

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

Benvenuto in questo corso formativo di **ACEA** volto a chiarire cosa si intende per **pratica commerciale scorretta e le condotte da evitare per assicurare un comportamento corretto**.

Insieme approfondiremo i seguenti argomenti:

1. **Soggetti coinvolti**
2. **Cos'è una pratica commerciale (PC)**
3. **Quando una pratica commerciale è scorretta (PCS)**
 - Pratiche ingannevoli
 - Pratiche aggressive
4. **Pratiche commerciali scorrette nei mercati di riferimento**
5. **Pratiche commerciali scorrette e norme di settore**
6. **Conseguenze della violazione delle norme poste a tutela del consumatore**

1. SOGGETTI COINVOLTI

Il **Codice del Consumo** rappresenta la normativa di tutela dei consumatori e prevede 3 importanti categorie di soggetti:

1. Consumatori
2. Micro-imprese
3. Professionisti

Vediamoli più nel dettaglio:

1. Il **consumatore** è qualsiasi persona fisica che, nelle pratiche commerciali, non agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale
2. Le **microimprese** sono enti, società o associazioni che, a prescindere dalla forma giuridica
 - esercitano un'attività economica, anche a titolo individuale o familiare,
 - con meno di 10 dipendenti e
 - realizzano un fatturato o un totale di bilancio annuo inferiori a 2 milioni di euro
3. I **professionisti** sono persone fisiche o giuridiche che agiscono nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale. Rientrano in tale categoria anche gli intermediari.

ACEA e le Società del Gruppo - nell'esercizio delle proprie attività commerciali - rientrano quindi nella categoria dei **professionisti**.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

2. COS'È UNA PRATICA COMMERCIALE

Cosa si intende per pratica commerciale?

La risposta la troviamo sempre all'interno del Codice del Consumo, che prevede una nozione molto ampia.

Pratica commerciale è qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale, ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto:

- posta in essere da un professionista
- per la promozione, vendita o fornitura di un prodotto o servizio
- ai consumatori.

3. QUANDO UNA PC È SCORRETTA

Quando una Pratica commerciale è “scorretta”?

Quando è:

- **contraria alla diligenza professionale e ai principi generali di correttezza e buona fede nel settore di attività interessato**
- **falsa o idonea a falsare, anche solo potenzialmente, in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore o della micro-impresa (ossia influisce sulla sua capacità di prendere una decisione commerciale consapevole)**

Le pratiche commerciali scorrette possono verificarsi in ogni fase del rapporto commerciale:

1. prima o all'atto della stipula del contratto,
2. durante il rapporto contrattuale e
3. anche dopo la cessazione del rapporto stesso.

Prima o all'atto della stipula del contratto

A titolo esemplificativo, Pratiche commerciali scorrette **prima e all'atto della sottoscrizione** di un contratto sono:

- sollecitazioni commerciali ripetute e non richieste oppure
- informazioni non chiare e parziali sulle condizioni economiche e contrattuali dell'offerta

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

Durante il rapporto contrattuale

A titolo esemplificativo, costituiscono pratiche commerciali scorrette **durante l'esecuzione del contratto**:

- gestione inefficiente e inadeguata del rapporto con il cliente (es. comunicazioni interlocutorie e poco chiare)
- attività promozionali non veritiere collegate al prodotto/servizio
- modifica unilaterale delle tariffe
- offerta e attivazione di servizi accessori non richiesti
- omissione di informazioni rilevanti per il pagamento delle fatture o restituzione dei crediti
- gestione non corretta dei reclami e delle morosità (es. risposte non risolutive)

Dopo la cessazione del rapporto stesso

A titolo esemplificativo, **dopo la cessazione del contratto** possono costituire pratiche commerciali scorrette, ad esempio:

- gestione inadeguata di istanze e reclami relativi alla fatturazione finale;
- inidonee attività di recupero dei crediti.

3.1. PRATICHE INGANNEVOLI

L'Autorità garante del mercato e della concorrenza può sanzionare una pratica commerciale scorretta se ingannevole o aggressiva a danno di un consumatore o di una micro-impresa.

Quando una pratica commerciale è ingannevole?

Quando:

- contiene informazioni false o
- seppure di fatto corretta, induce o può indurre il consumatore medio o la micro-impresa ad assumere una decisione commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

L'errore deve riguardare uno dei seguenti elementi:

- **prodotto/servizio**: es. principali caratteristiche, vantaggi, rischi, assistenza post-vendita
- **prezzo**: es. indicazione, modalità di calcolo, esistenza di uno specifico vantaggio
- **natura e ruolo del professionista o dei suoi agenti** nell'operazione commerciale: es. identificazione del professionista
- **diritti dei consumatori**: es. esistenza del diritto di recesso, modalità di pagamento
- **omissione di informazioni rilevanti**: es. sulle caratteristiche dell'offerta

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

Pratiche ingannevoli sempre vietate

L'articolo 23 del Codice del Consumo prevede che alcune pratiche siano sempre vietate perché ritenute ingannevoli.

Ecco alcuni esempi:

- **inganno sul prezzo:** dare informazioni false sul prezzo di un servizio, tacere specifiche condizioni di fruizione del servizio e l'esistenza di canoni accessori connessi alla fruizione del servizio stesso
- **inganno che induce a scelte frettolose:** dichiarare che il servizio o il prodotto sarà disponibile per un periodo di tempo limitato, anche se non è vero
- **inganno sui diritti dei consumatori:** tacere sull'esistenza del diritto di recesso, sulle modalità di esercizio dello stesso e sulle modalità di presentazione di istanze e reclami (es.: istanza di rateazione)
- **inganno su concorsi e promozioni a premio:** affermare che si organizzano concorsi/promozioni a premio senza attribuire i premi descritti o un equivalente ragionevole
- **inganno sul codice di condotta commerciale:** un professionista che afferma di essere firmatario di un codice di condotta anche se non è vero
- **inganno nella pubblicità:** porre in essere campagne promozionali non veritiere

Per evitare pratiche commerciali ingannevoli, si raccomanda di prestare **attenzione alle modalità di presentazione e commercializzazione di prodotti e servizi**.

- Le **modalità di presentazione** e tutte le informazioni fornite al cliente devono essere **comprensibili**. Nelle comunicazioni scritte, le **informazioni e i caratteri utilizzati devono essere chiari, adeguati e proporzionati al mezzo usato**. La velocità di scorrimento deve consentire la lettura e la comprensione.
- Le **modalità di commercializzazione** dei servizi devono garantire al consumatore di comprendere correttamente tutte le caratteristiche dell'offerta e **non creare confusione** con prodotti, marchi, denominazione sociale e altri segni distintivi concorrenti.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

3.2. PRATICHE AGGRESSIVE

Parliamo ora di pratiche aggressive. È detta “aggressiva” una pratica realizzata mediante **condotte invasive verso il consumatore**, che:

- incidono sulla sua possibilità di acquisire informazioni necessarie sul contenuto del contratto e
- non gli permettono di percepire la convenienza dell'operazione commerciale, di pianificare le spese e fare scelte consapevoli.

Ecco **alcuni elementi che rendono aggressiva una pratica**:

- **l'ostacolare l'esercizio di diritti contrattuali**: ad esempio rispondendo in ritardo o per niente alle richieste dei clienti
- **il luogo**: ad esempio effettuando promozioni dove la posizione del consumatore è indebolita dall'effetto sorpresa, fuori dai locali commerciali o presso l'abitazione del consumatore
- **la persistenza**: ad esempio con contatti ripetuti

Pratiche aggressive sempre vietate

Il Codice del Consumo prevede degli esempi di **pratiche aggressive sempre vietate**.

Vediamone alcune:

- **sollecitazioni commerciali ripetute e non richieste mediante**

mezzi di comunicazione a distanza

- **ostacolare l'esercizio di diritti contrattuali con omissioni o ritardi sistematici nel rispondere alla corrispondenza**
- **non dare informazioni esaustive per il completamento di un'istanza se il consumatore la presenti incompleta**
- **chiedere al consumatore dei documenti non necessari per esercitare i propri diritti**
- **procedere al distacco dell'utenza senza un chiaro e adeguato preavviso**
- **non gestire correttamente le procedure di morosità e recupero crediti**

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

4. PCS NEI MERCATI DI RIFERIMENTO

Nei mercati in cui opera il gruppo ACEA (ossia i mercati della fornitura di acqua, energia elettrica e gas naturale), l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha sanzionato pratiche commerciali scorrette relative a non corrette attività di:

1. Attivazione di nuovi contratti
2. Customer caring
3. Modalità di fatturazione e riscossione
4. Pubblicità ingannevole

Le pratiche commerciali scorrette relative alle attivazioni non richieste riguardano ipotesi di attivazioni non richieste di fornitura di energia elettrica e gas naturale e la violazione delle nuove disposizioni a tutela del consumatore per i contratti a distanza e negoziati fuori dai locali commerciali (teleselling e agenti).

Vediamo alcune condotte commerciali che sono state qualificate come pratiche commerciali scorrette:

- attivazione di forniture con firme false oppure senza la sottoscrizione del contratto o la manifestazione di volontà in tal senso da parte dei consumatori
- in occasione di attività di promozione e vendita porta a porta,

comunicazione di informazioni false, inesatte o incomplete circa lo scopo delle visite a domicilio, le obbligazioni nascenti dal nuovo contratto o le condizioni economiche conseguenti alla scelta del nuovo fornitore

- comunicazione, mediante il numero verde, di informazioni ingannevoli o omissione di informazioni rilevanti in merito ai diritti del consumatore, tra cui il diritto di recesso
- imposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di recesso tramite l'invio di lettere di benvenuto e di fatture per supposti consumi, nonostante i consumatori avessero esercitato, tempestivamente e secondo le modalità di legge, il diritto di ripensamento

In materia *customer caring* sono state considerate PCS le seguenti condotte di non corretta gestione del rapporto commerciale con il consumatore:

- omesse informazioni sulle modifiche alle tariffe previste dal contratto originariamente sottoscritto
- invio di risposte tardive, interlocutorie e non risolutive alle istanze dei clienti
- pretesa degli interessi di mora per tardivo pagamento del servizio fornito anche in caso di ritardo nella consegna della bolletta
- interruzione della fornitura del servizio, senza un termine per regolarizzare la posizione e il preavviso di distacco della fornitura a una certa data in assenza di regolarizzazione

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

- induzione al pagamento di somme non dovute (ad esempio perché già corrisposte ma non contabilizzate), mediante minaccia di interruzione della fornitura

Parliamo ora dei **problemi più ricorrenti in materia di fatturazione e riscossione.**

Vediamo quali pratiche commerciali sono state qualificate come scorrette:

- fatturare importi difformi da quelli dovuti per consumi di acqua, elettricità e gas, in ragione della mancata o tardiva lettura dei misuratori o dell'omesso aggiornamento delle stime
- fornire informazioni non chiare sugli scarti delle autoletture, sulle modalità di restituzione degli importi a credito in caso di fatturazione in acconto e successivi conguagli/rettifiche di fatturazione, nonché sui criteri e modalità di rateizzazione delle fatture di importo elevato
- ostacolare la restituzione dei crediti maturati dai clienti
- ritardare l'attivazione dell'utenza e addebitare morosità pregresse, maturate dal cliente cessato, in occasione dell'attivazione di utenze o voltura di utenze attive da parte di soggetti estranei alla morosità

Infine, trattiamo di **pubblicità ingannevole.**

Le pratiche che l'AGCM può qualificare come pratiche commerciali scorrette, in quanto forme di pubblicità ingannevole sono molteplici e **riguardano soprattutto la promozione di un prodotto o servizio fornendo informazioni erranee o omettendo informazioni rilevanti.**

Ad esempio, è vietato:

- fornire informazioni ingannevoli circa il prezzo complessivo applicato al consumatore per l'erogazione del servizio richiesto
- omettere la presenza di componenti di prezzo soggette a variazioni e di maggiori costi in determinate fasce orarie al solo fine di attirare potenziali consumatori

Riepilogando... **Quali comportamenti è bene tenere?**

In sintesi, alcuni consigli utili.

Riepilogando... **Quali comportamenti è bene tenere?**

In sintesi, alcuni consigli utili.

1. Porre particolare **attenzione nella promozione dei servizi e prodotti, fornendo sempre informazioni chiare e veritiere ed evitando l'omissione di informazioni rilevanti**
2. Per gestire in modo diligente il rapporto con il consumatore, **or-**

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

ganizzare strutture ad hoc per le attività di customer care (ad esempio, attivazione di linee telefoniche dedicate) e implementare procedure interne trasparenti per facilitare la presentazione di istanze e/o reclami da parte del consumatore e per consentire risposte adeguate alle stesse.

3. Porre la massima attenzione in tutte le fasi del rapporto commerciale e con tutti gli interlocutori. Non limitarsi al rispetto delle sole norme di settore e, in caso di esternalizzazione delle attività di customer care (ad esempio, tramite affidamento a società terze della gestione delle richieste di assistenza dei consumatori), assicurare e monitorare comunque la puntuale e tempestiva risposta alle richieste dei consumatori.

Per necessità di approfondimenti ed aggiornamenti in materia è possibile consultare l'intranet aziendale, alla sezione Antitrust e Codice del Consumo.

5. PCS e norme di settore ABUSI ESCLUDENTI

Vediamo ora il rapporto fra pratiche commerciali scorrette e norme di settore.

Il rispetto delle norme di settore non implica necessariamente la correttezza di una pratica commerciale.

Per evitare di incorrere in possibili procedimenti da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato **si raccomanda di non limitarsi al rispetto delle sole norme di settore dei mercati di energia, acqua e gas naturale in cui operano le Società del Gruppo ACEA.**

Ad esempio,

- se la normativa di settore permette di fatturare in base ai consumi stimati, è necessario eseguire sempre regolarmente le misurazioni dei contatori per aggiornare i consumi stimati alla luce dei consumi effettivi.

oppure

- se la normativa di settore impone di comunicare alcune informazioni minime sulle caratteristiche dell'offerta, è comunque necessario fornire in modo chiaro al consumatore tutte le informazioni indispensabili per comprendere le condizioni di offerta dei servizi.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

6. CONSEGUENZE DELLA VIOLAZIONE DELLE NORME POSTE A TUTELA DEL CONSUMATORE

Parliamo ora delle molteplici **conseguenze in caso di pratiche commerciali scorrette**.

L'AGCM può comminare sanzioni da 5.000 a 5.000.000 € e per la loro quantificazione valuta diversi elementi:

- gravità e durata della violazione
- opera svolta dal professionista per eliminare o attenuare le conseguenze della violazione
- dimensioni o condizioni economiche del professionista
- diffusione e capacità di penetrazione della pratica
- debolezza dei destinatari del messaggio

Ricorda che **pratiche commerciali complesse possono integrare più violazioni! Ad ogni violazione corrisponde una sanzione**. Quindi nel caso di diverse violazioni il professionista rischia di subire più sanzioni.

Oltre alla **sanzione pecuniaria**, il professionista può subire altre conseguenze pregiudizievoli:

1. **un danno di immagine e reputazionale;**
2. **azioni risarcitorie da parte dei consumatori** che si ritengono

danneggiati. Le azioni di risarcimento del danno possono essere:

- **individuali**
- **di classe, a tutela di interessi omogenei dei consumatori**
- **inibitorie collettive, proposte da associazioni di categoria per accertare l'illegittimità del comportamento del professionista e ottenere l'inibitoria o la cessazione della pratica commerciale scorretta e l'adozione di eventuali misure ripristinatorie o riparatorie**

Attenzione!

I lavoratori le cui attività possono dar luogo a ipotesi di pratiche commerciali scorrette possono ricevere sanzioni disciplinari, secondo quanto previsto dal CCNL, dal Codice disciplinare aziendale, dal Codice Etico di Gruppo e dalla documentazione di Riferimento per la Compliance Antitrust.

In ipotesi di avvio di un procedimento istruttorio da parte dell'AGCM contattare subito:

- **Affari Legali, Societari e Servizi Corporate di ACEA SPA**
- **il Presidio Legale della propria Società.**