

ATTIVITÀ DI TUTELA DEL CONSUMATORE

PAGINA BIANCA

ATTIVITÀ DI TUTELA DEL CONSUMATORE

1. Gli interventi dell'Autorità

Dati di sintesi

Il 2009 è stato un anno di consolidamento dell'attività di tutela del consumatore dalle pratiche commerciali scorrette, come disciplinata dal decreto legislativo n. 206/2005 (Codice del Consumo), modificato dal decreto legislativo n. 146/2007 e dal decreto legislativo n. 145/2007 relativo alla pubblicità ingannevole tra professionisti e alle condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

Anche nell'anno in esame, seppure in leggera contrazione rispetto al 2008, si è registrato un ingente numero di segnalazioni inviate all'Autorità dai consumatori e dalle loro associazioni, pari a 2.597. Si conferma, quindi, la generale consapevolezza dei consumatori riguardo ai loro diritti e degli strumenti di tutela posti a loro disposizione dal legislatore, e ciò anche grazie alla funzione formativa e informativa svolta dall'attività di *enforcement* dell'Autorità.

Fra tutte quelle complessivamente inviate, 1.882 segnalazioni esaminate nel corso dell'anno non hanno dato luogo a procedimenti istruttori. Nel 70% di questi casi, infatti, sono state segnalate condotte che non presentavano i presupposti per l'applicazione della disciplina sulle pratiche commerciali scorrette o sulle forme di pubblicità tra professionisti ingannevoli o comparative illecite; il 24% delle istanze riguardava fattispecie che erano state poste in essere in un periodo antecedente la data di entrata in vigore dei decreti n. 145/2007 e n. 146/2007, o che erano relative a pratiche aggressive tra professionisti, non tutelate dalla disciplina vigente, o a materie soggette a disciplina speciale. Nell'1% dei casi le segnalazioni erano già state oggetto di una precedente delibera dell'Autorità e, in un ulteriore 1%, le segnalazioni sono state archiviate in quanto manifestamente infondate.

Infine, in quest'ambito, una particolare menzione meritano le pratiche trattate attraverso la cosiddetta *moral suasion*, procedura che, nel 2009, ha interessato circa il 4% delle segnalazioni pervenute. In tali casi, considerato che la condotta commerciale segnalata appariva integrare una fattispecie non particolarmente grave, ai sensi del

Codice del Consumo, il professionista è stato invitato a rimuovere i profili di possibile scorrettezza secondo il disposto dell'art. 4, comma 2, del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette.

Nel corso del 2009 sono giunti a conclusione 272 procedimenti istruttori, quasi tutti istruiti ai sensi della normativa sulle pratiche commerciali scorrette, più efficace ma anche più onerosa, in termini procedurali, rispetto alla previgente disciplina (nell'ultimo anno sono stati conclusi due soli procedimenti, residuali, ai sensi della normativa vigente prima del 21 settembre 2007).

Tabella 1 - Procedimenti istruttori

Totale Procedimenti Istruttori	272
Non violazione	13
Non luogo a provvedere	2
Chiusura con segnalazione al Parlamento, al Governo e alla Banca d'Italia	4
Accettazione impegni	6
Applicazione Regolamento di Cooperazione n. 2006/2004	1
Totale procedimenti con accertamento di una violazione	246
<i>- di cui per pratiche ingannevoli e/o scorrette</i>	239
<i>-ingannevoli (B2C)</i>	181
<i>- ingannevoli ed aggressive(B2C)</i>	35
<i>- aggressive(B2C)</i>	13
<i>- solo mancata diligenza(B2C)</i>	2
<i>- ingannevoli / comparativa illecita (B2B)</i>	6
<i>-ingannevoli (vecchio regime-PI)</i>	2
<i>- di cui inottemperanze</i>	7

In particolare, 246 procedimenti si sono conclusi con l'accertamento di una violazione del Codice del Consumo in relazione a pratiche commerciali scorrette; in 7 di questi casi la violazione accertata era di inottemperanza a precedenti delibere dell'Autorità. Per la prima volta, inoltre, in applicazione del Regolamento n. 2006/2004 sulla cooperazione tra le autorità nazionali¹, l'Autorità, su richiesta della Germania e dell'Ungheria, ha vietato l'ulteriore diffusione delle comunicazioni oggetto delle misure esecutive decise dai due Stati membri.

¹ Regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 ottobre 2004 sulla "Cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori".

In 13 dei 272 casi esaminati, l'Autorità ha accertato che non vi era stata una violazione della disciplina rilevante, mentre 6 istruttorie si sono concluse con l'accettazione degli impegni offerti dalle parti, in quanto ritenuti idonei a rimuovere i profili di illegittimità della pratica. L'Autorità ha inoltre concluso quattro procedimenti istruttori con una segnalazione al Parlamento, al Governo e alla Banca d'Italia. In due casi, infine, l'Autorità ha ritenuto che non vi fosse luogo a provvedere sia per la natura del messaggio oggetto di istruttoria (pubblicità istituzionale) sia per sopravvenuta improcedibilità nei confronti del soggetto interessato.

Nel periodo in esame, l'Autorità ha adottato misure cautelari in 10 casi. Inoltre, al fine di evitare che il messaggio ingannevole continuasse a produrre i propri effetti, l'Autorità ha deliberato in un caso che il professionista pubblicasse a propria cura e spese una dichiarazione rettificativa.

Tabella 2 - Soggetti segnalanti e valutazione finale

	Procedimenti istruttori*	Violazioni
Singolo consumatore	145	131
Associazioni di consumatori	40	37
Concorrenti	19	15
Pubblica Amministrazione	32	32
Attivazione d'ufficio	28	24
Associazioni di concorrenti	1	-
Totale	265**	239

* Al netto dei procedimenti per inottemperanza

** Il totale dei procedimenti istruttori non corrisponde necessariamente alla somma del numero delle segnalazioni inviate, alcune delle quali possono confluire in un unico procedimento

Anche nel 2009 è continuato a crescere il numero delle istruttorie avviate dall'Autorità a seguito di una richiesta di intervento da parte di singoli consumatori (passate da 129 a 145, 131 delle quali concluse con un provvedimento inibitorio), così come quelle derivanti da denunce inoltrate da pubbliche amministrazioni (da 21 a 32). Risultano duplicati rispetto al 2008 (da 14 a 28 casi), i procedimenti avviati d'ufficio dall'Autorità, grazie ai poteri ad essa conferiti dal Codice del Consumo.

Tabella 3 - Mezzo di diffusione del messaggio e valutazione finale

	Procedimenti istruttori	Violazioni
Internet	84	76
Stampati	63	60
Stampa quotidiana e periodica	48	44
Televisione nazionale	30	29
Confezione	2	2
Telefono	11	11
Pubblicità esterna	10	10
Televisione locale	3	3
Servizio postale	4	4
Posta elettronica	1	1
Radio	4	3
SMS	4	4
Elenchi cartacei	4	4
Non individuato ^(*)	38	29
Totale^(**)	265	239

* Casi che non si basano su messaggi pubblicitari.

** Il totale dei procedimenti istruttori non corrisponde necessariamente al numero delle segnalazioni per mezzo di diffusione, alcune delle quali possono essere inerenti a un unico procedimento

Anche nel 2009 la rete Internet si è confermata come il principale mezzo di diffusione dei messaggi pubblicitari con 84 procedimenti basati su messaggi in essa veicolati (rispetto ai 76 del 2008). Sono cresciuti significativamente, passando da 18 a 30, i procedimenti derivanti da messaggi diffusi attraverso la televisione nazionale, come anche quelli aventi ad oggetto stampati e volantini in genere (da 50 a 63). Mentre continua a decrescere il numero dei procedimenti relativi a messaggi diffusi su stampa quotidiana e periodica (da 67 a 48), come anche le procedure aventi a oggetto pubblicità diffuse attraverso le confezioni (da 12 a 2) e tramite l'emittenza televisiva locale (da 8 a 3). Rimane sostanzialmente stabile il numero di procedimenti concernenti pratiche scorrette realizzate per via telefonica e tramite pubblicità esterna.

Nell'anno 2009 l'Autorità ha comminato sanzioni amministrative pecuniarie per un importo pari a 35,64 milioni di euro. Tale valore risulta in lieve flessione rispetto al 2008 (37,16 milioni di euro).

Tabella 4 - Sanzioni per esito del procedimento

	Procedimenti istruttori	Sanzioni (euro)
Pratiche scorrette	231	34.925.000
Pubblicità ingannevole e comparativa	6	355.000
B2B		
Pubblicità ingannevole (vecchio regime)	2	2.000
Inottemperanza	7	358.000
Totale	246	35.640.000

Anche nel 2009, come già nell'anno precedente, i settori economici delle Comunicazioni e del Credito e Assicurazioni risultano essere quelli nei quali è stata riscontrata una maggiore incidenza di pratiche commerciali scorrette e di sanzioni.

Tabella 5 - Sanzioni per macrosettore economico

	Pratiche commerciali sanzionate		Inottemperanze		Totale	
	n. di casi	Sanzioni comminate	n. di casi	Sanzioni comminate	n. di casi	Sanzioni comminate
Comunicazioni	60	13.644.000	1	50.000	61	13.694.000
Credito e assicurazioni	53	8.171.000	-	-	53	8.171.000
Alimentare, farmaceutico e trasporti	40	5.427.000	1	10.000	41	5.437.000
Energia e Industria	41	4.776.000	1	50.000	42	4.826.000
Servizi	45	3.264.000	4	248.000	49	3.512.000
Totale	239	35.282.000	7	358.000	246	35.640.000

Direzione *Contact Center*

Nel settembre 2009 è stata istituita la nuova Direzione *Contact Center*, che ha incorporato la pre-esistente Unità *Call Center*, allo scopo di rafforzare e migliorare il sistema di comunicazione diretta con l'Autorità per la segnalazione di presunte fattispecie di illecità nei comportamenti commerciali degli operatori. In particolare, la nuova Direzione ha esteso le proprie funzioni all'attività di raccordo con le Direzioni istruttorie settoriali, garantendo un livello di informazione elevato a tutti i consumatori, con particolare riguardo ai denuncianti, nonché ai terzi interessati, e assicurando al contempo un'informativa sugli ulteriori strumenti di tutela, anche risarcitorie, previsti dall'ordinamento.

Nel 2009 la Direzione *Contact Center* ha ricevuto oltre 8.400 segnalazioni, per un totale di 19.504 richieste di intervento registrate dal momento della sua istituzione fino al 31 dicembre 2009.

E' stato confermato nell'anno in esame il *trend* positivo sia con riferimento alla valutazione e trattazione in tempo reale delle pratiche scorrette segnalate, sia con riguardo all'indice di gradimento espresso dai consumatori e dai professionisti, che si è costantemente attestato oltre il 90%.

Le segnalazioni pervenute nel 2009 hanno interessato il settore delle comunicazioni per oltre il 50% dei casi, i settori dell'energia e dell'industria per il 17% dei casi, il settore dei servizi per il 14% dei casi, il settore del credito per il 10%; nel 7,5% dei casi le segnalazioni erano relative ai settori agroalimentare e trasporti.

I tempi serrati di trattazione delle segnalazioni, ridotti rispetto all'anno precedente, consentono di trasmettere in tempo reale alle Direzioni Istruttorie settorialmente competenti per l'avvio del procedimento le denunce relative a profili di scorrettezza o ingannevolezza, mentre le proposte di archiviazione - nei casi di inapplicabilità del Codice del Consumo o di assenza dei presupposti di fatto o di diritto - e la conseguente decisione dell'Autorità vengono attualmente formulate nel temine massimo di 40 giorni dalla denuncia telefonica. Grazie alla contrazione dei tempi di trattazione delle segnalazioni, si è registrata una diminuzione pari al 42% del costo medio per la gestione di ciascuna segnalazione.

Il 50% dei provvedimenti inibitori delle pratiche commerciali scorrette - conclusi nell'anno 2009 - è stato avviato su segnalazione pervenuta al *Contact Center* ovvero a

seguito di chiamate al numero verde dedicato.

Nel corso del 2009 l'attività della Direzione *Contact Center* ha riguardato anche l'assistenza agli utenti, consistente nel veicolare, nella fase successiva al contatto telefonico iniziale, le informazioni relative allo stato della segnalazione indicando anche gli estremi del provvedimento sanzionatorio deliberato dall'Autorità e pubblicato sul Bollettino, nonché nel fornire chiarimenti sui diversi strumenti di tutela (4.124 chiamate).

Con particolare riguardo all'applicazione degli istituti di semplificazione procedimentale svolta dalla Direzione (cosiddetta *moral suasion*), si evidenziano i casi del settore turistico-alberghiero e di quello dei servizi idrici, nell'ambito dei quali gli operatori sono stati invitati a precisare meglio le informazioni riportate sul sito Internet e a descrivere in maniera più esemplificativa i meccanismi di calcolo delle tariffe applicate.

Nei casi in cui si registrano molteplici segnalazioni riguardanti la medesima problematica - come ad esempio nel caso della garanzia legale di conformità connessa all'acquisto ai beni di consumo nuovi ed usati, nell'ambito del quale sono pervenute oltre 400 segnalazioni telefoniche, da cui hanno preso avvio 6 procedimenti istruttori – l'attività svolta dalla Direzione ha comportato la classificazione e l'individuazione dei problemi più ricorrenti al fine di fornire un supporto utile alle Direzioni istruttorie competenti nonché di favorire un primo orientamento dell'Autorità .

Nel 2009 l'Unità *Call Center* è stata giudicata idonea da parte del Dipartimento della Funzione Pubblica a ricevere il riconoscimento previsto nell'ambito del Concorso “Premiamo i risultati” - promosso dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e l’Innovazione, per avere raggiunto tutti i risultati pianificati per il periodo 1° febbraio - 31 luglio 2009. Tra gli obiettivi pianificati figurano, in particolare, l'azzeramento delle segnalazioni che non avevano ancora ricevuto una risposta dall'Autorità, il miglioramento dei tempi medi di valutazione delle denunce e della formulazione delle relative proposte di archiviazione, nonché l'aumento dell'indice di gradimento dei servizi offerti telefonicamente.

Infine, con la firma del protocollo di intesa relativo all'iniziativa “Mettiamoci la faccia” – promossa dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e l’Innovazione - l'Autorità, grazie all'attività della Direzione *Contact Center*, è stata la prima autorità

amministrativa indipendente ad aderire al programma per la rilevazione della *customer satisfaction* dei servizi pubblici da parte dei cittadini-utenti.

ENERGIA E INDUSTRIA

Scenario di riferimento e principi di valutazione

Nel corso del 2009, l'attività di tutela del consumatore nei settori dell'energia e dei diversi prodotti manifatturieri ha avuto prevalentemente come oggetto la trattazione delle pratiche commerciali ingannevoli, pur registrandosi, rispetto all'anno precedente, una maggiore incidenza dei procedimenti istruttori che hanno avuto come oggetto pratiche aggressive.

Energia, gas e acqua

Nei settori dell'energia elettrica e del gas è proseguita l'attività dell'Autorità volta ad assicurare una corretta e completa presentazione delle varie offerte commerciali, stante il forte incremento della comunicazione pubblicitaria derivante dalla recente liberalizzazione, nonché la notevole asimmetria informativa a cui sono soggetti i consumatori rispetto agli operatori del settore.

In tale contesto, gli interventi dell'Autorità sono stati rivolti a verificare che i messaggi riportassero tutti gli elementi qualificanti l'offerta ovvero che i *claim* utilizzati non risultassero fuorvianti².

Per quanto riguarda le pratiche commerciali aggressive, come già nel 2008, sono stati svolti procedimenti concernenti l'attivazione di forniture non richieste (anche con il perseguitamento di comportamenti di inottemperanza), ossia prive del consenso del diretto interessato, attivate da agenti terzi che svolgono la propria attività per conto delle società energetiche, nonché la mancata celere trattazione delle richieste dei consumatori legate al diritto di recesso ed al diritto di ripensamento³.

² PB334 Edison – Prezzi bloccati business, PS 2393 Acea – Offerta riduzione prezzo elettricità, PS2496 Edison – Risparmi il 20%, PS2498 ENI – 10% di sconto per sempre, PS3107 Gruppo Gea, PS3477 Azienda Energetica Bolzano.

³ PS376 Sorgenia - fornitura di energia elettrica, IP49 Enel Energia - Richiesta cambio fornitore.

Per quanto riguarda la pratica commerciale consistente nell'emettere bollette sulla base di consumi presunti, l'Autorità ha ritenuto che essa non sia contraria ai divieti di cui al Codice del Consumo, nella misura in cui sia posta in essere secondo le disposizioni della regolamentazione settoriale ed il professionista dia effettivamente seguito alle rettifiche dei consumi comunicate in qualsiasi modo dai consumatori⁴.

L'Autorità è intervenuta anche in relazione alle pratiche commerciali adottate nell'offerta dei servizi idrici, per i quali, pur a fronte dell'esistenza di vincoli alla possibilità di scelta dei consumatori derivanti dalla struttura monopolistica dell'offerta e dalla regolamentazione tariffaria, ha ritenuto che sussistano specifici obblighi informativi in capo ai gestori, come ad esempio nei casi di rilevanti mutamenti nella tempistica della fatturazione e negli importi fatturati⁵, come pure obblighi di preavviso qualora il gestore intenda provvedere al distacco per morosità⁶.

Manifatturiero

Il settore manifatturiero è caratterizzato da una grande varietà merceologica dei prodotti interessati e da una elevata numerosità e diversificazione dei professionisti coinvolti; pur a fronte della conseguente eterogeneità dei casi trattati in questo settore, è possibile comunque trarre alcune linee generali sugli interventi effettuati in relazione alle principali categorie di prodotti.

Anche nel 2009 un consistente numero di istruttorie ha riguardato il settore automobilistico ed in particolare i messaggi pubblicitari concernenti le autovetture. L'ingannevolezza delle pratiche commerciali è stata riscontrata sia con riferimento alla scarsa chiarezza delle condizioni limitanti le offerte promozionali riportate nei messaggi televisivi⁷, sia con riguardo all'imprecisione ovvero all'incompletezza dei

⁴ PS1235 ENI Divisione Gas & Power - fatturazione presuntiva, PS1588 Italcogim Energie – disservizi, PS476 ENI – Consumi presunti, PS919 Natural Gas – fattura contestata, PS491 Enel – contenzioso per fatturazione.

⁵ PS2163 Acque Potabili Siciliane – Fatturazione forfetaria, PS2004 Uniacque.

⁶ PS166 Acea - Distacco fornitura acqua.

⁷ PS654 Fiat – Finanziamento a tasso zero, PS1470 Fiat – Pubblicità non trasparente, PS1517 Peugeot 307 – Pubblicità non trasparente, PS1518 Volkswagen – Pubblicità non trasparente, PS2563 Opel – Pubblicità non trasparente).

messaggi diffusi con vari mezzi⁸, sia infine in ragione della mancata corrispondenza tra la garanzia pubblicizzata e quella effettivamente riconosciuta⁹.

Nell'ambito delle pubblicità dirette ai professionisti, tra gli interventi ai sensi del decreto legislativo n. 145/07, l'Autorità ha ribadito la necessità di fornire adeguate precisazioni ai termini “garanzia” o “garantiti” laddove questi siano utilizzati anche in presenza di un'effettiva garanzia convenzionale offerta dal produttore e di estensione più ampia rispetto a quella dovuta per legge¹⁰.

Principali aree di intervento

Offerte di forniture di elettricità o gas a prezzo o a sconto fisso

Nel solco di quanto già stabilito nel corso del 2008, l'Autorità ha avviato vari procedimenti istruttori concernenti messaggi pubblicitari nei quali si propagandavano offerte di energia elettrica e gas con condizioni economiche particolarmente vantaggiose. Nell'applicazione del decreto legislativo n. 145/07 è stato condotto un procedimento istruttorio su un'offerta destinata esclusivamente ai soggetti titolari di partite IVA e caratterizzata dalla fissazione del prezzo per tre anni (*PB334 EDISON – PREZZI BLOCCATI BUSINESS*). In realtà, come in genere per tutte le offerte di prezzo del settore, solo una componente del costo complessivo della fornitura (circa il 60%) era costituita da un importo bloccato per 36 mesi, mentre restava esclusa, ad esempio, la parte relativa alla tariffa di distribuzione, oggetto di specifica regolamentazione e, pertanto, non nella disponibilità delle politiche commerciali del professionista. Tale informazione, che sia l'Autorità che il TAR hanno ritenuto fondamentale nel qualificare l'offerta, non veniva evidenziata nel messaggio; ciò ha condotto a sanzionare la società Edison Energia S.p.A. per un importo di 165 mila euro.

Analogo profilo è stato riscontrato in pubblicità di offerte di energia elettrica destinate alle utenze domestiche, sia per un'offerta a prezzo fisso (*PS3477 AZIENDA ENERGETICA BOLZANO*), nel quale vi era anche il profilo dell'ingannevolezza sulla scadenza dell'offerta, sia per un'offerta indicizzata rispetto ad un parametro stabilito dall'autorità di regolamentazione (*PS2496 EDISON RISPARMI IL 20%*), nella quale non si

⁸ PS383 SUV a prezzo basso, PS1579 Chevrolet Matiz.

⁹ PS1178 Renault - Difetto di fabbrica, PS2336 Ford – Garanzia Ford Service.

¹⁰ PB18 Axo Generators – Promozione generatori.

fornivano informazioni chiare per il consumatore medio in merito al significato dell'espressione "componente energia" ed alla sua incidenza percentuale sul totale dell'onere sostenuto dal consumatore. Ai due professionisti sono state irrogate sanzioni rispettivamente per 70 mila euro e 195 mila euro.

Analogamente, nel caso condotto nei confronti del Gruppo Gea è stata ritenuta una pratica commerciale ingannevole la diffusione di messaggi contenenti l'espressione "*prezzo fisso valido per dodici mesi*" senza ulteriori specificazioni, ed in particolare senza precisare che il prezzo fisso, anche in questo caso, si riferiva alla sola componente dell'energia (*PS3107 GRUPPO GEA*). Un altro profilo di ingannevolezza nei medesimi messaggi è stato rinvenuto nell'asserita gratuità dei servizi accessori inclusi nell'offerta, quando invece dal contratto di fornitura emergevano varie limitazioni relative ai servizi stessi. La sanzione comminata alla società Gruppo Gea è stata pari a 75 mila euro.

Un'importante omissione informativa in merito alle offerte di energia elettrica è stata rinvenuta anche nel procedimento nei confronti di AceaElectrabel Elettricità (*PS2393 ACEA – OFFERTA RIDUZIONE PREZZO ELETTRICITÀ*). In particolare, l'Autorità ha ritenuto che le informazioni contenute nel volantino oggetto di contestazione risultassero gravemente inesatte e incomplete, con particolare riguardo sia alla riconoscibilità del professionista cui era riconducibile l'offerta pubblicizzata, sia all'effettiva natura del servizio offerto che non consisteva in uno sconto sul prezzo previsto dal contratto già in vigore, ma nell'attivazione di un nuovo contratto, con contestuale passaggio dal regime – regolamentato – di Maggior Tutela al mercato libero, caratterizzato da condizioni economiche in misura non insignificante definite autonomamente dalle società di vendita. Per tali motivi, la società AceaElectrabel Elettricità è stata sanzionata per 75 mila euro.

Ugualmente ingannevole è risultata la pratica oggetto del procedimento nei confronti di ENI S.p.A., in cui, oltre all'omissione dell'indicazione relativa all'incidenza sul prezzo totale della componente del costo dell'energia, parametro a cui era applicato lo sconto, è stata valutata come ingannevole anche l'espressione "*per sempre*" contenuta nel *claim*, in quanto non accompagnata da alcuna ulteriore precisazione tale da chiarirne l'esatta portata (*PS2498 ENI – 10% DI SCONTI PER SEMPRE*). L'espressione evocava la possibilità di mantenere le condizioni economiche pubblicizzate senza limitazione temporale, quando in realtà era contrattualmente

previsto che le condizioni economiche potevano essere soggette a modifica da parte del professionista in caso di rilevante mutamento del contesto normativo e regolamentare di riferimento. L'Autorità ha inoltre ribadito il principio per cui il destinatario può essere tratto in errore circa l'esatta portata dell'offerta anche nei casi in cui l'utente sarebbe in grado di conoscere le condizioni della stessa in un momento immediatamente successivo, quale quello della lettura delle clausole negoziali, conseguentemente incombendo in capo al professionista un preciso onere di chiarezza sin dal primo contatto pubblicitario. Alla società ENI S.p.A. è stata irrogata una sanzione pari a 150 mila euro.

Attivazione di forniture di elettricità o gas non richieste

Nel 2009, l'Autorità ha concluso un procedimento nei confronti di Sorgenia S.p.A., nell'ambito del quale è stato accertato che tale società procedeva all'attivazione di nuovi contratti per la fornitura di energia elettrica e gas per utenze domestiche avendo i suoi agenti ottenuto il consenso dei consumatori mediante informazioni ingannevoli e, a volte, persino senza aver acquisito l'esplicito consenso dei diretti interessati (*PS376 SORGENIA - FORNITURA ENERGIA ELETTRICA*). Tali condotte, peraltro, erano attuate in assenza di adeguate forme di controllo e di sanzione da parte della società nei confronti degli agenti; inoltre, veniva ostacolato e/o ritardato l'esercizio del diritto di recesso, anche a causa dell'inadeguatezza del sistema di cui il professionista si era dotato per il trattamento delle richieste ricevute. Per tali infrazioni, relative ai due distinti mercati dell'energia elettrica e del gas, Sorgenia è stata sanzionata per 350 mila euro.

Lo stesso tipo di pratiche commerciali scorrette è stato rinvenuto nel procedimento condotto nei confronti di Enel Energia S.p.A. per inottemperanza alla delibera del 4 settembre 2008 (*PS91 ENEL ENERGIA - RICHIESTA CAMBIO FORNITORE*). Il procedimento originario aveva riguardato, tra l'altro, la pratica commerciale messa in atto da alcuni agenti operanti per conto di Enel Energia consistente nell'attivazione di nuovi contratti per forniture di energia elettrica in regime di mercato libero e talora anche di forniture di gas, senza avere preventivamente acquisito il consenso dei consumatori. Nel corso del 2009 sono tuttavia perdurate le segnalazioni relative ad attivazioni non richieste e al rallentamento delle procedure di trattamento dei recessi. L'Autorità ha pertanto accertato l'inottemperanza da parte di Enel Energia alla

precedente delibera per avere adottato in ritardo misure volte ad impedire l'adozione di condotte commerciali illecite da parte dei propri agenti, comminando alla società una sanzione pari a 50 mila euro.

Le pratiche commerciali scorrette nei servizi idrici

L'erogazione dei servizi idrici è prestata da enti o imprese operanti in regime di monopolio legale e con tariffe e modalità di erogazione dei servizi determinate dalle Autorità di Ambito Territoriale Ottimale (AATO). Tuttavia, pur in un simile contesto dove le scelte del consumatore sono limitate e le politiche commerciali dei professionisti sono in parte determinate esogenamente, l'Autorità ha rinvenuto spazi di intervento a tutela dei consumatori.

Un primo caso ha riguardato le modalità con cui il professionista procede al distacco della fornitura nei casi di morosità reale o presunta (*PS166 ACEA DISTACCO FORNITURA ACQUA*). Il procedimento è stato avviato in seguito a numerose segnalazioni di consumatori di Roma che lamentavano l'interruzione della fornitura senza aver preventivamente ricevuto dal fornitore informazioni sull'esistenza di una situazione di morosità, sul termine per regolarizzare la posizione debitoria e sulla data del distacco in assenza di pagamenti; con altre segnalazioni alcuni consumatori lamentavano di essere stati costretti a pagare, in seguito al distacco della fornitura, somme non dovute in quanto relative a morosità non esistenti, determinate dalla mancata contabilizzazione dei pagamenti da parte della società, oppure relative a perdite di rete non controllate. L'istruttoria ha accertato l'invio da parte di Acea Ato 2 S.p.A. di solleciti talora generici e comunque privi di un preciso riferimento temporale del prossimo distacco della fornitura in assenza di una regolarizzazione. L'Autorità, in considerazione della natura essenziale del bene oggetto di somministrazione, ha ritenuto che in capo al professionista incombono particolari obblighi di diligenza professionale che richiedono particolari precauzioni prima dell'interruzione dell'erogazione dell'acqua, quali l'accertamento della consegna del preavviso e l'indicazione della data prevista del distacco. In ragione di tali considerazioni, l'Autorità ha comminato ad Acea Ato 2 S.p.A. una sanzione pari a 150 mila euro.

L'Autorità ha poi ritenuto che il consumatore debba fruire di completezza di informazione in occasione di discontinuità nella fatturazione dei servizi idrici o di sostanziale modifica delle tariffe determinate a livello regolamentare, soprattutto

laddove ciò sia dovuto al passaggio ad un nuovo gestore (*PS2004 UNIACQUE - CONTESTAZIONE FATTURE*). Nel caso trattato, la società Uniacque S.p.A. aveva richiesto ai consumatori di alcuni Comuni della provincia di Bergamo il pagamento retroattivo dei consumi di 18 mesi sulla base di nuove tariffe determinate dall'AATO nonché il loro pagamento in un'unica soluzione. L'Autorità ha ritenuto tale pratica contraria alla diligenza professionale, in quanto i consumatori, versando in una situazione di asimmetria informativa, hanno diritto a una comunicazione tempestiva e completa, soprattutto nel caso in cui vi sono sensibili cambiamenti nei criteri gestionali del servizio idrico (tariffe e periodo di fatturazione); in caso contrario, infatti, gli utenti sono privati di parametri certi per poter orientare le proprie previsioni di spesa o effettuare accantonamenti di fondi, ovvero effettuare un consumo più accorto, soprattutto nelle fasce di reddito più basse. L'obbligo informativo assume particolare rilievo nell'esercizio di una attività in monopolio legale e riguardante la gestione di un bene essenziale come l'acqua. Per tali motivi, l'Autorità ha sanzionato la società Uniacque S.p.A. per un importo pari a 50 mila euro.

Ad analoga conclusione è giunta l'Autorità in un altro caso in cui il professionista, subentrato alla precedente gestione, aveva omesso di informare preventivamente e compiutamente gli utenti dell'adozione di una modalità transitoria di fatturazione basata su consumi presunti e con criteri di calcolo nuovi e determinati unilateralmente, con conseguente addebito di maggiori somme rispetto a quanto mediamente dovuto in passato (*PS2163 ACQUE POTABILI SICILIANE - FATTURAZIONE FORFETARIA*). L'Autorità, pur valutando come scorretta la pratica commerciale posta in essere da Acque Potabili Siciliane S.p.A., ha comunque ritenuto congruo irrogare una sanzione pari al minimo edittale.

Pubblicità ingannevoli nella vendita di autovetture

Un primo insieme di interventi in questo ambito ha riguardato in particolare le pubblicità televisive di alcuni modelli di autovetture di varie marche, in occasione di promozioni consistenti in prezzi ribassati per un determinato periodo e con acquisto rateale (*PS1470 FIAT - PUBBLICITÀ NON TRASPARENTE, PS1517 PEUGEOT 307 - PUBBLICITÀ NON TRASPARENTE, PS1518 VOLKSWAGEN - PUBBLICITÀ NON TRASPARENTE, PS2563 OPEL - PUBBLICITÀ NON TRASPARENTE*). Tratto comune delle suddette pubblicità era la presentazione, nei secondi finali degli *spot* televisivi, di scritte informative sulle