmation Call*; se il cliente non ha ancora ricevuto il plico contrattuale, la chiamata verrà ripianificata dagli operatori di EE.

123. Nel caso dello Scenario B, in cui il consumatore il consumatore dichiara di voler confermare l'accettazione dell'offerta via internet, EE, al termine della telefonata, invia al cliente via e-mail le credenziali di accesso e il link all'area riservata del sito web della società; il cliente avrà un ragionevole lasso di tempo (indicativamente tra i 7 e 15 gg, comunque modificabile in relazione alle evidenze che si riscontreranno nella fase di sperimentazione) per poter confermare l'accettazione dell'offerta collegandosi al sito di Enel Energia e accedendo con le proprie credenziali univoche; in tale area il consumatore troverà in formato elettronico scaricabile il riepilogo delle condizioni economiche dell'offerta, le condizioni generali di fornitura e le informazioni pre-contrattuali; presa visione di tale documentazione, il cliente potrà quindi scegliere di aderire in modalità "*opt-in*" con un *click* nella stessa pagina; infine, dopo la conferma dell'accettazione dell'offerta, al cliente verrà contestualmente inviata via *e-mail* la conferma del contratto concluso e tutta la documentazione contrattuale. Il periodo di ripensamento decorre, in tale scenario, dalla conferma dell'accettazione da parte del consumatore.

124. EE rappresenta che l'attuazione del nuovo processo comporterà rilevanti costi di modifica dell'attività di vendita, e che, al fine di evitare una duplicazione di tali costi di investimento, procederà alla implementazione di tutte le misure direttamente sul nuovo sistema informativo che sta già realizzando. Per tale ragione il nuovo processo sarà avviato a partire da luglio 2016 con circa il 10% delle acquisizioni per arrivare a regime alla fine del 2016.

125. Nel frattempo, nel corso dell'attuazione delle modifiche sopra descritte, EE potrà in essere una procedura provvisoria intermedia, procedendo all'effettuazione di una *Quality Call*, ovvero di una seconda telefonata successiva alla prima di contrattualizzazione, mediante un proprio *partner* diverso da quello che ha gestito l'attività di vendita, per richiedere al cliente conferma dell'accettazione del vincolo contrattuale o acquisire la rinuncia a proseguire con l'attivazione dell'offerta, cominciando dal 20% delle acquisizioni a gennaio 2016, per arrivare al 100% dei a marzo 2016. Inoltre,

il *vocal order* del contratto telefonico verrà messo a disposizione dei clienti - che verranno opportunamente informati al riguardo - presso i Punti Enel dislocati su tutto il territorio nazionale.

III.2.9.3. Fase post-contrattuale

a) Modifiche attuate

126. A partire da agosto 2015, in spontanea attuazione dei propri impegni, EE ha implementato un apposito ramo del proprio sistema telefonico di “*IVR - Interactive Voice Response*” dedicato a fornire assistenza in merito ai processi di acquisizione e attivazione in corso, mediante una modifica strutturale dell’albero fonico di navigazione del *contact centre*, volta a creare un canale riservato di assistenza dedicata sullo stato di avanzamento della procedura di attivazione della fornitura. Attraverso lo stesso strumento è anche possibile, direttamente a mezzo telefono tramite un “*vocal order*”, esercitare il diritto di ripensamento ovvero richiedere l’annullamento del contratto e quindi il blocco dell’attivazione in caso di contratto viziato o semplicemente non voluto, nel caso in cui non sia stata già inoltrata la richiesta di attivazione al distributore competente.

III.3. Le argomentazioni difensive del Professionista

127. Il professionista ha affermato la correttezza e la legittimità delle proprie condotte, ritenute rispondenti ai più alti canoni della diligenza professionale e conformi alle nuove norme del Codice del Consumo in materia di diritti dei consumatori nei contratti ed ha svolto in dettaglio le seguenti argomentazioni.

III.3.1. Sulle segnalazioni pervenute all’Autorità

128. Come sopra riportato, il professionista ha prodotto una propria analisi delle segnalazioni pervenute all’Autorità e acquisite al fascicolo del procedimento, affermando di porre particolare attenzione nell’esaminare e gestire i reclami¹⁰⁸.

129. A commento dei dati forniti a tale riguardo dal professionista e riportati

¹⁰⁸ Cfr. memoria difensiva di EE del 10 settembre 2015, protocollo n. 0055013, doc. 651 dell’indice del fascicolo.

più sopra fra le evidenze istruttorie, EE formula la considerazione che in molti casi il cliente sarebbe indotto a fare una segnalazione all’Autorità anche in assenza di una condotta effettivamente scorretta e lesiva tenuta dall’operatore, come ad esempio nel caso di chi ha reclamato anche se il suo ripensamento è stato gestito nel rispetto dei tempi. EE osserva, inoltre, che per alcune delle segnalazioni (chi si lamenta dopo aver regolarmente pagato tre o quattro fatture o dopo oltre un anno dall’attivazione, o dopo avere interloquuto con la società, ad esempio per l’attivazione del RID bancario) il cliente potrebbe tradurre in una segnalazione il semplice mutamento della propria volontà contrattuale.

III.3.2. Sulla rete di vendita

130. EE sottolinea la rigosità della propria procedura per la selezione sia delle imprese di *teleselling* che delle agenzie e dei punti vendita¹⁰⁹ e la cura con cui – nel rispetto della autonomia imprenditoriale dei *partner* – si occupa della preparazione di agenti, operatori di *teleselling* e addetti ai punti vendita¹¹⁰. Il professionista evidenzia inoltre di avere predisposto un “*Codice di comportamento per gli operatori che gestiscono i contatti con la clientela finale*”, che fa parte integrante dei contratti con i *partner*, e sottolinea che tutte le condotte contestate dall’Autorità sono riconducibili a comportamenti imposti o vietati dal proprio codice di comportamento dei venditori¹¹¹, alla cui violazione sono associate penali economiche¹¹². EE sottolinea anche di avere posto in essere un sistema di monitoraggio della qualità delle vendite, affidato alla funzione “*Acquisti*”, esterna rispetto alle aree aziendali commerciali, che valuta il comportamento dei *partner*, e di avere predisposto appositi *script* per la presentazione delle offerte da parte degli operatori di *teleselling*¹¹³, la cui violazione comporta l’applicazione di specifiche

¹⁰⁹ EE chiarisce che per la contrattualizzazione di agenzie e punti vendita opera una preselezione attraverso i propri addetti territoriali e una successiva verifica attraverso la unità aziendale che conclude i contratti, con valutazioni che vertono su parametri di esperienza commerciale e di qualità (solidità economico-finanziaria, sistema di formazione interna, sistema di qualità aziendale e strumenti interni atti a garantire la qualità delle acquisizioni).

¹¹⁰ EE specifica di avere impiegato un cospicuo numero di ore delle proprie risorse per il supporto formativo della rete e di avere sostenuto un costo importante per l’utilizzo e l’aggiornamento della piattaforma informatica per la rete (“*My Village*”).

¹¹¹ In particolare, sui kit contrattuali da proporre ai possibili clienti è previsto che venga riportato un codice identificativo distintivo che consente di individuare il responsabile di un eventuale comportamento scorretto.

¹¹² EE precisa altresì che gli importi delle penali sono stati oggetto di modifica, a luglio 2014 per le agenzie e a novembre 2014 per i *teleseller*, differenziando le penali per la vendita di commodity, di servizi a valore aggiunto e di prodotti di efficienza energetica.

¹¹³ EE chiarisce che tali *script* sono messi loro a disposizione attraverso un’unità specificatamente dedicata,

penali¹¹⁴.

131. Riguardo alla remunerazione delle attività dei *partner* di vendita, EE rileva che nei propri contratti con agenzie e *teleseller* è previsto il diritto di recuperare le somme versate per contratti conclusi non eseguiti o per i quali siano successivamente state accertate a suo insindacabile giudizio circostanze che ne determinano l'invalidità e argomenta che il proprio controllo interno rappresenta un efficace deterrente al ripetersi di comportamenti scorretti, portando anche come esempio l'importo della penale economica applicata per i casi di disconoscimento e inganno. In tali casi, se segnalati dai clienti la penale è di [200-300] euro, pari a circa [5-10] volte il compenso medio riconosciuto all'agenzia per l'acquisizione e circa [5-10] volte quello riconosciuto ai provider di servizi di *teleselling*, importo che viene raddoppiato se il comportamento scorretto emerge a seguito di verifica. Il professionista osserva al riguardo che il sistema di verifiche e di penali economiche applicate nei casi di non conformità lo ha portato a far fronte a contenziosi con i *partner* commerciali, a riprova della severità e dell'inflessibilità di tale sistema, in applicazione del quale negli anni 2013 e 2014 sono state svolte decine di migliaia di verifiche, con l'applicazione di alcuni milioni di euro di penali economiche, la richiesta dell'allontanamento di centinaia di operatori per la loro scarsa qualità e la risoluzione di contratti con alcuni dei *partner*¹¹⁵. In particolare negli anni 2013 e 2014 EE avrebbe condotto circa 80 [50-100] mila verifiche, con l'applicazione di circa [1-5] milioni di penali economiche, la richiesta dell'allontanamento di [300-400] operatori per la loro scarsa qualità e la risoluzione di contratti con [1-5] dei propri *partner*.

132. EE sottolinea, inoltre, di avere anche introdotto dal settembre 2014 un "*over compenso*" parametrato sul rispetto di canoni di "qualità", legato al raggiungimento di risultati di qualità commerciale e all'assenza di provvedimenti emessi nei confronti degli stessi *partner* aventi ad oggetto fatti comunque riconducibili ad inadempimenti. Inoltre, ai *teleseller outbound* è riconosciuta una retribuzione c.d. "fissa", introdotta per superare talune criticità evidenziate nel procedimento PS91 [omissis].

il c.d. "*Sales Lab*", che opera in sinergia con le funzioni Legale e Regolazione e Antitrust, garantendo il corretto approccio telefonico e, parallelamente, l'aggiornamento e adeguamento costante degli stessi script al quadro normativo-regolatorio.

¹¹⁴ EE precisa che in caso di mancato rispetto dello script, fattispecie che potrebbe integrare anche un inganno nei confronti del cliente, è prevista una penale in caso di segnalazione del cliente, che si raddoppia se accertata a seguito di verifica da parte di EE.

¹¹⁵ Riguardo a tali imprese ex-partner EE osserva che le stesse potrebbero oggi trovarsi a svolgere analoghe attività per altri operatori del settore, probabilmente meno esigenti in termini di standard di qualità commerciale.

III.3.3. Sulle pratiche commerciali adottate

133. Nelle proprie argomentazioni difensive¹¹⁶, EE sottolinea l'impegno profuso per il miglioramento delle proprie pratiche commerciali¹¹⁷ e le modifiche adottate successivamente alla delibera dell'Autorità n. 18829 del 4 settembre 2008 (caso PS/91) per quanto riguarda la gestione della rete di vendita e il processo di acquisizione dei contratti con la clientela, richiamando a tal riguardo la valutazione positiva del proprio impegno espressa dall'Autorità nella decisione n. 22914 del 26 ottobre 2011, di non luogo a provvedere nel secondo procedimento di inottemperanza (caso IP/49B) alla propria delibera del 2008.

134. Il professionista afferma al riguardo che, secondo i propri dati, *“le attivazioni non richieste costituiscono un fenomeno – per quanto grave e deprecabile – fisiologico, occorso in percentuale statisticamente risibile, sicuramente tale da non poter assurgere alla definizione di “pratica” commerciale”*.

135. EE evidenzia la propria cura per *“evitare l'attivazione di un contratto che potrebbe poi essere oggetto di reclamo per disconoscimento o inganno da parte del cliente finale”*, che si concretizza nell'adozione di misure articolate in una *“pre-verifica contrattuale”* e in una *“Quality Call”*¹¹⁸ per le vendite sul territorio, in una *“welcome letter”* e un *“Quality Check”* per le vendite mediante *teleselling* e in una *“confirmation welcome letter”* per tutti i contratti al momento dell'assenso all'attivazione da parte del distributore.

136. Il professionista precisa di avere speso negli ultimi due anni [10-20] milioni di euro per lo svolgimento della *“pre-verifica”* e della *“Quality Call”* e che attraverso quest'ultima nello stesso periodo sono stati annullati il [20-30%] delle acquisizioni attraverso Agenzie e Smart Agent e il [10-20%] delle acquisizioni attraverso Punto Enel Negozio Partner.

137. Infine EE sottolinea che, ai fini di un esercizio del diritto il più possibile efficace, pur prevedendo che il ripensamento debba pervenire per iscritto

¹¹⁶ Cfr. memorie difensive di EE, prott. n. 0058638, doc. 439 dell'indice del fascicolo, n. 0027088, doc. 527 dell'indice del fascicolo, n. 0055013, doc. 651 dell'indice del fascicolo.

¹¹⁷ In particolare, EE riferisce di avere conseguito una riduzione nel tempo del c.d. *“indice di reclusività dell'attività di vendita”*, che misura i reclami pervenuti, e del c.d. *“indice di difettosità”*, che misura gli accertamenti di vendite non corrette sulla base dei reclami.

¹¹⁸ EE sottolinea che la *“Quality Call”* è svolta dalla funzione interna *“Attivazione”*, distinta dall'area aziendale di vendita, attraverso un team in *outsourcing* diverso dai partner commerciali che si occupano della vendita. La telefonata, oggetto registrazione se il cliente acconsente nel rispetto della normativa privacy, viene effettuata mediamente entro sei giorni dal caricamento a sistema del contratto sottoscritto e lo *script* utilizzato, oltre alla verifica circa la correttezza dei dati, richiede la conferma espressa della consapevolezza in merito alla sottoscrizione del contratto (*“Mi conferma la sua volontà di concludere il contratto?”*).

tramite una raccomandata A/R per tutelare entrambe le parti contrattuali, ha deciso di adottare un “*approccio pro-cliente*” che andasse oltre i formalismi decidendo di accogliere anche i ripensamenti e i reclami verbali che pervengono a mezzo telefono: “*laddove EE si trova nella condizione di poter bloccare il processo di attivazione, cioè se questo non è già stato avviato con la richiesta di switching al distributore, accoglie sistematicamente le richieste dei clienti che contattano il numero verde della società, inserendo nel sistema informatico di gestione l'operatività per l'annullamento del contratto e ciò anche nel caso in cui la richiesta venga inoltra dal cliente dopo il decorso del termine legare per esercitare il diritto di ripensamento. Si tratta evidentemente di un atteggiamento di estrema apertura nei confronti dei consumatori*”.

III.3.4. Sulla propria applicazione del decreto c.d. “Consumer rights”

138. Il professionista afferma di avere dato pronta e precisa attuazione alle nuove norme del Codice del Consumo introdotte dal decreto c.d. “*Consumer rights*”, al fine di assicurare la consapevolezza dei clienti circa le condizioni tecnico-economiche delle offerte e i diritti sanciti dalle nuove disposizioni, e dare ai consumatori la possibilità di concludere un contratto in maniera pienamente consapevole in relazione a tutti gli aspetti analiticamente definiti dall’art. 49 del Codice del Consumo.

139. EE argomenta al riguardo che nel *teleselling* le informazioni precontrattuali necessarie ad assumere una decisione di carattere commerciale pienamente consapevole vengono somministrate almeno tre volte nel corso della telefonata e, successivamente, formalizzate e fornite tramite al cliente con il documento allegato al plico contrattuale denominato “*L’offerta in 12 punti*”.

III.3.5. Sulla remunerazione delle forniture non richieste

140. In ordine, infine, alla contestazione che, nei casi di accettazione del reclamo per attivazione non richiesta, EE adotta una procedura di annullamento solo parziale degli addebiti, consistente nello storno delle fatture emesse, ma anche nella emissione di nuove fatture con le quali addebita importi non dovuti, il professionista fa presente di avere aderito alla procedura di ripristino in caso di contratti non richiesti definita dall’Autorità per l’Energia Elettrica, il Gas e il Servizio Idrico con la delibera 153/2012 e

sostiene che si tratti dell'unico mezzo attraverso il quale il cliente può ripristinare rapidamente la propria fornitura in capo al precedente venditore "voluto".

141. Secondo EE la propria impostazione sarebbe stata confermata dalla recente delibera AEEGSI n. 266/2014, secondo la quale la disposizione di cui all'art. 66-*quinquies* del Codice del Consumo, «*non ha contenuto innovativo della disciplina legislativa in tema di forniture non richieste [...] né pertanto incide sulle c.d. procedure di ripristino previste dalla deliberazione 953/2092/R/com; [...] le misure di ripristino, invece, hanno la finalità di consentire al cliente finale, che vi aderisce volontariamente, di poter ripristinare il rapporto contrattuale ancora in essere con il venditore precedente a quello apparentemente "non voluto", qualora quest'ultimo non ottemperi ad adempimenti stabiliti dall'Autorità (c.d. misure preventive)*».

142. Infine, secondo EE il novellato art. 66-*quinquies* del Codice del Consumo escluderebbe ogni obbligo da parte del consumatore di prestazioni a titolo di corrispettivo, ma non delle prestazioni a diverso titolo (oneri parafiscali), che rimarrebbero disciplinate dalle previsioni di cui agli artt. 2033 o 2041 cc. in applicazione dei quali quanto dovuto dal consumatore (a titolo di ripetizione o di indennizzo della diminuzione patrimoniale) andrebbe ricostruito salvaguardando il principio dell'equilibrio delle sfere patrimoniali.

III.4. Le argomentazioni della associazione Federconsumatori

143. L'associazione Federconsumatori ha rilevato che il fenomeno delle attivazioni non richieste è oggetto di sue denunce da molto tempo e, per quanto a conoscenza della stessa associazione, si tratta di un fenomeno particolarmente grave e sentito dagli utenti, che a tale riguardo lamentano: *a)* l'apposizione di firma apocrifia su nuovi contratti; *b)* la presentazione di offerte da parte degli operatori di *call centre* e porta a porta in modo impreciso e omissivo o, comunque, in modo da non permettere al consumatore l'espressione di un consenso informato alla conclusione del contratto¹¹⁹.

144. Con riguardo all'introduzione dell'art. 66 *quinquies* del Codice del Consumo a seguito del recepimento della Direttiva 2011/83/UE, ad avviso di Federconsumatori la norma è chiara nel prevedere un esonero dall'obbligo di

¹¹⁹ Cfr. Verbale di audizione della associazione Federconsumatori del 19 maggio 2015, doc. 579 dell'indice del fascicolo.

fornire qualsiasi prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta di gas e elettricità.

145. Federconsumatori sostiene che l'acquisizione di un consenso consapevole e pienamente informato del consumatore, prima della nascita del vincolo, rappresenti un'esigenza imprescindibile nella vendita a distanza. I consumatori, infatti, concludono sovente i contratti senza aver compreso le caratteristiche principali e le condizioni economiche dell'offerta di energia e /o gas. L'associazione fornisce, al riguardo, l'esempio della prospettazione di offerte che prevedono le c.d. “*taglie*” di consumo: l'utente non conosce i dati sui propri consumi e non è in grado di valutare se la taglia proposta corrisponda ai propri consumi storici; l'associazione evidenzia, inoltre, le criticità rilevabili nelle modalità di prospettazione delle tariffe tramite l'indicazione di percentuali di sconto che, ove non correttamente comunicate, ingenerano nel consumatore il falso convincimento di un risparmio sul totale della fattura e non già sulla sola quota energia.

146. Infine Federconsumatori sottolinea che, considerata l'importanza dell'istituto del ripensamento, esso dovrebbe essere evidenziato nella proposta contrattuale rispetto alle condizioni generali di contratto e riguardo ai contratti a distanza acquisiti tramite *teleselling* ritiene condizione imprescindibile che il contratto si perfezioni successivamente alla proposta avvenuta tramite contatto telefonico, mentre riguardo ai contratti porta a porta ritiene che il professionista debba contattare telefonicamente il consumatore per verificare la sua volontà di concludere il contratto¹²⁰.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA IL GAS E IL SISTEMA IDRICO

147. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore dell'energia elettrica e il gas, in data 11 settembre 2015 è stato richiesto il parere all'*Autorità* per l'Energia Elettrica, il Gas e 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 D.Lgs. n. 21/2014.

148. Il 30 ottobre 2015 l'AEEGSI ha fatto pervenire il parere richiesto, organizzato in una parte generale – contenente una illustrazione della

¹²⁰ Cfr. memoria di Federconsumatori del 1 luglio 2015, protocollo n. 0058638, doc. 613 dell'indice del fascicolo.

regolamentazione in tema di cambio fornitore, offerta del contratto di fornitura, stipula e recesso e alcune considerazioni in tema di contratti telefonici e modalità di incentivazione degli agenti – ed una riguardante specificamente il presente procedimento. Quest’ultima è stata redatta sulla base della documentazione relativa agli script e alle procedure adottate dal professionista, delle memorie difensive e della documentazione ivi citata. Inoltre, l’AEEGSI ha inviato i dati a disposizione provenienti dal monitoraggio effettuato ai sensi dell’art. 15 della del. 153/12.

IV.1. La regolamentazione rilevante

149. Nel parere l’AEEGSI ha fornito una breve ricostruzione della regolamentazione vigente in tema di cambio fornitore, offerta del contratto di fornitura, stipula e recesso.

In merito al cambio fornitore, il regolatore ha ricordato innanzitutto che tra i presupposti della richiesta di *switching* (cambio fornitore di energia elettrica o di gas) da parte del venditore entrante vi sono: (i) la disponibilità di un contratto di somministrazione stipulato con il cliente finale, (ii) l’invio del recesso al precedente fornitore (secondo le regole di cui alla deliberazione 144/07), (iii) il decorso del termine per l’esercizio del diritto di ripensamento da parte del cliente finale, fatta salva una diversa ed espressa richiesta del cliente stesso.

L’AEEGSI ha quindi descritto le previsioni del Codice di Condotta Commerciale (allegato A alla del. 104/2010 e s.m.i.) e l’intervento regolatorio in materia di attivazioni non richieste di fornitura di energia elettrica e gas naturale.

150. Quest’ultimo è stato attuato attraverso la “*disciplina di composizione volontaria di controversie tra imprese di vendita e clienti finali*” contenuta nella del. 153/12 (come modificata dalla deliberazione 266/14).

Tale deliberazione ha istituito, tra l’altro, “*un meccanismo di “ripristino” automatico del contratto ancora in essere con il precedente venditore in caso di accoglimento del reclamo presentato dal cliente finale (c.d. procedura di ripristino o switching back); l’applicazione di tali misure avviene su base volontaria, previa adesione dei venditori interessati*”.

Secondo il regolatore, la “*procedura di ripristino che segue l’accoglimento del reclamo del cliente finale garantisce, a sua volta, l’esecuzione fisica del contratto di somministrazione che il cliente finale aveva concluso con il venditore precedente a quello “non voluto” (alle condizioni stabilite dalla*

deliberazione)”. Tali condizioni prevedono il pagamento del “*c.d. prezzo di tutela, scontato della quota di remunerazione dell’attività del venditore*”.

151. AEEGSI ha al riguardo precisato che “*l’intento della deliberazione 153/12 non è tanto quello di sanzionare pratiche commerciali scorrette consistenti in forniture non richieste (ai sensi dell’art. 66-quinquies del Codice del consumo), quanto, piuttosto, di favorire la composizione volontaria di controversie insorte nei settori dell’energia elettrica e il gas tra imprese e clienti finali in materia di contratti che questi ultimi ritengono conclusi in modo anomalo, mediante la richiamata procedura di ripristino*”.

152. L’AEEGSI sottolinea che tale “*procedura costituisce uno strumento di tutela del cliente finale, ulteriore e non sovrapponibile a quelli previsti dall’ordinamento (quali la tutela giudiziaria e le disposizioni del Codice del consumo)*”.

In particolare “*la complementarietà*” tra le due discipline sarebbe “*evidenziata (i) dalla natura volontaria degli strumenti di ripristino sopra richiamati, cui si aderisce per iniziativa sia dei consumatori reclamanti (la cui adesione è resa esplicita dalle modalità e dalle tempistiche di presentazione del reclamo), sia delle imprese contro cui è presentato reclamo (che aderendo alla procedura di ripristino, risultano iscritte in un pubblico elenco) e (ii) dalla connessa automaticità del ripristino che prescinde da una verifica effettiva dell’esistenza di una fornitura non richiesta ai sensi del Codice del consumo, ma predilige, al contrario, l’accoglimento della segnalazione del cliente, qualora quest’ultimo ritenga di non aver manifestato la sua volontà a cambiare fornitore, in seguito al mancato rispetto da parte del venditore delle misure preventive*”.

“*In questa prospettiva, in assenza di un accertamento dell’effettiva esistenza di un contratto non richiesto, la regolazione dei pagamenti a carico del cliente finale nel periodo in cui ha avuto esecuzione il contratto contestato (di cui all’art. 12 dell’Allegato A della deliberazione 153/12) mira a penalizzare il venditore (riducendo l’importo del corrispettivo a questi dovuto) , nel caso in cui, pur avendo aderito alla deliberazione in parola, non rispetti gli adempimenti preventivi stabiliti da quest’ultima oltre che a permettere, dove possibile, un più veloce rientro del cliente finale con il precedente fornitore. Diversamente, l’art. 66-quinquies del Codice del consumo è finalizzato a “sanzionare” il professionista per un’effettiva fornitura non richiesta, con il mancato pagamento di qualunque prestazione corrispettiva. [...] [L]a procedura di ripristino e la regolazione dei pagamenti a carico del cliente finale (di cui all’articolo 12 dell’Allegato A*

della deliberazione 153/12) non costituiscono in alcun modo una deroga dall'applicazione dell'articolo 66-quinquies del Codice del Consumo ai casi in cui il venditore accerti l'effettiva esistenza di contratti non richiesti (per esempio, qualora, sulla base di fatti notori/incontrovertibili, il venditore apprenda che l'erogazione del servizio di fornitura di energia elettrica e/o gas sia avvenuta in assenza di una qualunque manifestazione della volontà a contrarre da parte del cliente finale)”.

IV.2. Considerazioni generali sui contratti telefonici

153. AEEGSI ha rilevato che molti dei reclami riguardanti attivazioni non richieste sembrano riguardare situazioni in cui il consumatore ha manifestato il proprio consenso, senza tuttavia avere piena consapevolezza dell'avvenuto perfezionamento di un contratto di somministrazione. L'attivazione di contratti in assenza di un consenso pienamente consapevole sarebbe avvenuto, secondo il regolatore, *“anche a fronte del rispetto da parte dei venditori di tutti gli obblighi di informativa pre-contrattuale previsti dal Codice del consumo e dalla regolazione dell'[AEEGSI]”*. L'AEEGSI ha sottolineato quindi l'esigenza di rendere il consumatore edotto in merito alla conclusione di un contratto, soprattutto in un settore quale quello energetico, caratterizzato da offerte commerciali complesse e asimmetrie informative.

Tali esigenze sarebbero particolarmente forti nel *teleselling*, dove, secondo l'AEEGSI, i venditori avrebbero messo in atto modalità di acquisizione del consenso del consumatore che non permettono al consumatore un adeguato *spatium deliberandi* per comprendere le caratteristiche dell'offerta commerciale e delle condizioni economiche di fornitura l'offerta commerciale e le conseguenze della sua adesione ad essa e che non garantirebbero una adeguata consapevolezza della conclusione di un contratto, in contrasto con le finalità del Codice del Consumo. In particolare, l'AEEGSI paventa che i consumatori, contattati telefonicamente dai professionisti, si trovino vincolati a un contratto in virtù del mero scambio di dichiarazioni avvenuto nel corso della conversazione telefonica senza aver preso piena e autentica consapevolezza dell'avvenuto perfezionamento di un accordo giuridicamente vincolante.

154. AEEGSI ha inoltre sottolineato che i meccanismi contrattuali che prevedono l'inversione di ruolo tra professionista e consumatore, pur non essendo vietati dall'ordinamenti, sono maggiormente suscettibili di indurre in errore il consumatore circa gli effetti derivanti dalle dichiarazioni negoziali fatte per telefono”.

IV.3. Considerazioni generali sui meccanismi di incentivazione degli agenti

155. AEEGSI ha infine rilevato l'importanza, al fine di evitare che il contatto ingannevole/scorretto porti all'attivazione della fornitura, degli interventi del venditore volti a predisporre opportuni meccanismi di scelta, controllo e remunerazione del personale incaricato ed opportuni filtri e controlli sui contratti acquisiti. In particolare, l'AEEGSI ritiene che possano contribuire maggiormente alla riduzione del fenomeno, seppur senza eliminare del tutto il rischio di un primo contatto indesiderato o ingannevole, sia i sistemi di remunerazione che attribuiscono un maggior peso a fattori qualitativi (p.e. il numero di reclami e contestazioni dei clienti finali, il numero di contratti che non vanno a buon fine, il numero di quality call con esito negativo) sia la previsione (e applicazione) di penali e l'allontanamento del personale autore di comportamenti scorretti o aggressivi.

IV.4. Considerazioni specifiche al presente procedimento

156. Per quanto riguarda le considerazioni sul caso specifico, l'Autorità di settore chiarisce di aver posto a base del proprio parere la documentazione relativa agli *script* e alle procedure adottate dal professionista, le memorie difensive e la documentazione ivi citata.

157. AEEGSI rappresenta che dall'esame di alcuni documenti dell'istruttoria sono emerse alcune criticità inerenti il rispetto della regolazione di settore ed evidenzia che in base ai dati rilevati dallo Sportello per il consumatore di energia a partire dal IV trimestre 2012 per EE, circa il *[omissis]* dei rigetti inviati dal venditore è risultato infondato sulla base dei criteri di cui alla deliberazione 153/12.

158. In relazione alle condotte contestate a EE come pratiche commerciali scorrette, in quanto idonee, anche in relazione ai tempi e ai luoghi dei contatti, a indurre in errore il consumatore su 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, AEEGSI rileva che il processo di vendita mediante *teleselling* non sembra “*rend[ere] il cliente finale pienamente consapevole dell'avvenuto perfezionamento di un accordo vincolante in seguito allo scambio di dichiarazioni al telefono*”. AEEGSI sottolinea l'importanza che la documentazione fornita prima che

sorga il vincolo includa la scheda di confrontabilità e ritiene che il nuovo processo di *teleselling outbound* come descritto dal professionista nella propria memoria conclusiva¹²¹ risponda meglio alla “*esigenza di rendere il cliente finale edotto sia in merito all'oggetto e alle caratteristiche dell'offerta commerciale sia riguardo gli effetti scaturenti dalla sua adesione a tale offerta, contribuendo, in tal modo, a prevenire comportamenti ingannevoli od omissivi da parte dell'esercente o del suo rappresentante*”.

159. Per quanto riguarda il canale agenzia, l'adozione di un'ulteriore comunicazione scritta nel caso in cui i tentativi di chiamata non vadano a buon fine e il prolungamento del termine per l'esercizio del diritto di ripensamento sono considerate dall'Autorità di settore misure di prevenzione dei comportamenti scorretti degli incaricati per i contratti fuori dai locali commerciali, finalizzate ad accertare la consapevolezza del cliente circa l'avvenuta contrattualizzazione e l'effettiva conoscenza delle caratteristiche dell'offerta sottoscritta.

160. AEEGSI manifesta, infine, l'avviso che la nuova procedura di *teleselling* sarebbe più aderente al dettato dell'articolo 51, comma 6, del Codice del Consumo qualora anche la c.d. *confirmation call* fosse registrata e messa a disposizione del cliente finale e che, nel caso dell'opzione B (che prevede l'accettazione dell'offerta commerciale da parte del cliente finale tramite web), il mezzo di acquisizione della dichiarazione confermativa del cliente (un sito web con accesso riservato tramite credenziali personali) sembra rispettare i requisiti di un supporto durevole così come definito dalla giurisprudenza della Corte di giustizia UE di cui al “*DG Justice Guidance Document, June 2014*”.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

161. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 11 settembre 2015 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

162. Con parere pervenuto in data 16 ottobre 2015, la suddetta Autorità ha

¹²¹ Cfr. memoria difensiva di EE del 10 settembre 2015, protocollo n. 0055013, doc. 651 dell'indice del fascicolo.

espresso il proprio parere sottolineando che, nel caso di specie, l'invio di un SMS riguardante l'avvenuta attivazione di un servizio, peraltro non richiesto, non può valere come notifica sia in quanto non esiste la certezza che il destinatario legga il messaggio, sia in considerazione della possibilità che il dispositivo mobile possa essere utilizzato da persona diversa dall'intestatario.

163. L'AgCom, inoltre, evidenzia come l'effetto combinato dell'attività svolta tramite l'invio di SMS e delle informazioni fornite verbalmente nel corso delle visite a domicilio da parte degli agenti del professionista amplifichi significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto di valutazione nel provvedimento finale.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

VI.1. Premessa

164. Oggetto del presente procedimento sono le condotte commerciali tenute da Enel Energia S.p.A. nella vendita al dettaglio di energia elettrica e gas naturale sul mercato libero. EE è, ai sensi del Codice del Consumo, un professionista a tutti gli effetti e come tale vincolato al rispetto delle norme ivi contenute.

165. Fin dalle prime fasi del suo sviluppo - avvenuto soltanto con la liberalizzazione della vendita di energia elettrica ai clienti domestici - il mercato libero delle forniture di gas ed elettricità ai clienti di piccole dimensioni (c.d. “*mass market*”) ha evidenziato tipici caratteri dei mercati liberalizzati con consumatori che agiscono in condizioni di “razionalità limitata”¹²²: *i*) una forte inerzia dei consumatori, dovuta ad elevati costi di

¹²² Si intende con questa espressione il fatto che la capacità decisionale degli esseri umani risente dei limiti delle capacità cognitive di chi deve prendere la decisione rispetto al numero di stimoli ricevuti, alla capacità di mantenere nel tempo la propria attenzione e alla capacità di conservare la memoria di tutte le informazioni ricevute. La razionalità limitata induce alcune “distorsioni” (cioè, allontanamenti dal modello di decisore razionale e con capacità cognitive illimitate) nelle decisioni di scelta, tra cui: *i*) l'allocazione di scarsa attenzione a scelte che avvengono infrequentemente e che sono collegate a spese di modesta incidenza sul bilancio familiare; *ii*) l'uso di “euristiche” (p.es., concentrarsi solo su alcuni aspetti ritenuti importanti, ad esempio la presenza di sconti) per semplificare le decisioni in modo da economizzare tempo e capacità di attenzione ed elaborazione; *iii*) la concentrazione dell'attenzione sulle informazioni ricevute per prime; *iv*) la sensibilità della scelta alle modalità di presentazione degli elementi rilevanti (“*framing*”). Ad esempio, la razionalità limitata può portare il consumatore a disinteressarsi del contesto istituzionale (si pensi all'esistenza e al peso delle componenti regolate, fiscali e parafiscali sul prezzo dell'energia elettrica o del gas), produttivo e regolatorio nel quale l'elettricità e il gas vengono prodotti o importati, distribuiti e venduti e quindi può portare il consumatore a non essere in grado di comprendere la bolletta e reperire le informazioni essenziali per fare dei confronti di prezzo in breve tempo. Inoltre, il consumatore può essere

ricerca e di cambiamento percepiti e all'aspettativa di risparmi oggettivamente irrealistici; *ii*) un elevato livello di disinformazione sul mercato libero e sui prezzi proposti e uno scarso livello di comprensione delle offerte sul mercato libero, anche tra chi aveva abbandonato il regime di tutela¹²³.

166. La ridotta profittabilità¹²⁴ e l'inerzia dei consumatori hanno reso il *mass market* dell'energia elettrica e del gas naturale un mercato *push*: un mercato in cui i potenziali clienti vanno contattati e convinti a passare al mercato libero o a cambiare fornitore, attraverso tecniche di contatto diretto attraverso mezzi di comunicazione diretta flessibili, adattabili e persuasivi quali le vendite a domicilio o il *teleselling*. Quest'ultimo, in particolare, è diventato presto il canale di vendita prevalente, grazie ai più contenuti costi di contatto.

167. Le modalità e le procedure di vendita sono state disegnate per sfruttare la razionalità limitata del consumatore e il peculiare contesto di scelta che si crea grazie ai condizionamenti che tali mezzi impongono sul comportamento del consumatore: *i*) l'effetto "sorpresa", dovuto all'arrivo inatteso dell'agente o della telefonata, che rende il consumatore impreparato e più vulnerabile alla dialettica dell'agente; *ii*) la difficoltà di comprendere il contenuto preciso dell'offerta proposta e di confrontare la proposta con le condizioni del contratto in corso; *iii*) l'indisponibilità (nel caso del *teleselling*) o la mancata evidenziazione (nel caso della vendita porta a porta) di termini di confronto immediati (a parte la bolletta, se il consumatore è in grado di utilizzarla per effettuare rapidamente il confronto); *iv*) la pressione psicologica (reale o percepita) a concludere il contratto indotta dall'agente sul consumatore.

168. Dati questi condizionamenti, quindi i consumatori possono essere indotti a vincolarsi ad offerte della cui convenienza non sono pienamente consapevoli o che addirittura siano indotti in errore riguardo all'effettivo instaurarsi del vincolo contrattuale.

del tutto inconsapevole dei propri reali livelli e stili di consumo, perché, confrontandosi per lungo tempo con una tariffa regolata e con *driver* di consumo esogeni, ha ritenuto "inefficiente" dedicare risorse ad acquisire informazioni di scarso impatto sulle proprie scelte di consumo.

¹²³ Varie indagini (in Italia, ma anche all'estero) hanno riportato come numerosi consumatori non sapessero se avevano sottoscritto un'offerta a prezzo fisso o variabile. Cfr., ad esempio, la 3a Indagine Liberalizzazione Mercato Energia svolta da RIE nel 2010, reperibile sul sito Internet dell'Acquirente Unico Ed ancora, per una panoramica sulle criticità consumeristiche nel settore energetico, v. "*Consumer rights in electricity and gas markets*", BEUC, *The European Consumer Organisation*, 2013, disponibile sul sito <http://www.beuc.eu/publications>.

¹²⁴ Sul piano commerciale, lo sviluppo del *mass market* è stato caratterizzato da una ridotta o negativa profittabilità dei nuovi clienti nel breve periodo, dovuta all'incidenza degli elevati costi di acquisizione rispetto al *benchmark* costituito dalla tariffa del regime tutelato.

169. Per tale motivo, l’Autorità è in passato già intervenuta per reprimere il fenomeno e sanzionare pratiche commerciali scorrette nella acquisizione di nuovi clienti domestici di energia elettrica e gas¹²⁵. Nonostante questi interventi, i contratti di fornitura non richiesti e non consapevoli sono ancora uno dei maggiori problemi dei mercati al dettaglio liberalizzati, al punto da figurare tra le più frequenti motivazioni di reclamo dei consumatori.

170. Tutto ciò premesso, si procederà ad una duplice valutazione: con riferimento ai comportamenti di cui al punto II sub A) e B), la valutazione verterà sulla possibile sussistenza di violazioni in materia di pratiche commerciali scorrette.

171. Quanto, invece, ai comportamenti di cui al punto II sub C), la valutazione dell’Autorità verterà sulla possibile sussistenza di violazioni dei diritti dei consumatori nei contratti poste in essere dopo il 13 giugno 2014, con riguardo a: *i)* la mancata consegna del modulo per l’esercizio del diritto di ripensamento prima della nascita del vincolo contrattuale; *i)* il mancato rispetto dei requisiti di forma previsti dall’art. 51, comma 6, del Codice del Consumo.

VI.2. Le pratiche commerciali scorrette

172. Preliminarmente si osserva che le fattispecie descritte nel precedente punto II, lettere A) e B), del presente provvedimento costituiscono due distinte pratiche commerciali scorrette, singolarmente ed autonomamente valutabili, l’una posta in essere sul mercato dell’energia elettrica e l’altra posta in essere sul mercato del gas naturale.

173. Ed invero, posto che, ai sensi dell’art. 19, comma 1, del Codice del Consumo, costituisce pratica commerciale scorretta quella posta in essere prima, durante e dopo un’operazione commerciale “relativa a un prodotto”¹²⁶, le condotte in esame rappresentano due pratiche commerciali

¹²⁵ L’Autorità è intervenuta per sanzionare diversi professionisti, considerando peraltro inammissibili gli impegni presentati perché riconducibili a pratiche connotate da una particolare gravità. In tali casi, il comportamento dei professionisti era stato ritenuto contrario alla diligenza professionale in quanto, nonostante fossero note le problematiche legate al ricorso delle agenzie per la vendita a domicilio di beni e servizi, i professionisti si erano limitati a prevedere soli disincentivi economici dei contratti stipulati in maniera scorretta, senza mettere in atto maggiori e più pervasivi controlli diretti dell’operato degli agenti, al fine di anticipare le contestazioni dei consumatori in caso di criticità già individuate in particolari aree o in relazione a determinati venditori. Inoltre, il comportamento è stato ritenuto non conforme alla diligenza attesa perché le problematiche poi emerse venivano considerate soltanto dopo i reclami dei consumatori, anche se esse avrebbero potuto essere previste sulla base dell’asimmetria informativa che si rileva nel settore energetico tra consumatore e professionisti: *Cfr.*, *ex multis*, provv. n. 20364 del 7 ottobre 2009, PS376 - Sorgenia Fornitura di Energia Elettrica, in Boll. n. 40/09 e provv. n. 21916 del 15 dicembre 2010, PS5803 - Italcogim Energie Attivazioni non richieste, in Boll. n. 49/10.

¹²⁶ Laddove per prodotto si intende qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i diritti e le

scorrette, caratterizzate da un'autonomia strutturale riconducibile all'esistenza di due distinti prodotti e stante la non sostituibilità dal punto di vista del consumatore tra la fornitura di energia elettrica e la fornitura di gas naturale, in quanto volti a soddisfare esigenze di natura diverse e l'assenza di vincoli che ne impediscano la commercializzazione disgiunta, peraltro concretamente effettuata dal professionista. E' possibile dunque individuare, come confermato da costante giurisprudenza¹²⁷, pratiche commerciali scorrette distinte per ciascuno dei due prodotti.

174. Ebbene, le risultanze istruttorie evidenziano che nelle vendite di energia elettrica e nelle vendite di gas naturale il professionista non ha predisposto le proprie procedure, istruzioni e controlli partendo dal rispetto dei diritti dei consumatori, ma ha invece improntato tutta la propria organizzazione secondo una logica di contenimento dei problemi, impostazione per la quale sarebbe inevitabile che la volontà di una certa percentuale di consumatori possa risultare falsata, così realizzando due pratiche commerciali scorrette, in violazione degli articoli 20, 24, 25, lettera *d*), e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo.

175. Dalla documentazione agli atti emergono, infatti, le seguenti criticità nell'acquisizione di nuovi clienti nei settori del gas naturale e dell'energia elettrica, che si procede nel seguito ad illustrare:

- i*) instaurazione di rapporti commerciali e attivazione di forniture senza avere predisposto un sistema di conferma della volontà del cliente di sottoscrivere (verbalmente o per iscritto) un contratto, in modo tale da verificare l'effettiva esistenza di un rapporto contrattuale prima di considerare acquisito un nuovo cliente;
- ii*) articolazione di procedure di acquisizione della clientela non idonee a garantire una corretta modalità di presentazione ed illustrazione delle offerte, e tali da non assicurare una adeguata comprensione della natura dell'offerta commerciale proposta, nonché delle specifiche modalità di conclusione del contratto al fine di evitare la prestazione di un consenso non consapevole da parte dei consumatori;
- iii*) frapposizione di ostacoli all'esercizio dei propri diritti a coloro che lamentano l'inesistenza di un rapporto contrattuale o intendono esercitare il diritto di ripensamento, con la richiesta del pagamento della fornitura, ancorché a condizioni agevolate, a fronte di attivazioni non richieste.

obbligazioni (art. 18, comma 1, lett. *c*) del Codice del Consumo).

¹²⁷ Cfr. *ex multis* Cons. Stato – sez. VI – sentenza 7 settembre 2012 n. 4753

VI.2.1. Instaurazione di rapporti commerciali e attivazione di forniture in assenza di sottoscrizione o manifestazione di volontà in tal senso da parte dei consumatori

176. Come si evince dagli elementi istruttori raccolti, in diversi casi riferibili sia al canale porta-a-porta che al *teleselling*, i consumatori hanno contestato l'acquisizione da parte di EE di proposte di adesione in assenza di una corrispondente manifestazione di volontà, in base a firme sconosciute ovvero in assenza di contatto telefonico.

Tali condotte, in diversi casi, hanno altresì portato all'attivazione delle relative forniture di energia elettrica o di gas naturale, con successiva fatturazione dei relativi consumi.

177. Dalle risultanze istruttorie emerge, in effetti, come i comportamenti del professionista abbiano condotto alla conclusione di numerosi nuovi rapporti commerciali e spesso anche alla attivazione di nuove forniture in assenza della manifestazione di un valido consenso: *i)* come precisato dal professionista, infatti, delle 168 segnalazioni pervenute all'Autorità ed oggetto di reclamo presso EE per contratto non richiesto, 83 casi sono stati considerati fondati e gestiti con il ripristino della fornitura al precedente fornitore (o la cessazione alla prima data utile) e l'applicazione del "prezzo di maggior favore"; *ii)* nei documenti interni di EE acquisiti al procedimento si rileva la ricorrenza sistematica di casi in cui il contratto viene annullato per disconoscimento/disconoscimento firma/delega non autorizzata (cfr. punti 52-53 e 82-83), ovvero tutte situazioni in cui il consumatore era inconsapevole di aver concluso un contratto (ad esempio, che la richiesta di dati tecnici e anagrafici era diretta alla conclusione di un contratto) o il consenso veniva fornito da un soggetto non autorizzato: tali motivazioni peraltro ricorrono anche negli annullamenti "*per rinuncia o ripensamento del cliente*"; *iii)* la maggior parte dei numerosi reclami scritti ricevuti dal professionista sono relativi alla causale "disconoscimento" (cfr. punto 53).

178. La sopra richiamata situazione consegue alle procedure adottate dal professionista, il quale, nel descritto contesto di razionalità limitata, elevata asimmetria informativa e complessità contrattuale, ritiene perfezionato un nuovo contratto sulla base di un unico contatto, a seguito del quale direttamente gli operatori dei due canali di vendita (*teleselling* e porta a porta) acquisiscono e registrano autonomamente negli archivi informatici di EE i dati relativi ai soggetti da imputare come nuovi clienti. Infatti, EE considera "contratti" tutti i nuovi rapporti commerciali introdotti nel proprio

sistema informativo dal momento in cui i venditori (*teleselling* e porta a porta) acquisiscono e registrano negli archivi informatici di EE i dati relativi ai soggetti da imputare come nuovi clienti.

179. Secondo quanto risulta dalle evidenze, il professionista non si è dotato di un adeguato sistema di acquisizione del consenso dei consumatori atto a verificare ex ante l'esistenza di un valido contratto concluso dalla propria rete di vendita: sia in fase di acquisizione contrattuale, sia nei rapporti con la rete agenziale, non vi è un adeguato sistema di verifica e controllo sull'operato dei propri agenti tale ad escludere le condotte oggetto di contestazione, riducendole ad ipotesi di errori occasionali; ciò sia in relazione al canale di vendita indiretta tramite agenti che in relazione al canale *teleselling outbound*.

E ciò nonostante la piena consapevolezza dell'esistenza di un fenomeno sistematico di gravi patologie in tali contratti ma quasi ritenendo accettabile e "fisiologico"¹²⁸ che un certo numero di consumatori possa concludere rapporti commerciali e attivazioni di forniture in assenza di sottoscrizione o manifestazione di volontà in tal senso.

180. In tale contesto si inquadra anche la generale possibilità concessa agli agenti di EE di accettare che un terzo stipuli il contratto in luogo del titolare in base a una mera dichiarazione del medesimo soggetto terzo, ovvero dello stesso "delegato", e non in base a una vera delega sottoscritta dal titolare del contratto¹²⁹. Fino all'agosto del 2015 EE considerava tale "delega" sempre valida per vincolare il titolare della fornitura senza necessità di ratifica, e la considerava invece invalida solo nel caso in cui fosse stato manifestato un espresso disconoscimento da parte dell'inconsapevole "delegante".

In tal modo, un terzo, qualificandosi come "delegato", poteva sostituirsi a tutti gli effetti all'intestatario delle forniture al fine di procedere alla conclusione del contratto, senza dover fornire prova dei poteri o della situazione che lo avrebbe legittimato al compimento dell'atto, così prestandosi – come di fatto accaduto – al possibile abuso da parte degli agenti di vendita.

181. Solo successivamente alla conclusione del contratto il professionista mette in atto una serie di verifiche sui rapporti commerciali acquisiti, che portano all'annullamento di una parte significativa di essi. In particolare, per la rete di vendita porta a porta (canale agenziale e smart agent) EE ha predisposto la procedura di Quality Call per tutti i rapporti commerciali

¹²⁸ Nelle proprie memorie, infatti, EE dichiara che le attivazioni non richieste costituiscono nella propria azienda un "fenomeno fisiologico" occorso in percentuale "statisticamente risibile".

¹²⁹ Cfr. vedi art. 1387 C.c. "Il potere di rappresentanza è conferito dalla legge ovvero dall'interessato."

acquisiti, che ha comportato l'annullamento di circa il [20-30%] di tali rapporti.

La procedura di Quality Call, comunque, non subordinava la effettiva attivazione della fornitura alla effettiva conferma da parte del titolare della fornitura, perché EE ha invece adottato la prassi di compiere solo un certo numero di tentativi di contatto telefonico, dopo di che, fino al mese di agosto 2015, nei casi in cui non riusciva a mettersi in contatto con il cliente per ottenere la conferma o meno del “contratto”, il professionista si riteneva tenuto comunque a procedere con l'esecuzione dello stesso, “*in mancanza di una volontà espressa e contraria del cliente*”¹³⁰.

Solo nel corso del procedimento EE ha iniziato ad effettuare, a partire dal mese di agosto 2015, nei casi di non contattabilità, l'invio di una lettera di “caring” dedicata a tutti i “*clienti*” che rifiutano il contatto con gli operatori di EE o che risultano irreperibili dopo i tentativi di chiamata di QC¹³¹.

182. L'inidoneità delle procedure di acquisizione e controllo appena rilevate si riflette nelle percentuali, non trascurabili, di proposte contrattuali annullate a seguito di disconoscimenti o contestazioni. Dai dati acquisiti, risulta comunque che ai già significativi annullamenti di contratti derivanti dalla Quality Call vanno aggiunti anche i numerosi reclami scritti comunque ricevuti anche per il canale agenziale con la causale disconoscimento/disconoscimento firma.

183. Diversamente, per il canale teleselling le evidenze istruttorie acquisite indicano che, le verifiche realizzate dal professionista sulle acquisizioni operate dagli agenti erano esclusivamente finalizzate alla qualità commerciale, quindi solo per finalità interna, e svolte su un campione di telefonate; solo successivamente all'avvio dell'istruttoria EE ha iniziato a predisporre una procedura di verifica per tutti i rapporti commerciali acquisiti, che dichiara di poter portare a regime nel marzo del 2016.

184. Tali evidenze dimostrano l'inidoneità delle procedure di acquisizione e l'assenza di controllo sulle procedure stesse a fronte di gravi ed ampie situazioni non conformi nella conclusione dei contratti telefonici, finanche l'assenza di registrazioni corrispondenti. Ciò trova conferma nelle percentuali, non trascurabili, di proposte contrattuali annullate a seguito di

¹³⁰ Cfr. documento “002_Causali annullamento servizi_VAS[1]” nel DVD allegato al verbale ispettivo, doc. 400 dell'indice del fascicolo.

¹³¹ Si ricorda che con tale lettera EE comunica loro di avere tentato di contattarli, senza successo, per la conferma della loro volontà contrattuale e permette loro di richiedere, entro 21 giorni dalla data riportata nella stessa lettera, il blocco del processo di attivazione, contattando il numero verde della società (attraverso un canale IVR dedicato); in assenza di riscontro nel termine indicato, il contratto viene posto in attivazione.

disconoscimenti o contestazioni nonché ai numerosi reclami scritti comunque ricevuti anche per il canale porta-a-porta con la causale disconoscimento/disconoscimento firma.

185. Pertanto, il numero asseritamente esiguo dei casi nei quali sono state segnalate le descritte condotte, rispetto al totale delle attivazioni validamente effettuate, non assurge ad elemento escludente la scorrettezza della pratica commerciale, posto che non si è trattato di sporadici casi di attivazioni non richieste e che, comunque, ai fini della qualificazione di illiceità del comportamento, non è necessario dimostrare la sua concreta attuazione pregiudizievole nei confronti dei consumatori quanto, piuttosto, una potenzialità lesiva per le scelte di questi ultimi, che consenta di ascrivere la condotta nel quadro dell'illecito di mero pericolo¹³².

186. Né risulta che il sistema di controlli, incentivi e sanzioni nei confronti degli agenti sia stato effettivo e in grado di dissuadere dall'acquisizione di rapporti di fornitura senza il consenso dei titolari degli stessi (e addirittura in presenza di firme o registrazioni telefoniche false) o con consenso viziato. Le risultanze dimostrano come molte sanzioni non vengono applicate quando l'agente ha un indice di qualità commerciale (IVR) sufficientemente elevato, che può essere raggiunto anche soltanto con buone prestazioni di efficacia commerciale (cfr. par. 42) e quindi senza necessariamente conseguire elevati punteggi riguardo alla correttezza verso il consumatore.

Peraltro il sistema di controllo sul canale *teleselling* predisposto dal professionista era per sua definizione ristretto ad un campione limitato di telefonate e quindi inidoneo a sanzionare tutte le "non conformità" che potevano essere ivi realizzate. Tuttavia, già dall'analisi del campione emergevano, come risulta inequivocabilmente dai documenti ispettivi, percentuali elevatissime di non conformità e elevate percentuali di gravi violazioni, della cui esistenza il professionista era quindi pienamente consapevole.

187. Ai profili sopra evidenziati, si aggiunge che, nei casi di

¹³² Cfr., Cons. Stato n. 4753/2012, cit., per cui, in base alla definizione di pratica commerciale, di cui al Codice del Consumo, "*l'elemento materiale della pratica commerciale scorretta può estrinsecarsi anche in condotte che nei fatti poi risultano soggettivamente identificabili, senza necessità che la stessa debba avere dirigersi, numericamente, contro una consistente percentuale di consumatori, o clienti, dell'impresa, ovvero concretarsi in condotte reiterate nel tempo*". Analogamente, vedi la recente sentenza della Corte di Giustizia del 6 aprile 2015 (causa C-388/13), con cui si "*precis[a] che la circostanza che la condotta del professionista coinvolto sia stata tenuta una sola volta e abbia interessato un solo consumatore è del tutto irrilevante in questo contesto. Infatti, né le definizioni fornite agli articoli 2, lettere c) e d), 3, paragrafo 1, nonché 6, paragrafo 1, della direttiva sulle pratiche commerciali sleali né quest'ultima, considerata nel suo insieme, contengono indizi secondo cui l'azione o l'omissione da parte del professionista dovrebbe presentare carattere reiterato o riguardare più di un consumatore*" (§§41-42).

disconoscimento del contratto, il professionista ha proceduto ad una generalizzata applicazione della procedura di ripristino prevista dalla delibera Aeeysi n. 153/12, senza annullare le fatture emesse ed anzi emettendone di nuove, nelle quali si provvedeva ad un ricalcolo del costo della fornitura sulla base delle condizioni agevolate.

188. Le condotte descritte, rappresentate dall'acquisizione di proposte di adesione, anche seguite dall'attivazione di fornitura di energia elettrica e di gas naturale, in assenza di qualsiasi sottoscrizione del contratto o manifestazione di volontà da parte dei consumatori ovvero in base a firme false, integrano fattispecie di pratiche commerciali aggressive in quanto violano gli artt. 20, 24, 25, lettera *a*), del Codice. Infatti, la fornitura non richiesta comporta un indebito condizionamento che limita o è, comunque, idoneo a limitare considerevolmente la libertà di scelta e di comportamento del consumatore.

Si considera, altresì, violato l'art. 26, lettera *f*), del Codice del Consumo, che annovera, tra le condotte considerate in ogni caso aggressive, il comportamento del professionista che esiga *“il pagamento immediato o differito (...) di prodotti che il professionista ha fornito, ma che il consumatore non ha richiesto (...)”* posto che, come visto, il professionista ha richiesto il pagamento delle forniture di energia elettrica e di gas naturale attivate in assenza del consenso del consumatore. Peraltro, la richiesta di pagamento per forniture non richieste rileva anche ai fini della tutela apprestata dall'art. 66 *quinquies* ai sensi del quale *“Il consumatore è esonerato dall'obbligo di fornire qualsiasi prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta di beni, acqua, gas, elettricità, teleriscaldamento o contenuto digitale o di prestazione non richiesta di servizi, vietate dall'articolo 20, comma 5, e dall'articolo 26, comma 1, lettera f), del presente Codice. In tali casi, l'assenza di una risposta da parte del consumatore in seguito a tale fornitura non richiesta non costituisce consenso”*.

Al riguardo, come osserva la stessa AEEGSI nel parere, la procedura di ripristino prevista dalla citata delibera avrebbe natura complementare e la sua applicabilità dipenderebbe esclusivamente dalla scelta del consumatore che vi aderisce volontariamente, non costituendo alcuna deroga alla norma di cui all'art. 66 *quinquies* del Codice del Consumo.

VI.2.2 *Instaurazione di rapporti commerciali e attivazioni di forniture a consumatori non pienamente consapevoli*

189. Dalle evidenze in atti emergono frequenti episodi di proposte di adesione acquisite dal professionista in relazione alle quali i consumatori contestano le modalità ingannevoli e/o omissive con cui i procacciatori hanno descritto le offerte oggetto di vendita, acquisendo un consenso alla sottoscrizione non pienamente consapevole.

190. Si ricorda quanto già osservato riguardo al fatto che le vendite nei mercati energetici in argomento sono di tipo *push*, ovvero attuate attraverso telefonate e visite a domicilio effettuate da agenti incaricati dal professionista. Come argomentato in premessa, la situazione di pressione psicologica che spesso accompagna la telefonata o la visita dell'agente e le condizioni di asimmetria informativa in cui agisce il consumatore creano un contesto in cui le scelte del consumatore possono facilmente essere indebitamente condizionate – attraverso vari meccanismi di persuasione volti a catturare la fiducia del consumatore e convincerlo della convenienza dell'offerta – inducendolo a prendere – in breve tempo e senza disporre di adeguati termini di confronto e riferimento – decisioni di natura commerciale che in condizioni diverse non avrebbe preso, le quali si traducono nella sottoscrizione (in forma scritta o via *vocal order*) di contratti sulla base di un consenso non basato su una scelta consapevole.

191. Come emerge dalle risultanze istruttorie, il professionista non ha definito procedure e modalità di presentazione ed illustrazione delle offerte in fase pre-contrattuale (e neppure in quella contrattuale) che assicurino una corretta comprensione della natura dell'offerta commerciale proposta né, nel caso del *teleselling*, delle specifiche modalità di conclusione del contratto e del valore attribuito alla registrazione della telefonata.

192. Dalla documentazione acquisita agli atti si evince infatti che, in vari casi, i consumatori sono stati indotti a sottoscrivere una proposta commerciale a favore di EE per l'attivazione di una fornitura di energia elettrica e di gas naturale sulla base di informazioni non veritiere o incomplete, veicolate dagli agenti durante la visita al proprio domicilio ovvero durante il contatto telefonico.

193. Nelle segnalazioni pervenute all'Autorità, i consumatori lamentano che:
i) alcuni contratti sarebbero stati conclusi a seguito di visite a domicilio da parte di agenti del professionista, durante le quali gli agenti stessi, dichiarando di dovere svolgere dei controlli o promettendo l'applicazione di

un piano tariffario più vantaggioso, avrebbero richiesto ai consumatori l'esibizione delle bollette o la visione dei contatori per acquisire i dati identificativi delle utenze, invitando poi a firmare il contratto affermando a volte che si trattava solo di moduli informativi da sottoscrivere per ricevuta; *ii*) durante le telefonate con gli operatori del *call centre* sarebbero stati invitati a fornire i dati identificativi delle utenze e sarebbe stata prospettata la possibilità di ottenere sconti o comunque vantaggi economici in un semplice cambio di tariffazione senza chiarire che in realtà il cambio di tariffazione proposta implicava il cambio del fornitore di energia e/o gas; *iii*) sarebbero stati informati solo parzialmente in merito alle caratteristiche dell'offerta prospettata dagli agenti, e di aver aderito pertanto a contratti diversi da quelli poi realmente attivati dal professionista; *iv*) gli agenti porta a porta e gli operatori dei *call centre* si sarebbero presentati genericamente come "Enel", inducendo in confusione gli utenti e lasciando credere che si trattasse della società che gestisce i clienti in regime di maggior tutela.

194. Il fenomeno che emerge dalle segnalazioni pervenute all'Autorità appare confermato sia dall'analisi che il professionista ha fornito delle stesse - per molte delle quali ha riferito di aver proceduto all'annullamento del rapporto commerciale in base alla fondatezza della richiesta -, sia dagli atti interni di EE acquisiti al fascicolo, dai quali è emerso che, in molti casi, i reclami pervenuti derivavano dalla comunicazione di informazioni ingannevoli e ambigue da parte degli agenti (sia in occasione delle attività di promozione e vendita effettuate porta a porta, che da parte degli operatori dei *call centre*), anche in ordine al fatto stesso della conclusione di un vero e proprio contratto, comportante il cambio di fornitore di energia elettrica e/o gas.

195. Inoltre, per il canale agenziale rilevano: *i*) gli annullamenti in sede di Quality Call per la motivazione "inganno"; *ii*) gli annullamenti sempre in sede di Quality Call per "rinuncia" e "ripensamento", anche alla luce delle evidenze circa la non precisa classificazione degli annullamenti cui sono state attribuite tali causali; *iii*) gli annullamenti derivanti da reclamo scritto con la causale "inganno", seconda solo a quella di disconoscimento.

Per il canale teleselling, parimenti rilevano: *i*) gli annullamenti con causale "inganno"; *ii*) gli annullamenti con causale "ripensamento/risoluzione per mutuo consenso/rinuncia" in cui certamente confluiscono doglianze circa le modalità di acquisizione del consenso; *iii*) le analisi effettuate dallo stesso professionista circa le gravi non conformità delle telefonate controllate a campione; *iv*) gli annullamenti derivanti da reclamo scritto con la causale

“inganno” anche qui seconda solo a quella del “disconoscimento”.

196. Tali evidenze dimostrano non solo l’inidoneità delle procedure di acquisizione, ma anche l’assenza di controllo sulle procedure stesse a fronte di gravi ed ampie situazione non conformi nella conclusione dei contratti.

EE ha previsto la procedura di Quality Call per tutti i rapporti commerciali acquisiti solamente per la rete di vendita porta a porta e non per le acquisizioni dal canale Teleselling. Inoltre, per quanto riguarda le vendite porta a porta, fino al mese di agosto 2015, nella eventualità in cui la *Quality Call* venisse rifiutata, il professionista procedeva all’attivazione della fornitura in quanto si riteneva tenuto a procedere con l’esecuzione dello stesso “*in mancanza di una volontà espressa e contraria del cliente*”.

VI.2.2.1. Peculiarità delle vendite telefoniche

197. Specifiche criticità si rilevano nel caso delle vendite telefoniche, che sono strutturate sulla base di due macro-sequenze immediatamente contigue, deputate, la prima, alla descrizione dell’offerta (non soggetta a registrazione) e, la seconda, all’acquisizione del consenso (*verbal order* soggetto a registrazione).

198. Dalla lettura degli script predisposti per la registrazione del consenso alla conclusione telefonica dei contratti, si evince, infatti, che non viene registrata la prima parte della conversazione, in cui viene effettivamente presentata l’offerta del professionista con tutti gli argomenti a tale scopo rappresentati dall’operatore, ma esclusivamente la successiva parte della stessa telefonata, in cui lo stesso riepiloga al possibile cliente i vari elementi della proposta contrattuale e chiede conferma dei dati della utenza e della volontà di aderire all’offerta.

199. Ebbene, come noto dalla comune esperienza, la prima fase – non sottoposta a registrazione – costituisce il momento determinante in cui si realizza l’“aggancio” del consumatore e, in questa, risulta possibile utilizzare varie tecniche di persuasione, anche mediante la prospettazione di suggestivi vantaggi e risparmi per il consumatore. La fase successiva, di tipo formale, avviene una volta che il consumatore si è “deciso” ad aderire all’offerta e alle condizioni prospettate dall’agente, e rappresenta un momento sostanzialmente ripetitivo di quanto precedentemente prospettato, in cui l’attenzione del consumatore è fisiologicamente scesa e in cui si richiede al consumatore di rispondere affermativamente alle richieste di conferma.

200. L’adozione di questa modalità di vendita si iscrive in un contesto di

elevata asimmetria informativa, che caratterizza l'intero processo di formazione della volontà contrattuale del consumatore. In particolare, le offerte oggetto di vendita al telefono nei mercati dell'energia elettrica e del gas naturale appaiono particolarmente complesse e i consumatori non hanno la capacità di comprenderne nel dettaglio le caratteristiche, considerato il contesto di tali mercati nei quali, a seguito della transizione verso un regime di liberalizzazione, si riscontra un innalzamento del *gap* di asimmetria informativa fra consumatore ed operatore commerciale¹³³. In tali settori, i consumatori non sono in genere dotati delle competenze specifiche necessarie per rilevare, e dunque fronteggiare, l'esistenza dei "pericoli" connessi alla fruizione delle forniture con la conseguenza di essere particolarmente vulnerabili ad eventuali condizionamenti esercitati nei loro confronti da venditori "aggressivi" o "particolarmente abili".

201. In altre parole, la sequenza di vendita sopra descritta facilmente sorprende i consumatori e incide sulle loro scelte in quanto, non essendo in grado di interloquire sugli elementi essenziali del contratto, non possono immediatamente valutare la bontà dell'offerta del professionista e finiscono per lo più per essere attratti dalle sole prospettazioni enfatiche, suggestive, parziali, omissive ed ingannevoli che possono essere veicolate nella prima fase del contatto con il consumatore; ciò tanto più se tale contatto è avvenuto sfruttando un effetto sorpresa, in un momento particolare della giornata, nei riguardi di persone anziane, o addirittura nei confronti di una persona diversa dal titolare della fornitura.

202. Per tali ragioni è richiesto, conseguentemente, ai professionisti uno standard di diligenza particolarmente elevato, non riconducibile ai soli canoni civilistici di valutazione della condotta ed esteso ad una fase antecedente rispetto all'eventuale conclusione del contratto¹³⁴.

203. Al riguardo anche il parere reso dall'AEEGSI, che sottolinea l'esigenza di rendere il consumatore edotto in merito alla conclusione di un contratto, soprattutto nel comparto energetico, caratterizzato da complessità dell'offerta commerciale e da significative asimmetrie informative, e ha osservato che molti dei reclami aventi oggetto forniture non richieste

¹³³ Cfr. TAR Lazio, n. 3722/09, cit..

¹³⁴ Cfr., ad esempio, Tar Lazio, 22 marzo 2012, n. 2734, PS2545 - ACEA Electrabel - Attivazione non richiesta; Tar Lazio, 26 gennaio 2012, n. 866, PS5803 - Italgicom - Forniture non richieste e, in materia di comunicazioni elettroniche, Cons. Stato, sentenza n. 1104 del 5.3.2015, nonché i provv. n. 19051 del 30 ottobre 2008, PS24 - Telecom - fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali, in Boll. n. 41/08, confermato da TAR Lazio, con sentenza del 15 giugno 2009 n. 5625. Sul punto, vedi anche PS9467 H3G SERVIZI PREMIUM provv. n. 25265 del 13 gennaio 2015, in Boll. n. 1/2015, confermato dal TAR Lazio, sentenza n. 11122/2015 del 9 settembre 2015.

sembrano originare da situazioni in cui il cliente finale non ha avuto piena consapevolezza dell'avvenuto perfezionamento di un contratto di somministrazione; ciò pur a fronte del rispetto da parte dei venditori degli obblighi di informativa pre-contrattuale previsti dal Codice del consumo e dalla regolazione dell'AEEGSI.

204. In tale contesto, dalle evidenze istruttorie si rileva che il professionista EE offre ai propri agenti una specifica formazione sui meccanismi della scelta del consumatore e sugli strumenti psicologici da utilizzare per migliorare i risultati di vendita adottando strategie basate sulla economia comportamentale, volte a sfruttare - con tecniche di comunicazione avanzate - alcuni errori sistematici (c.d. "*bias*" cognitivi) che incidono sulle modalità decisionali dei consumatori. EE dà altresì istruzioni per strutturare la comunicazione ai fini di un'azione subliminale utilizzando il linguaggio appropriato al tipo psicologico dell'interlocutore e di una comunicazione persuasiva basata su tecniche di empatia e sulla formulazione di espressioni accattivanti. EE, inoltre, dà indicazioni su come utilizzare lo script telefonico della proposta commerciale e su come superare alcune obiezioni tipiche dell'interlocutore, con la raccomandazione di allenarsi a dire "*le frasi giuste, al cliente giusto, nel modo migliore ed al momento giusto*".

205. Pertanto, solo dopo aver ricevuto la lettera di conferma del professionista nella quale sono riportati gli estremi delle condizioni commerciali applicate, il consumatore è posto in grado di acquisire davvero piena consapevolezza delle stesse, di conoscere in alcuni casi l'effettiva identità del professionista e di effettuare la valutazione della sua convenienza economica o l'aderenza ai suoi consumi rispetto al contratto in essere.

206. Inoltre, negli script utilizzati da EE per la vendita telefonica, le modalità di comunicazione delle informazioni in merito al diritto di ripensamento risultano suscettibili indurre in confusione il consumatore in ordine al suo contenuto ed alle modalità di esercizio. Infatti, mentre viene fornita una informativa piuttosto dettagliata nella fase preliminare di presentazione dell'offerta, quando al termine di essa si passa alla registrazione del consenso, nel *vocal order* e nel testo pre-registrato che il consumatore può ascoltare al termine della telefonata il diritto di ripensamento viene solo menzionato con uno scarso accenno in brevi frasi nelle quali lo stesso viene presentato accomunandolo al recesso successivo alla attivazione della fornitura¹³⁵.

¹³⁵ In particolare non viene chiarito che il diritto di ripensamento è finalizzato ad evitare il nascere del rapporto in modo da evitare la attivazione della fornitura, a differenza del recesso successivo, che interrompe un rapporto di fornitura già attivato e non viene neppure più fornito l'indirizzo al quale

207. Induce, infine, ancora più in confusione sulla modalità di conclusione del contratto e in particolare sul valore giuridico da attribuire alla registrazione appena conclusa la fase finale della telefonata, in cui si susseguono alla fine del *vocal order* l'avviso che, al termine della telefonata, è possibile "*riascoltare tutte le informazioni precontrattuali, nel rispetto del Codice del Consumo, precedentemente illustrate tramite una voce registrata di riepilogo*" e la frase - fuori registrazione - "*Adesso le forniremo un riepilogo delle informazioni pre-contrattuali necessarie per valutare l'offerta che le ho proposto, resti in linea*". Quest'ultima frase, infatti, appare suscettibile di indurre il consumatore a ritenere che il contratto non si concluda con la telefonata ma in un secondo momento.

208. Inoltre, proprio in tale canale, diversamente dal canale agenziale, il professionista non effettua una verifica *ex post*, ma solo un controllo ai fini della qualità commerciale e quindi ad esclusivo uso interno e limitatamente ad un campione delle telefonate.

VI.2.2.2. Controlli sugli agenti

209. Le rilevate carenze non risultano neppure compensate dal sistema di controlli, incentivi e sanzioni adottato dal professionista nei confronti degli agenti, pur in presenza di istruzioni volte ad indicare ad agenti e *call centre* le corrette modalità di svolgimento dei propri incarichi, così come di misure di incentivazione volte a contenere i comportamenti scorretti degli agenti e dei *call centre*.

Le procedure seguite per la concreta attuazione di tali misure, infatti, non sono tali da realizzare un efficace meccanismo di indirizzo dell'attività degli agenti che possa, di fatto, evitare il verificarsi di simili condotte, considerato che le penali da contratto non vengono in realtà addebitate quando l'agente ha comunque raggiunto un risultato positivo nel cosiddetto "*IVR - Indice di Vendor Rating*" che è articolato in tre parametri, di cui solo uno - quello di "*Qualità*" - tiene conto della correttezza verso il consumatore e comunque in concorrenza con il raggiungimento degli obiettivi di vendita, in modo che un elevato valore del parametro *Qualità* può essere raggiunto anche soltanto con una elevata performance commerciale.

210. Inoltre, la formulazione della clausola penale nei contratti con gli agenti delle reti di vendita indiretta di EE - che prevede, tra l'altro, addebiti per segnalazioni scritte pervenute da clienti e/o potenziali clienti - è stata resa

indirizzare la raccomandata per il ripensamento.

molto più generica nei moduli contrattuali da ultimo adottati da EE, con una conseguente minore chiarezza dei casi di applicazione e incisività delle penali, a scapito della tutela dei terzi contraenti.

211. Tali limitazioni che EE pone alla applicazione delle penali contrattualmente previste comportano anche una riduzione degli effetti dell'incentivo commerciale aggiuntivo adottato a fine del 2014 per premiare il raggiungimento di risultati relativi all'attività di acquisizione di nuovi clienti, considerato che EE ha precisato di non averlo erogato alle sole strutture che hanno già subito penali rilevanti per comportamenti *non compliant*.

212. Alla luce delle considerazioni svolte, le pratiche descritte, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, risultano contrarie agli articoli 20, 24 e 25 del Codice del Consumo poiché idonee a limitare considerevolmente la libertà di scelta del consumatore medio, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. In particolare, nell'ambito delle visite a domicilio tali pratiche riguardano lo scopo stesso delle visite, l'identità del professionista nonché le obbligazioni nascenti dal contratto; nel corso delle telefonate nel contatto *outbound* tali pratiche riguardano lo scopo stesso della chiamata, la circostanza che attraverso la registrazione del consenso il consumatore sta concludendo, tramite un mezzo di comunicazione a distanza, un contratto di fornitura, nonché le obbligazioni nascenti dal contratto.

213. I descritti elementi appaiono suscettibili di rafforzare l'indebito condizionamento al quale il consumatore è sottoposto nel settore di riferimento, in cui la valutazione della completezza e chiarezza delle informazioni fornite alla clientela si presenta particolarmente rigorosa anche in considerazione della recente liberalizzazione dei mercati coinvolti.

214. Non si riscontra, pertanto, nel caso di specie, il normale grado della specifica competenza ed attenzione che, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *h*), del Codice del Consumo, ragionevolmente un consumatore può attendersi da un operatore dello specifico settore di attività, avuto riguardo alla qualità del professionista ed alle caratteristiche dell'attività svolta. Al riguardo, occorre – come già detto – tenere presente che la conclusione di contratti di utenza a mezzo telefono ovvero a mezzo della visita a domicilio rappresenta una tecnica di commercializzazione dei propri servizi caratterizzata da forme di pressione ed intrusione nella sfera del consumatore particolarmente incisive, tenuto conto dell'esistenza di un'elevata asimmetria informativa tra il professionista ed il consumatore, dovuta sia alla particolare

complessità del settore, sia alle modalità con cui avviene il contatto, che rende quest'ultimo totalmente dipendente dal primo per quanto concerne la conoscenza degli elementi rilevanti in merito alla conclusione del contratto ed alle caratteristiche del servizio proposto.

VI.2.3 Procedure adottate per la gestione dell'accertamento di contratti inesistenti e del diritto di ripensamento e richiesta del pagamento a fronte di attivazioni non richieste

215. A fronte della possibilità che le modalità di vendita adottate generino acquisizioni di rapporti commerciali e attivazioni di forniture non richieste o non consapevolmente assentite, nella valutazione dei comportamenti di EE rileva anche la qualità delle misure adottate per porre rimedio a tali evenienze con la massima celerità e agevolezza, evitando ai consumatori una indebita attribuzione di oneri contrattuali.

VI.2.3.1. Gestione dei reclami per contratti inesistenti e dell'esercizio del diritto di ripensamento

216. Le evidenze istruttorie mostrano che il professionista non ha permesso ai consumatori di liberarsi facilmente ed in breve tempo dai vincoli derivanti dalla instaurazione non voluta di un rapporto commerciale e dall'attivazione non richiesta di una fornitura.

217. Alcune segnalazioni lamentano, infatti, che il professionista non avrebbe fornito tempestivi riscontri o avrebbe dato risposte negative a fronte dei reclami per attivazioni non richieste di servizi e delle richieste di vedersi riconoscere il diritto al recesso, in alcuni casi con la motivazione del decorso di un periodo superiore a quello previsto per tale diritto.

Si è appurato, in effetti, che può accadere che il titolare di una fornitura si renda conto di essere diventato cliente di EE troppo tardi per le procedure dallo stesso adottate, anche se dal suo punto di vista sta esercitando il proprio diritto di recesso immediatamente dopo essersi reso conto di essere stato annoverato fra i clienti del professionista.

218. Infatti in generale la carenza delle verifiche svolte da EE su quelli che considera contratti a partire dal momento in cui vengono immessi nel suo sistema informativo ad opera della rete di vendita può comportare che un consumatore si avveda solo molto tardi di essere considerato un cliente dal professionista.

219. Per quanto riguarda, inoltre, i contratti conclusi con il canale *teleselling* il termine di 20 giorni lavorativi dal momento della conclusione del contratto adottato da EE per stabilire la accoglibilità o meno del ripensamento del consumatore non garantisce affatto che, in caso di rapporti commerciali attivati in assenza di una consapevole manifestazione di volontà, il consumatore venga a conoscenza di tale realtà prima dello scadere del termine stabilito dal codice del consumo per l'esercizio del diritto di ripensamento, in quanto EE non si assume una specifica responsabilità delle tempistiche di stampa e postalizzazione che la *Welcome Letter* sconta prima di arrivare al consumatore.

220. In ogni caso EE dà corso ai reclami dei consumatori che eccepiscono di non avere mai voluto stipulare un contratto e alle richieste di quelli che intendono esercitare il diritto di ripensamento solo subordinatamente alla tempistica adottata dallo stesso professionista per la trasmissione della richiesta di attivazione al distributore (prima della trasmissione viene dato corso immediatamente alla richiesta, mentre dopo la trasmissione viene preteso l'invio di una raccomandata A/R), con il risultato che solo in una minoranza dei casi le procedure adottate da EE hanno permesso ai terzi di sottrarsi con semplicità a una indebita attribuzione di oneri contrattuali.

221. La richiesta dell'invio di una raccomandata A/R, inoltre, propendendo per la soluzione in assoluto più onerosa per il consumatore fra le tante possibili opzioni, comporta l'imposizione sul consumatore di un aggravio di forma oneroso e non proporzionale rispetto alle modalità di acquisizione del cliente, soprattutto quando il contatto con il consumatore sia stato preso da EE attraverso il canale del *teleselling*.

222. Al riguardo si rileva, inoltre, che non viene reso noto in nessun modo ai consumatori che il professionista accoglie anche i ripensamenti e i reclami verbali che pervengono a mezzo telefono. In tale modo, mentre da un lato EE limita la libertà dei consumatori di utilizzare qualsiasi altro mezzo (fra i quali ad esempio telefax e PEC offrono altrettanta certezza di contenuto e di consegna quanto una raccomandata AR), dall'altro il professionista si lascia aperta la possibilità di accogliere richieste pervenute in qualsiasi forma, sfruttando - a propria totale discrezione e secondo la propria convenienza - la più o meno ampia finestra temporale prevista dalle procedure del settore per l'effettiva attivazione della fornitura (che dipende caso per caso dal momento in cui viene acquisito il rapporto commerciale e si allunga se la scadenza del periodo di ripensamento cade nei primi giorni del mese, considerato che la richiesta di *switching* viene presentata da EE al

distributore fra il 20 e il 30 di ogni mese). Ciò conferma che anche in questa fase del rapporto con i consumatori la scelta commerciale di EE è improntata esclusivamente al conseguimento dei propri obiettivi economici – in questo caso attraverso il contenimento dei costi generati dai difetti del processo di vendita – senza porsi come regola preliminare quella di permettere ai consumatori il pieno esercizio del proprio diritto di scelta consapevole ed informata.

223. Infine, anche quando il consumatore invii un reclamo che il professionista considera qualificabile come un "*reclamo per attivazione non richiesta*", il professionista non lo considera fondato in base alla mera verifica del rispetto di alcuni adempimenti regolatori, anche nei casi in cui dalle sue verifiche dovesse risultare che effettivamente lo stesso non ha prestato il proprio consenso alla conclusione di un contratto.

224. Infatti, nell'articolato sistema di verifiche posto in essere sui comportamenti dei propri agenti e *call centre*, EE distingue fra l'individuazione di un comportamento scorretto dei propri incaricati e l'accoglimento delle richieste di annullamento di un contratto non voluto, ipotizzando "*due processi paralleli e integrati*" nell'ambito dei quali "*Il processo di verifica sulla conformità della vendita è svincolato dalla fondatezza o meno verso il cliente*". In particolare, risulta che nei casi di QC effettuata a cliente irreperibile o che rifiuta il contatto EE respingeva sempre fino al mese di agosto 2015 i reclami, mentre se parallelamente individuava una incongruenza nella firma del reclamo rispetto a quella del contratto la considerava un comportamento scorretto soggetto a penale a carico dell'agente.

225. Si rileva, al riguardo che negli ultimi anni, secondo quanto riferito dall'Autorità di settore, il professionista ha anche respinto un numero non trascurabile (*[0-5%]*) dei "*reclami per attivazione non richiesta*" con rigetti che lo Sportello per il consumatore di energia ha considerato non regolari secondo i criteri di cui alla deliberazione 153/12.

226. È poi indice del rilievo del tutto marginale attribuito ai reclami telefonici l'assenza di una classificazione dell'archivio informatico degli stessi tale permettere almeno di individuare, da un lato, le richieste di annullamenti contrattuali per attivazioni illecite e, dall'altro, i ripensamenti dei clienti. Infatti l'unico archivio dichiarato da EE come attendibile rispetto alle attivazioni illecite è quello dei "*reclami*" pervenuti in forma scritta.

Analogamente le risultanze istruttorie evidenziano che un certo numero dei MDA che vengono classificati come annullati "*per rinuncia o ripensamento*

del cliente" in sede di QC non sono in realtà riferibili alla rinuncia del cliente, bensì ad *“altre motivazioni effettive di annullamento”*.

227. Le procedure adottate dal professionista mettono, dunque, in luce una disinvoltura nel classificare come ripensamenti anche i reclami per attivazioni non richieste che non siano stati presentati secondo certi requisiti formali, ma sono comunque dei disconoscimenti, atteso che il cliente rappresenta non già la decisione di sciogliersi dal vincolo contrattuale validamente concluso quanto piuttosto l'esistenza di elementi perturbatori intervenuti nel processo formativo della volontà; elementi perturbativi che fanno deviare la volontà dal suo corso normale, fino a farla diventare diversa da quella che ci sarebbe stata senza questi elementi.

VI.2.3.2. Richiesta del pagamento per forniture non richieste

228. Sempre in ordine alla qualità delle misure adottate per porre rimedio con la massima celerità e agevolezza alle attivazioni non richieste lamentate dai consumatori, rileva, infine, la condotta concretamente adottata da EE, che nel caso di accertata attivazione non richiesta addebita il consumatore e ne richiede il pagamento.

229. Per ciò che concerne una fornitura non richiesta, il fatto che l'energia elettrica o il gas siano stati consumati non determina, di per sé, il sorgere di un diritto in capo al fornitore non richiesto, atteso che il consumatore non era consapevole del fatto che l'elettricità o il gas consumati provenivano da un fornitore differente da quello originariamente scelto (né avrebbe potuto accertarsi del contrario). Anzi, tale diritto è escluso dall'articolo 66-*quinquies* del Codice del Consumo.

230. Si rileva che l'AEEGSI ha al riguardo precisato che *“l'intento della deliberazione 153/12 non è tanto quello di sanzionare pratiche commerciali scorrette consistenti in forniture non richieste (ai sensi dell'art. 66-quinquies del Codice del consumo), quanto, piuttosto, di favorire la composizione volontaria di controversie insorte nei settori dell'energia elettrica e il gas tra imprese e clienti finali in materia di contratti che questi ultimi ritengono conclusi in modo anomalo, mediante la richiamata procedura di ripristino”* e che tale *“procedura costituisce uno strumento di tutela del cliente finale, ulteriore e non sovrapponibile a quelli previsti dall'ordinamento (quali la tutela giudiziaria e le disposizioni del Codice del consumo)”*.

Alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale in esame, consistente nell'ostacolare l'esercizio del diritto di recesso, oltre che le

istanze di disconoscimento o contestazione dei contratti, integra una pratica commerciale aggressiva ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo. In particolare, gli ostacoli posti all'esercizio di diritti e prerogative spettanti per legge ai consumatori realizzano una violazione dell'art 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, nella misura in cui le condotte dilatorie, omissive, oltre che la gestione rallentata delle istanze e le richieste di pagamento, risolvendosi in altrettanti "*ostacol[i] non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista qualora il consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di cambiare prodotto o rivolgersi ad altro professionista*", sono idonee a generare in capo al consumatore un indebito condizionamento tale da limitare considerevolmente la sua libertà di scelta in relazione a dette facoltà.

231. Anche tale condotta, infine, non risulta conforme al livello di ordinaria diligenza ragionevolmente esigibile ai sensi dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo. In particolare, non si riscontra che il professionista abbia adottato, con la diligenza professionale che gli è richiesta, misure idonee a tenere i consumatori al riparo dalle conseguenze dei comportamenti illeciti contestati, annullando sollecitamente gli effetti dei medesimi comportamenti, senza onere alcuno.

VI.2.4. Conclusioni

232. Alla luce delle considerazioni svolte, le pratiche descritte nel precedente punto II, lettere A) e B), del presente provvedimento, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, appaiono aggressive in quanto idonee a limitare considerevolmente la libertà di scelta del consumatore medio, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

233. In particolare, tali pratiche riguardano: nell'ambito delle visite a domicilio, lo scopo stesso delle visite a domicilio, l'identità del professionista nonché le obbligazioni nascenti dal contratto; nel corso delle telefonate nel contatto *outbound*, lo scopo stesso della chiamata, la circostanza che attraverso la registrazione del consenso il consumatore sta concludendo, tramite un mezzo di comunicazione a distanza, un vero e proprio contratto di fornitura nonché le obbligazioni nascenti dal contratto.

234. Rispetto ai settori di riferimento, peraltro, la valutazione della completezza e chiarezza delle informazioni fornite alla clientela si presenta particolarmente rigorosa in considerazione dell'evidenziata asimmetria

informativa tra operatori economici e consumatori da ricondurre alla recente liberalizzazione dei mercati coinvolti.

235. Non si riscontra, pertanto, nel caso di specie, “*il normale grado della specifica competenza ed attenzione*” che, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lettera *h*), del Codice del Consumo, ragionevolmente un consumatore può attendersi da un operatore dello specifico settore di attività, avuto riguardo alla qualità del professionista ed alle caratteristiche dell’attività svolta.

236. Infine, occorre tenere presente che la conclusione di contratti di utenza a mezzo telefono ovvero a mezzo della visita a domicilio rappresenta una tecnica di commercializzazione dei propri servizi caratterizzata da forme di pressione ed intrusione nella sfera del consumatore particolarmente incisive, tenuto conto dell’esistenza di un’elevata asimmetria informativa tra il professionista ed il consumatore, dovuta sia alla particolare complessità del settore sia alle modalità con cui avviene il contatto, che rende quest’ultimo totalmente dipendente dal primo per quanto concerne la conoscenza degli elementi rilevanti in merito alla conclusione del contratto ed alle caratteristiche del servizio proposto.

237. Pertanto, i comportamenti descritti alle lettere A) e B) della Parte II risultano aggressivi ai sensi degli articoli 20, 24, 25 e 26 del Codice del Consumo e in particolare: *i*) le modalità di instaurazione di un rapporto economico in assenza del consenso del consumatore che in molti casi determina l’attivazione di una fornitura non richiesta configura la violazione degli articoli 20, 24, 25 e 26, lettera *f*), in quanto idonei a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento dei consumatori; *ii*) le modalità adottate di acquisizione e verifica del consenso del consumatore, anche in relazione ai tempi e luoghi dei contatti, configurano la violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto, tenuto conto della complessità dell’offerta commerciale e delle significative asimmetrie informative che contraddistinguono il settore, limitano notevolmente la capacità dei consumatori di prendere una decisione consapevole; *iii*) le modalità di gestione dei reclami e delle manifestazioni del ripensamento configurano la violazione dell’articolo 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto consistenti nell’opposizione di ostacoli non contrattuali onerosi o sproporzionati all’esercizio dei diritti contrattuali del consumatore, compresi quello di vedersi riconosciuta l’inesistenza di un contratto o di risolvere un contratto o di rivolgersi ad un altro professionista, o di non pagare un corrispettivo non dovuto ai sensi dell’articolo 66 *quinquies* del Codice del Consumo.

VI.2.4.1. Le nuove procedure adottate in corso di procedimento e quelle in corso di predisposizione

238. Per quanto riguarda il canale di vendita porta a porta, l'introduzione dell'invio di una lettera di *caring* dedicata a tutti i clienti che rifiutano il contatto con gli operatori di EE o che risultano irreperibili dopo i tentativi di contatto in sede di *Quality Call*, con estensione del termine per esercitare il diritto di ripensamento appare tale da modificare sostanzialmente la condotta del professionista, che offre in questo modo la possibilità di sottrarsi ad un rapporto commerciale non voluto proprio a coloro che, non avendo mai inteso instaurarne uno, vengono per la prima volta informati dell'esistenza di un modulo di adesione che è stato a loro imputato, mettendoli in condizione di disconoscerlo tempestivamente, prima che venga attivata la fornitura per un rapporto commerciale acquisito senza l'effettiva volontà del titolare del rapporto di fornitura.

239. Non ha, invece, ampiezza adeguata a creare un radicale cambiamento della situazione precedente l'effettuazione di una chiamata di conferma secondo il modello della *Quality Call* nei confronti di un campione pari al 10% dei nuovi rapporti commerciali acquisiti tramite "*teleselling outbound*". Anche le altre modifiche già attuate non appaiono sufficienti a superare le importanti criticità evidenziate nelle valutazioni sopra svolte, in quanto una ha il solo effetto di rendere più agevole contattare il professionista in merito ai nuovi rapporti commerciali e l'altra, pur introducendo un ulteriore incentivo a favore degli agenti operanti nel "*teleselling outbound*", non appare sufficiente a compensare il complessivo approccio adottato, secondo il quale il perseguimento di un effettivo consenso consapevole da parte del cliente non viene imposto come priorità rispetto a quello del raggiungimento degli obiettivi di vendita.

240. Appare, invece, idonea a modificare sostanzialmente la condotta del professionista il cambiamento che EE sta predisponendosi a realizzare nella contrattualizzazione a mezzo delega per il canale agenzia, prevedendo sistematicamente la necessità della ratifica da parte del titolare della fornitura.

241. Allo stesso modo, appare idonea a modificare sostanzialmente la condotta del professionista nel canale *teleselling* la previsione di una più chiara prospettazione della scelta del consumatore per l'espressione in sede telefonica del proprio consenso unita alla fase aggiuntiva per l'accertamento del consenso consapevole attraverso l'invio del plico contrattuale contenente

anche le istruzioni per l'ottenimento della registrazione del *vocal order* e la successiva effettuazione di una chiamata di conferma con le modalità indicate dal professionista. Pare altresì utile a mitigare in maniera provvisoria le importanti criticità evidenziate nelle valutazioni sopra svolte la temporanea adozione, per lo stretto tempo necessario al compimento delle modifiche, della più limitata misura consistente nell'effettuazione di una Quality Call sul 100% dei contratti acquisiti a mezzo telefono.

242. Pertanto le modifiche alle procedure in corso di predisposizione da parte del professionista appaiono suscettibili di modificare sostanzialmente le condotte oggetto del procedimento e potranno rivelarsi idonee a superare le criticità sopra evidenziate in funzione delle modalità attuative che il professionista adotterà in concreto.

VI.3. Violazione dei diritti dei consumatori nei contratti

243. Come noto, dal 13 giugno 2014 le società che effettuano vendite di prodotti o servizi utilizzando tecniche di comunicazione a distanza o fuori dai locali commerciali devono rispettare le novità normative introdotte dal D.Lgs. 21 febbraio 2014 n. 21 nel Codice del Consumo. L'accertamento di tali violazioni rileva autonomamente e, in concreto, prescinde dall'idoneità delle condotte a falsare il comportamento economico del consumatore.

244. In particolare, con il recepimento della direttiva 2011/83/UE l'obiettivo di una più adeguata informazione del consumatore viene perseguito attraverso un duplice ordine di strumenti: da un lato l'ampliamento contenutistico degli obblighi di conoscenza a carico dell'operatore professionale e, dall'altro, l'indicazione di specifici requisiti di forma, previsti dagli articoli 50 e 51 cod. cons., necessari a rendere il consumatore consapevole del contenuto del contratto che è sul punto di stipulare e a garantire il diritto alla trasparenza delle condizioni contrattuali. In pratica non è più sufficiente che il compratore accetti verbalmente l'offerta formulatagli nel corso della conversazione con l'operatore che gli ha illustrato il prodotto o il servizio messo in vendita. Per dare certezza all'acquisto occorrerà che la proposta sia adeguatamente confermata al consumatore prima della sua adesione e che la conferma dell'adesione del cliente sia adeguatamente provata.

All'informazione e alla forma, quali strumenti non solo di superamento delle asimmetrie contrattuali, ma anche tecniche di trasparenza delle condizioni contrattuali si affiancano regole assolutamente nuove che attengono al

momento di perfezionamento del contratto, e alla decorrenza del termine per il diritto di recesso.

245. Tali regole di protezione tengono conto della peculiarità degli strumenti negoziali in esame, che si caratterizzano o per la carenza della presenza fisica simultanea delle parti contraenti (cd. contratti *inter absentes*) o per la compresenza del soggetto al di fuori dei locali commerciali, cui corrisponde un'accentuazione della posizione di debolezza del consumatore rispetto alla controparte, specie per quanto riguarda il profilo informativo. La *ratio* di fondo delle previsioni è, pertanto, da ravvisare nell'esigenza di tutelare il consumatore che a causa della “*distanza*” o del “*luogo*” si trovi nell'impossibilità di prendere visione di quanto gli viene offerto ovvero di conoscerne con sufficiente precisione e chiarezza le caratteristiche e le condizioni economiche, prima della conclusione del contratto.

246. È di tutta evidenza, dunque, che le nuove disposizioni avrebbero dovuto avere un impatto sulle modalità di acquisizione del consenso da parte del professionista, sia con riferimento al *teleselling* che avuto riguardo alla conclusione di contratti fuori dai locali commerciali.

VI.3.1. Diritto di ripensamento

247. Le risultanze istruttorie evidenziano che attraverso la propria rete di vendita il professionista non consegna al consumatore il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B, come prescritto per tutti i contratti a distanza e i contratti negoziati fuori dei locali commerciali, in caso di sussistenza di un diritto di recesso, dall'art. 49, comma 1, lettera *h*), del Codice del Consumo, come modificato dal D.Lgs. 21/2014 di recepimento della Direttiva 2011/83/UE (c.d. *consumer rights*).

248. Tale inadempimento riveste in generale una grande importanza nella predisposizione di uno strumento attraverso il quale il consumatore viene posto in condizione di esercitare più agevolmente un proprio diritto, che in mancanza di tale strumento potrebbe risultare notevolmente più complesso far valere.

249. Nel caso di specie, inoltre, la consegna del detto modulo assume un particolare rilievo anche alla luce del quadro più sopra delineato delle vendite di energia elettrica e di gas porta a porta o tramite *teleselling*, nel quale il consumatore può non avere la piena consapevolezza dell'avvenuto perfezionamento di un contratto di somministrazione; in tale contesto la consegna di un modulo tipo di recesso assume anche una importante

funzione informativa, risultando di per sé tale da avvertire il consumatore che lo stesso si trova nella condizione di potere (e dovere se lo desidera) esercitare un diritto di recesso rispetto ad un vincolo contrattuale di cui potrebbe altrimenti non essere consapevole.

VI.3.2. Requisiti di forma previsti dall'art. 51, comma 6, Cod. Cons.

250. Le risultanze istruttorie evidenziano che il professionista ha concluso contratti a distanza mediante telefono, aventi ad oggetto il servizio di fornitura di energia elettrica e/o gas, senza rispettare i requisiti di forma previsti dall'art. 51, comma 6, Cod. Cons. come modificato dal D.Lgs. 21/2014 di recepimento della Direttiva 2011/83/UE (c.d. *consumer rights*).

251. Quanto al *teleselling*, l'art. 51 Cod. Cons. comma 6, riproducendo il sesto paragrafo dell'art 8 della direttiva 2011/83/UE, statuisce che *“Quando un contratto a distanza deve essere concluso per telefono, il professionista deve confermare l'offerta al consumatore, il quale è vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto; in tali casi il documento informatico può essere sottoscritto con firma elettronica ai sensi dell'articolo 21 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modificazioni. Dette conferme possono essere effettuate, se il consumatore acconsente, anche su un supporto durevole”*.

252. La norma prevede pertanto che il vincolo contrattuale si completi e sorga a seguito dell'accettazione e della sottoscrizione per iscritto dell'offerta da parte del consumatore. L'ultimo periodo della disposizione, tuttavia, consente una strada alternativa alla regola tipica, permettendo ai professionisti, *previo consenso del consumatore*, di poter formalizzare la dichiarazione confermativa del professionista (i.e. l'offerta) e la successiva dichiarazione di conferma del consumatore tramite supporto durevole.

253. Il consenso richiesto dal legislatore implica che il consumatore accetti espressamente, in riscontro a quanto proposto dal professionista, di ricevere la conferma dell'offerta su di un supporto durevole e di formulare la propria dichiarazione di conferma mediante supporto durevole. Il legislatore individua pertanto nella forma scritta la regola per la conclusione del contratto e consente l'adozione della procedura alternativa solo ove vengano rispettate determinate condizioni, al fine di garantire la consapevolezza di contrarre del consumatore.

254. In questo contesto, la prestazione consapevole di tale consenso pone in capo al professionista l'onere di informare preliminarmente il consumatore

in merito alle modalità alternative di conclusione del contratto contemplate dalla norma e alle conseguenze giuridiche che ne discendono e, in particolare, in relazione al fatto che l'espressione del consenso al supporto durevole esclude la possibilità per il consumatore di vincolarsi solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto. Tale onere informativo si giustifica in ragione della posizione di vantaggio di cui il professionista gode rispetto all'altro contraente, oltre che in ragione dell'asimmetria informativa e contrattuale in cui versa il consumatore, anche in considerazione del fatto che il contenuto della conversazione telefonica registrata è predefinito unilateralmente dalla società (c.d. *vocal order*) ed è caratterizzato da domande che richiedono unicamente risposte affermative o negative da parte del potenziale cliente.

255. Si osservi, inoltre, che la registrazione delle telefonate nella sola disponibilità del professionista non appare idonea ad integrare la nozione di supporto durevole di cui all'art. 45, lettera l), del Codice del Consumo. Oltre al tenore letterale del richiamato articolo che considera supporto durevole esclusivamente lo strumento che permette al consumatore di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate¹³⁶, rileva ai fini della individuazione della nozione, anche il contenuto del considerando 23 della direttiva 2011/83/UE nel quale, oltre a contenere alcune esemplificazioni di tale strumento¹³⁷, si specifica: “*I supporti durevoli dovrebbero permettere al consumatore di conservare le informazioni per il tempo ritenuto necessario ai fini della protezione dei suoi interessi derivanti dalla relazione con il professionista*”.

256. Ciò che si richiede quindi, secondo la definizione comunitaria di “supporto durevole” sopra richiamata, è che tale supporto – materiale o elettronico – possa essere “conservato” dal destinatario della dichiarazione; che esso sia, in altri termini, nella piena disponibilità di fatto di quest'ultimo¹³⁸.

¹³⁶ L'art. 45, lett. l) cod. cons. rubricato “supporto durevole” recita: *ogni strumento che permetta al consumatore o al professionista di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate*”.

¹³⁷ In particolare, il considerando 23 citato prosegue: “*Dovrebbero rientrare tra detti supporti in particolare documenti su carta, chiavi USB, CD-ROM, DVD, schede di memoria o dischi rigidi del computer nonché messaggi di posta elettronica*”.

¹³⁸ La stessa Corte di Giustizia ha a più riprese evidenziato che un supporto può essere considerato durevole nella misura in cui consente al consumatore di conservare le informazioni a lui destinate personalmente, garantisce l'assenza di alterazione del loro contenuto nonché la loro accessibilità per un congruo periodo e offre al consumatore la possibilità di riprodurle identiche. Corte di giustizia, sentenza 5 luglio 2012, causa C-49/11, Content Services LTD.

257. Non basta dunque una registrazione vocale della telefonata conservata dal professionista e tenuta semplicemente a disposizione del consumatore e a lui comunicata su richiesta, in quanto difetta per il consumatore la piena disponibilità di fatto del supporto.

258. Infine, l'art. 51, co. 7., prevede nel caso in cui il contratto è concluso su un mezzo durevole, una comunicazione confermativa da parte del professionista circa il fatto che il contratto è stato concluso.

259. Premesso tale inquadramento normativo circa i requisiti *minimi* ai quali i processi di vendita telefonica devono conformarsi al fine di garantire il rispetto formale della disposizione in esame, l'istruttoria ha evidenziato come il professionista non abbia prontamente adeguato i propri processi di vendita alle nuove prescrizioni normative, non acquisendo un espresso consenso all'utilizzo del supporto durevole e considerando concluso il contratto senza confermare l'offerta al consumatore e senza che quest'ultimo l'abbia firmata o accettata per iscritto.

260. Nel corso dell'istruttoria EE ha infatti riconosciuto che il contratto si conclude al telefono mediante la registrazione telefonica con il consumatore, durante la quale il professionista si è limitato ad acquisire il consenso del consumatore alla registrazione della telefonata. La documentazione cartacea inviata ne è la mera conferma ai sensi dell'art. 51, comma 7, cod. cons. e la registrazione della telefonata viene inviata al consumatore solamente su sua richiesta.

261. La procedura di *teleselling* descritta pertanto non risulta rispettosa – neanche nella nuova versione degli *script* adottata nel mese di dicembre 2014 – dei requisiti formali individuati dal legislatore al fine di salvaguardare l'autodeterminazione del consumatore sotto tre distinti profili.

262. Più nel dettaglio, durante il corso della chiamata EE in violazione di quanto disposto dall'art. 51, comma 6, non ha acquisito *in modo esplicito* il consenso del consumatore ed effettuare lo scambio delle conferme tramite supporto durevole né ha informato quest'ultimo in merito alla circostanza che con la registrazione telefonica il consumatore di fatto rinunciava alla forma scritta, ossia alla possibilità di ricevere la conferma dell'offerta del professionista in forma cartacea e per iscritto.

263. Infine, dopo l'unico contatto telefonico, il professionista non ha messo sistematicamente a disposizione del consumatore il supporto durevole contenente le dichiarazioni confermativa, astenendosi anche dal prevedere nello *script* una informazione al consumatore circa la eventuale possibilità di fare richiesta della registrazione.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

264. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che accerta la condotta posta in essere in violazione del Codice del Consumo (*sub* specie di pratica commerciale scorretta e violazione dei diritti dei consumatori nei contratti), 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.

265. 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.

266. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame che EE è una società di rilevanti dimensioni economiche nel proprio settore di riferimento, con un fatturato, nel 2014 di circa 9,5 miliardi di euro.

267. Le pratiche contestate alle lettere A) e B) del Punto II sono state inoltre caratterizzate da un'ampia diffusione, in quanto poste in essere attraverso la contrattualizzazione di più reti di vendita agenziale e con modalità particolarmente insidiose. Inoltre, le pratiche descritte devono considerarsi particolarmente gravi, in quanto hanno interessato un numero significativo di consumatori, se pur, nel settore della vendita di gas naturale, in numero più ridotto. Rileva, ancora, la particolare asimmetria informativa esistente tra professionista e consumatori, dovuta alla liberalizzazione del mercato della vendita ai clienti finali dell'energia elettrica ed alla scarsa conoscenza da parte dei consumatori del fenomeno della liberalizzazione del settore del gas naturale. Rispetto a tali settori, pertanto, l'obbligo di completezza e chiarezza delle informazioni veicolate si presenta particolarmente stringente.

268. Per quanto riguarda poi la durata delle violazioni, dagli elementi disponibili in atti le pratiche commerciali descritte al Punto II, *sub* A) e B), risultano poste in essere dal gennaio 2013 ad oggi.

269. Tenendo conto della gravità e della durata delle descritte pratiche, alla luce di quanto sopra, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione da irrogare alla società Enel Energia, per la pratica commerciale scorretta di cui alla lettera A) del punto II, nella misura di 2.000.000 € (due milioni di euro); per la pratica commerciale scorretta di cui alla lettera B) del punto II, nella misura di 500.000 € (cinquecentomila euro);

270. D'altro lato, si deve tenere conto dell'intervento di EE a favore dei consumatori segnalanti nei confronti dei quali sono state adottate alcune misure idonee ad eliminare le conseguenze dell'illecito quali quelle descritte nel presente provvedimento ed altre verranno adottate nel futuro secondo i tempi indicati. Le misure adottate e proposte impatteranno notevolmente sulle procedure di acquisizione nell'ottica di rendere pienamente edotto il consumatore – prima della conclusione del contratto – delle caratteristiche delle offerte di energia elettrica e gas proposte dal professionista.

271. Alla luce di quanto precede, si ritiene di riconoscere una circostanza attenuante pari al 20% (ovvero pari a 400.000 € per la pratica *sub* A) e pari a 100.000 € per la pratica *sub* B)). Pertanto, si determina l'importo delle sanzioni amministrative pecuniarie applicabili alla società EE:

- a) per la pratica commerciale di cui al punto II, *sub* A), nella misura di 1.600.000 € (unmilionesecentomila euro);
- b) per la pratica commerciale di cui al punto II, *sub* B), nella misura di 400.000 € (quattrocentomila euro).

272. Le violazioni contestate alla lettera C) del Punto II sono state anch'esse caratterizzate da un'ampia diffusione, in quanto poste in essere attraverso la contrattualizzazione di più reti di vendita agenziale. Inoltre, le pratiche descritte devono considerarsi particolarmente gravi, in quanto hanno interessato un numero significativo di consumatori, se pur, nel settore della vendita di gas naturale, in numero più ridotto.

273. Per quanto riguarda poi la durata delle violazioni, dagli elementi disponibili in atti le violazioni contestate alla lettera C) del Punto II risultano poste in essere dal giugno 2014 ad oggi.

274. Tenendo conto della gravità e della durata delle descritte violazioni, nonché del fatto che tali violazioni sono state poste in essere in una fase di prima attuazione delle nuove norme introdotte dal D. Lgs 21 febbraio 2014 n. 21 nel Codice del Consumo, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società EE:

- a) per la violazione dell'art. 51, comma 6, del Codice del Consumo nella misura di 100.000 € (centomila euro);
- b) per la violazione dell'art. 49, comma 1, lettera *h*), del Codice del Consumo nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro);

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), consistente nell'aver attivato forniture non richieste di energia elettrica in assenza di una

corrispondente manifestazione di volontà, nell'aver diffuso – per il tramite dei propri agenti – informazioni ingannevoli o omissive al fine di effettuare attivazioni di forniture non richieste, nonché nell'aver ostacolato il diritto dei consumatori di disconoscere il contratto o di recedere dallo stesso, risulta scorretta ai sensi delle disposizioni di cui agli articoli 20, comma 2, 24, 25, lettera *d*), e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), consistente nell'aver attivato forniture non richieste di gas naturale in assenza di una corrispondente manifestazione di volontà, nell'aver diffuso – per il tramite dei propri agenti – informazioni ingannevoli o omissive al fine di effettuare attivazioni di forniture non richieste, nonché nell'aver ostacolato il diritto dei consumatori di disconoscere il contratto o di recedere dallo stesso, risulta scorretta ai sensi delle disposizioni di cui agli articoli 20, comma 2, 24, 25, lettera *d*), e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che le condotte descritte al punto II, lettera C), poste in essere successivamente al 13 giugno 2014, integrino violazioni degli artt. 49, comma 1, lettera *h*), e 51, comma 6, del Codice del Consumo, in relazione alla mancata acquisizione del consenso espresso e informato del consumatore ad effettuare le conferme su supporto durevole, al non mettere nella piena disponibilità dei consumatori la registrazione della telefonata in modo che questi ultimi possano conservarla e accedervi in futuro per un congruo periodo di tempo e, infine, al non aver messo a disposizione del consumatore il modulo di recesso;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Enel Energia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24, 25 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Enel Energia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24, 25 e 26, lettera f), del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

c) che le condotte descritte al punto II, lettera C), del presente provvedimento, poste in essere dalla società Enel Energia S.p.A., costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, distinte violazioni degli articoli 49, comma 1, lettera h), e 51, comma 6, del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

d) che, con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, alla società Enel Energia S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.600.000 € (unmilionesecentomila euro);

e) che, con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, alla società Enel Energia S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 400.000 € (quattrocentomila euro);

f) che, con riferimento alle violazioni descritte al punto II, lettera C), del presente provvedimento, alla società Enel Energia S.p.A. siano irrogate due sanzioni amministrative pecuniarie, la prima di 100.000 € (centomila euro) e la seconda di 50.000 € (cinquantamila euro);

g) 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 ai punti a), b) e c).

Le sanzioni amministrative irrogate di cui alle lettere d), e) ed f) devono essere pagate entro il termine di trenta 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*.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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