

SINTESI DELLA CONSULTAZIONE PUBBLICA

AVVIATA CON DELIBERA N. 181/15/CONS

“Misure a tutela degli utenti per favorire la trasparenza e la comparazione delle condizioni economiche dell’offerta dei servizi di comunicazione elettronica”

Sommario

La consultazione pubblica	1
Sintesi dei contributi. Considerazioni generali.	2
Sintesi dei contributi. Osservazioni sulle singole disposizioni.	4

La consultazione pubblica

Con la delibera n. 181/15/CONS del 20 aprile 2015, questa Autorità ha indetto una consultazione pubblica concernente l'approvazione delle misure a tutela degli utenti per favorire la trasparenza e la comparazione delle condizioni economiche dell'offerta dei servizi di comunicazione elettronica, a cui hanno aderito numerosi operatori, anche in forma associativa, ed Associazioni dei consumatori.

A seguito della produzione di contributi scritti, in data 20 luglio 2015 e 30 settembre 2015, si sono tenute le audizioni degli Operatori con le Associazioni di categoria, ed, in data 9 settembre 2015, con le Associazioni dei consumatori.

Al termine dell'audizione del 20 luglio degli operatori, AIIP e Asstel, alla luce di quanto emerso, l'Autorità ha assegnato il termine del 15 di settembre ai partecipanti all'audizione per l'invio di un documento, anche unitario, ove specificare le proposte in ordine all'ambito di applicazione del provvedimento in esame nonché sulle modalità di alimentazione del motore di calcolo.

In luogo di un documento, in forma unitaria, è stata inviata da Asstel in data 15 settembre 2015, nuova richiesta di audizione finalizzata ad illustrare la propria proposta di revisione dei prospetti di trasparenza tariffaria ed il proprio posizionamento in relazione all'ambito di applicazione soggettivo del provvedimento in consultazione. Pertanto si è tenuta, in data 30 settembre, un'ulteriore audizione degli operatori a seguito della quale Asstel ha inviato il proprio contributo definitivo alla consultazione.

I SOGGETTI PARTECIPANTI

Alla consultazione hanno partecipato con propri contributi i seguenti soggetti: Associazione italiana internet provider (di seguito denominata **AIIP**), Assotelecomunicazioni (di seguito denominata **Asstel**), BT Italia S.p.A. (di seguito denominata **BT**), Fastweb S.p.A. (di seguito denominata **Fastweb**), H3G S.p.A. (di seguito denominata **H3G**), PosteMobile S.p.A. (di seguito denominata **PosteMobile**), RTI S.p.A., anche per conto di Mediaset Premium S.p.A. (di seguito denominata **RTI**), Sky Italia S.r.l. (di seguito denominata **Sky**), Telecom Italia S.p.A. (di seguito denominata **Telecom**), Vodafone Omnitel B.V. (di seguito denominata **Vodafone**) e Wind Telecomunicazioni S.p.A. (di seguito denominata **Wind**), Welcome Italia S.p.A. (di seguito denominata **Welcome**), Altroconsumo.

Le Associazioni dei consumatori **ACU**, **Adoc**, **Adiconsum**, **Altroconsumo**, **Codacons**, **Codici**, **Cittadinanza attiva**, **Federconsumatori**, hanno illustrato le proprie osservazioni nell'ambito di un'audizione, tenuta il 9 settembre 2015.

Sintesi dei contributi. Considerazioni generali.

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

In via preliminare, alcuni partecipanti alla consultazione (Asstel, AIIP, BT Italia) hanno sostenuto che l'intervento dell'Autorità, attraverso l'utilizzo di uno strumento regolatorio, sia carente di legittimazione e si ponga, in alcuni casi, in contrasto con la normativa di rango sovraordinato (in particolare Codice delle comunicazioni elettroniche e Codice del consumo), specie in considerazione dell'estensione dell'ambito di applicazione soggettivo dello schema di Regolamento alla categoria degli utenti, categoria questa ben più ampia di quella dei soli consumatori. Ulteriori obiezioni di carattere generale hanno riguardato l'implementazione di un motore di calcolo per il confronto delle tariffe direttamente gestito dall'Autorità.

Asstel e Sky hanno inoltre puntualizzato che, anche per la categoria delle offerte dedicate ai consumatori, appare dubbia la competenza dell'Autorità ad intervenire sul contenuto delle informazioni pubblicitarie e delle promozioni commerciali attivate dagli operatori. Secondo Asstel l'esclusione della competenza di Agcom in merito a forma e contenuto delle informazioni pubblicitarie sarebbe confermata dall'esistenza di specifiche disposizioni in materia di pubblicità ingannevole (cfr Codice del consumo), cui la competenza a vigilare è demandata all'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Alcuni *stakeholders* hanno osservato, poi, come l'intervento dell'Autorità introduca di fatto una regolamentazione molto pervasiva, in alcuni casi ultronea al cospetto alle previsioni generali delle fonti di natura primaria – rispetto alle quali amplia l'ambito di applicazione (sia da un punto di vista oggettivo, introducendo obblighi troppo onerosi ed ingiustificati per il settore delle comunicazioni elettroniche, che soggettivo, estendendo tutele previste espressamente a favore dei consumatori, argomento, quest'ultimo, sostenuto da tutti i partecipanti alla consultazione).

RTI, invece, ha evidenziato la differenza sussistente tra servizi di telefonia e servizi televisivi, che avrebbe richiesto una maggiore valorizzazione delle diversità tra i comparti. Analoghe perplessità circa l'applicazione dello schema di Regolamento anche ai servizi Pay TV sono state espresse da Sky. Gli operatori di Pay TV sono stati poi concordi nel dichiarare impossibile effettuare confronti meramente tariffari sui servizi TV offerti, distinguendosi non tanto sul parametro del prezzo quanto sulla qualità e diversità dei contenuti.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

Al fine di un corretto inquadramento della proposta di una delibera recante *misure a tutela degli utenti per favorire la trasparenza e la comparazione delle condizioni economiche*

SINTESI DEI CONTRIBUTI. CONSIDERAZIONI GENERALI.

dell'offerta dei servizi di comunicazione elettronica occorre svolgere alcune premesse di carattere sistematico.

Preliminarmente, giova rimarcarsi che le offerte di cui ci si occupa, in quanto necessarie a garantire agli utenti l'accesso alle comunicazioni elettroniche, possono essere considerate afferenti a beni "costituzionalmente sensibili", poiché grazie a tale accesso il cittadino è in grado di esercitare il diritto alla libera comunicazione (riconosciuto dall'art. 15 della Costituzione della Repubblica italiana) ed alla libera manifestazione del proprio pensiero (di cui all'art. 21 Cost.).

L'Autorità per le Garanzie per le Comunicazioni ha, tra i suoi compiti, quello di assicurare che consumatori ed utenti abbiano accesso ad informazioni trasparenti sulle offerte praticate dai singoli operatori e possano usufruire di dati di confronto tra le tariffe accurati e completi, in modo da esercitare con piena consapevolezza la scelta dell'offerta ritenuta più conveniente per il proprio profilo di consumo. L'effettiva conoscenza delle condizioni economiche è, dunque, il presupposto necessario affinché i consumatori e gli utenti possano beneficiare della competizione tra i diversi operatori presenti sul mercato.

Ciò porta a ritenere che per tutti quegli aspetti per i quali la disciplina di settore ha ritenuto necessario intervenire nei rapporti tra operatori ed utenti, affidando all'Autorità di settore la corrispondente competenza regolamentare e sanzionatoria, la legislazione generale a tutela dei consumatori, dettata dal Codice del consumo, riveste una funzione complementare, volta, cioè, a incidere sugli aspetti non specificamente disciplinati dalla legislazione settoriale (Codice delle comunicazioni) e dalla regolamentazione da essa derivante.

In ogni caso, l'articolo 71 del Codice delle comunicazioni elettroniche fa esplicito riferimento sia ai consumatori che agli utenti finali, riconoscendo inoltre all'Autorità la facoltà di precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui le informazioni devono essere pubblicate

Nel provvedimento, dunque, non si rinvengono intrusioni nel campo di applicazione del Codice del consumo, in quanto il provvedimento si limita ad intervenire sugli aspetti per i quali il Codice delle comunicazioni elettroniche detta specifiche norme a tutela degli utenti, rispettando i limiti ivi delineati per un simile intervento.

Allo stesso modo questa Autorità ha opportunamente deciso di intervenire nella comparabilità delle condizioni economiche dell'offerta, in ossequio di quanto esplicitamente disposto dal comma 2 dell'articolo 71, per le cui motivazioni di dettaglio si rimanda alle valutazioni di seguito effettuate sulle singole disposizioni.

Sintesi dei contributi. Osservazioni sulle singole disposizioni.

ART. 1 - DEFINIZIONI

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

Wind ha rappresentato che la definizione di “*consumatore*” dovrebbe ricalcare quella contenuta nel Codice del Consumo, ricomprendendo anche la definizione di “*utente*”.

AIIP non condivide l’ultimo inciso nella definizione di “*motore di calcolo*”, ritenendo che l’installazione lato utente di software possa agevolare il naturale sviluppo di strumenti di confronto sul mercato.

Telecom Italia ritiene che la formulazione presente nello schema di delibera non definisca al meglio il concetto di “opzione”. A parere della Società, un’opzione non è tanto una specifica declinazione del servizio pensata per una particolare fetta di clientela quanto una scelta ulteriore che coloro i quali aderiscono ad un’offerta di base possono sottoscrivere per ottenere un servizio aggiuntivo. Pertanto la Società propone di modificare la definizione di “opzione” nel modo di seguito indicato: ““opzione”: una specifica scelta ulteriore non sottoscrivibile separatamente da un’offerta di base”. Inoltre Telecom Italia propone di meglio specificare anche la definizione di promozione.

VALUTAZIONI DELL’AUTORITÀ

Con riferimento alla definizione di “*consumatore*”, si ritiene opportuno mantenere l’attuale formulazione, più confacente all’ambito di applicazione del provvedimento, allo scopo di ben distinguere il consumatore dall’utente, così come riportato nel Codice delle comunicazioni elettroniche. Tale distinzione, difatti, allontana possibili equivoci sulla portata applicativa del provvedimento, che, come evidenziato, impatta su tutti gli utenti di servizi di comunicazioni elettroniche. È stata inoltre riformulata la definizione di “*utente*”, comprensiva anche di quella di “*utente finale*”, al fine di non ingenerare confusione rispetto all’utilizzo del termine all’interno del provvedimento.

La definizione di “*motore di calcolo*”, specificamente riferita ai fini del provvedimento in esame, intende *sic et simpliciter* delineare le caratteristiche del motore di calcolo di proprietà

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

dell’Autorità, specificando che non sarà possibile l’installazione dello stesso lato utente, e pertanto si ritiene doveroso mantenere l’ultimo inciso.

Si ritiene opportuna la riformulazione della definizione di “opzione”, in quanto foriera di possibili dubbi interpretativi.

Alla luce dell’esperienza maturata nel corso del procedimento, l’Autorità ritiene opportuno un intervento regolamentare volto a introdurre un differente regime di pubblicità tra le offerte mass market e le offerte riservate. L’interesse da tutelare, anche rispetto alle offerte riservate, è quello di garantire agli utenti un’adeguata conoscenza delle condizioni contrattuali proposte in modo da consentire un’effettiva comparazione tra la proposta ricevuta, quella attualmente in possesso dei destinatari e tutte le altre offerte presenti sul mercato. Considerato che, nella pratica, le offerte riservate vengono proposte in maniera sintetica dagli operatori tramite SMS o telefono, l’utente destinatario si trova spesso nelle condizioni di non poter verificare autonomamente le integrali caratteristiche economiche e giuridiche dei servizi prospettati. Per questo motivo, viene introdotta la definizione di “offerta riservata”.

CONCLUSIONI

All’art. 1, il comma 1, subisce le seguenti modifiche:

Articolo 1 (Definizioni)

1. Ai fini del presente provvedimento si intende per:

- a) “Autorità”: l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dalla del 31 luglio 1997 legge n. 249 ;
- b) “Codice”: il “Codice delle comunicazioni elettroniche” adottato con decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259;
- c) “consumatore”: ~~l’utente finale~~, la persona fisica che utilizza un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico per scopi non riferibili all’attività lavorativa, commerciale o professionale svolta;
- d) “utente ~~finale~~”: ~~un utente~~ *la persona fisica o giuridica che utilizza o chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico e che non fornisce reti pubbliche di comunicazione o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico;*
- e) “servizio di comunicazione elettronica”: i servizi, forniti di norma a pagamento, consistenti esclusivamente o prevalentemente nella trasmissione di segnali su reti di comunicazione elettronica, compresi i servizi di telecomunicazioni e i servizi televisivi a pagamento;
- f) “servizi di televisione a pagamento”: il servizio offerto al pubblico dal fornitore dei servizi di accesso condizionato che consiste principalmente nella abilitazione, dietro

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

- pagamento di un corrispettivo, alla visione di programmi altrimenti non accessibili, singoli o a pacchetto, acquistabili da parte dell'utente anche nei momenti immediatamente antecedenti all'inizio della trasmissione del singolo programma, o del primo programma, nel caso si tratti di un pacchetto di programmi;
- g) “servizi prepagati”: i servizi di comunicazione elettronica il cui utilizzo è subordinato all'acquisto di un quantitativo predeterminato di credito monetario che può essere ricaricato dall'utente attraverso diverse modalità di pagamento;
 - h) “operatore”: ogni impresa autorizzata a fornire una rete pubblica di comunicazioni, o una risorsa correlata o un servizio di comunicazione elettronica, ivi incluso un servizio televisivo a pagamento;
 - i) “opzione”: ~~una specifica declinazione di una determinata offerta, non sottoscrivibile separatamente e di durata non predefinita, che prevede condizioni speciali limitatamente ad alcune modalità di fruizione del servizio~~ *pattuizione contrattuale che prevede condizioni speciali limitatamente ad alcune modalità di fruizione del servizio, sottoscrivibile in aggiunta a un'offerta di base;*
 - j) “promozione”: una condizione accessoria ad una offerta, di durata temporale predefinita, che prevede per il consumatore condizioni migliorative limitatamente ad alcune modalità di fruizione del servizio;
 - k) “offerta riservata”: *un'offerta destinata ad una categoria predeterminata di utenti o consumatori;*
 - l) “motore di calcolo”: un sistema che, a richiesta dell'utente, effettua operazioni di confronto tariffario tra le diverse offerte degli operatori, e che, anche a partire da informazioni relative al profilo di consumo, consente di ottenere una stima della spesa associata a ciascuna offerta e, quindi, della convenienza economica dei diversi piani tariffari; il servizio può essere reso disponibile anche senza l'ausilio di apparecchiature da installare presso la sede dell'utente o di software da installare sul personal computer dell'utente;
 - m) “Direzione”: la Direzione dell'Autorità competente in materia di trasparenza tariffaria, la Direzione Tutela dei Consumatori;
 - n) “soggetto indipendente”: soggetto indipendente dagli operatori di comunicazioni elettroniche che su incarico dell'Autorità gestisce il motore di calcolo per la comparazione delle condizioni economiche dell'offerta;

ART. 2 – AMBITO DI APPLICAZIONE

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

Tutti gli operatori partecipanti alla consultazione e le loro Associazioni hanno criticato, *prima facie*, l'estensione dell'ambito di applicazione dello schema di provvedimento a tutti gli utenti finali (e quindi anche ai non consumatori), in quanto tale ampliamento sarebbe stato operato dall'Autorità in carenza di legittimazione (sia avuto riguardo alla normativa interna, che a

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

quella europea) e rischierebbe di ingenerare maggiori costi a carico degli operatori – dettati dall'ampliamento generalizzato di prescrizioni di ulteriore garanzia a tutti gli utenti – che verrebbero poi inevitabilmente traslati sui clienti.

Asstel, a seguito di specifica richiesta della Direzione tutela dei consumatori, ha precisato che, pur non condividendo l'estensione effettuata in ambito applicativo nella sua generalità, alcune disposizioni possano essere adottate anche per l'utente e non solo per il consumatore, sebbene con alcuni correttivi, di seguito specificati.

Infine AIP ha sottolineato come non appaia chiaro se lo schema di provvedimento sia applicabile ai soli contratti per adesione, chiedendo che tale previsione venga meglio evidenziata.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

La delimitazione dell'ambito di applicazione contenuta all'art. 2 appare corretta, in quanto, come evidenziato nelle valutazioni generali, il provvedimento è applicativo soprattutto dell'articolo 71 del Codice, che espressamente individua sia nei consumatori che negli utenti finali¹ i destinatari delle informazioni sulla trasparenza e delle misure adottate dall'Autorità.

L'ambito di applicazione del presente regolamento non può quindi essere limitato ai soli consumatori, se non nelle specifiche disposizioni ritenute non applicabili anche alle altre categorie di utenti.

Per contro si accoglie la proposta di meglio chiarire l'ambito di applicazione del provvedimento quale circoscritto ai contratti per adesione – o comunque stipulati sulla base di condizioni predeterminate dall'operatore - i quali, per loro natura, si prestano alla comparazione tariffaria. Le misure previste nel presente provvedimento, invece, perdono

¹ Cfr. art. 71, comma 1 e 2, del Codice: 1) *L'Autorità assicura che le imprese che forniscono reti pubbliche di comunicazione elettronica o servizi accessibili al pubblico di comunicazione elettronica pubblichino informazioni trasparenti, comparabili, adeguate e aggiornate in merito ai prezzi e alle tariffe vigenti, a eventuali commissioni per la risoluzione del contratto e a informazioni sulle condizioni generali vigenti in materia di accesso e di uso dei servizi forniti agli **utenti finali e ai consumatori**, conformemente alle disposizioni dell'allegato n. 5. Tali informazioni sono pubblicate in forma chiara, esaustiva e facilmente accessibile. L'Autorità può precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui tali informazioni devono essere pubblicate.* 2) *L'Autorità promuove la fornitura di informazioni che consentano agli **utenti finali e ai consumatori** di valutare autonomamente il costo di modalità di uso alternative, anche mediante guide interattive. Ove tali servizi non siano disponibili sul mercato a titolo gratuito o a un prezzo ragionevole, l'Autorità provvede affinché vengano resi disponibili o affida l'incarico a terzi. Questi ultimi hanno il diritto di utilizzare gratuitamente le informazioni pubblicate dalle imprese che forniscono reti o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico per vendere o rendere disponibili tali guide interattive o tecniche analoghe.*

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

rilievo nel caso in cui le condizioni economiche e contrattuali siano oggetto di specifica contrattazione tra le parti, come accade nel caso di contratti non per adesione. In quest'ultima fattispecie, infatti, non si ravvisa la necessità di ampliare la tutela, in ogni caso prevista dall'articolo 71 del *Codice* e richiamata dalla delibera n. 519/15/CONS, tramite le previsioni contenute nel provvedimento in esame, di fatto applicabili solo ove sussistano condizioni economiche predefinite e non modificabili dal contraente.

CONCLUSIONI

L'art. 2., comma 2, è così modificato:

2) Le disposizioni del presente provvedimento si applicano alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica agli utenti e ai consumatori da parte degli operatori di telecomunicazioni e televisione a pagamento, *limitatamente ai contratti per adesione.*

ART. 3 – INFORMAZIONI AGLI UTENTI

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

Con riguardo al comma 1 dell'articolo 3, nessun commento di rilievo è pervenuto.

Alcuni *stakeholders* (Asstel e singolarmente ciascun associato, AIIP), convengono nel chiedere all'Autorità di riservare l'applicazione dell'articolo 3, comma 2, ai soli consumatori. Imporre prezzi comprensivi di IVA all'utente in generale, ricomprendendo dunque anche l'utenza affari, non permetterebbe a quest'ultima una corretta quantificazione del valore dell'offerta: tale tipologia di utenza, infatti, non sopporta come costo l'IVA, deducendola. Inoltre il mondo affari è ormai strutturato nel valutare il costo IVA esclusa e tale previsione potrebbe ingenerare la scorretta percezione di un aumento ingiustificato dei prezzi.

A parere di Asstel, BT, Vodafone e Fastweb, appare dubbia la competenza dell'Autorità a intervenire, in modo pervasivo e dettagliato, sul contenuto delle informazioni pubblicitarie e delle promozioni commerciali attivate dagli operatori, così come previsto dall'articolo 3, comma 3, del provvedimento in consultazione. L'art. 71, comma 1, del Codice delle Comunicazioni elettroniche consentirebbe all'Autorità di assicurare soltanto che le imprese pubblichino informazioni trasparenti, comparabili, adeguate e aggiornate in merito ai prezzi e alle tariffe vigenti, nonché di dettare prescrizioni relative alla forma delle informazioni pubblicate. Sarebbe, dunque, evidente che tale disposizione attribuisce all'Autorità la sola potestà di disciplinare la forma di pubblicazione delle informazioni obbligatorie di cui all'art. 71, comma 1, CCE, ma non di quelle pubblicitarie. L'esclusione di una titolarità di Agcom in

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

merito a forma e contenuto di informazioni pubblicitarie sarebbe peraltro confermata dall'esistenza di specifiche disposizioni in materia di pubblicità ingannevole (cfr. D. Lgs. 145/2007, in modifica del D. Lgs. 206/2005, c.d. Codice del Consumo), la cui competenza a sindacarne eventuali profili di ingannevolezza spetta ad altra Autorità. Alla luce di queste considerazioni Asstel chiede fin da subito lo stralcio dei commi 2 e 3 dell'art. 3.

Asstel, BT, Vodafone, Fastweb, Wind e H3G non condividono la predisposizione di modalità che impongano all'operatore di informare il consumatore del raggiungimento di una determinata soglia di consumo (art. 3, comma 4). Ad oggi gli operatori mettono a disposizione dei propri clienti strumenti che consentano al consumatore di controllare direttamente la propria spesa in modo consapevole e semplice, tra cui una molteplicità di strumenti in *self care* e *web based*. Sotto tale punto di vista è necessario tener conto di questi strumenti che ormai hanno superato le prescrizioni obsolete contenute nelle delibere nn. 96/07/CONS e 126/07/CONS.

AIIP, in riferimento al comma 4 dell'articolo 3, propone di circoscrivere ulteriormente la portata dell'obbligo all'ambito dell'effettiva esigenza di tutela, ossia ai soli casi di passaggio automatico da una tariffa ad un'altra a titolo oneroso.

Wind, Welcome e PosteMobile ritengono eccessivamente onerose, obsolete e ridondanti le previsioni di cui ai commi 5 e 6, proponendone lo stralcio e/o la modifica sostanziale.

In relazione al comma 7 dell'articolo 3, Telecom Italia propone di eliminare la specificazione "con cadenza bimestrale" in quanto non è detto che la fatturazione avvenga su base bimestrale. Inoltre la Società propone l'eliminazione della durata media delle chiamate effettuate quale informazione da rendere all'utenza in quanto considerata poco significativa. AIIP si oppone integralmente alla norma, ritenendo che tale previsione creerebbe solo duplicazione di adempimenti e incertezza giuridica con rischi di violazione della normativa a tutela dei dati personali degli utenti, oltre ad essere, di fatto, inapplicabile per il traffico dati.

Allo stesso modo AIIP chiede lo stralcio del comma 8.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

Alla luce delle osservazioni ricevute, si ritiene conveniente apportare alcune modifiche all'impianto dell'art. 3, volto essenzialmente a garantire, in applicazione dell'art. 71 del Codice, la trasparenza delle condizioni economiche dell'offerta.

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

In questa ottica, l'ambito di applicazione del comma 2 è stato limitato ai soli consumatori in accoglimento delle considerazioni espresse da alcuni operatori, lasciando dunque inalterata l'analoga disposizione già vigente ai sensi dell'articolo 3, comma 6 della delibera n. 96/07/CONS

Per quanto concerne il comma 3, siamo in presenza, in realtà all'esplicitazione di obblighi di trasparenza tariffaria già previsti dall'articolo 71 del Codice delle comunicazioni elettroniche e applicabili a tutte le offerte. La disposizione in questione chiarisce le modalità con cui gli operatori pubblicano le informazioni, anche di carattere commerciale, relative alle condizioni economiche previste in caso di promozione, differendo nella sostanza dal disposto del Codice del Consumo² in materia di azioni scorrette e pubblicità ingannevole. In ogni caso, si rinviene l'opportunità di riformulare la disposizione al fine di scongiurare dubbi interpretativi.

In riferimento al comma 4, si ritiene inopportuno effettuare alcuna modifica. Nel proprio fondamento, infatti, trattasi di una previsione già vigente ai sensi dell'articolo 3, comma 6, della delibera n. 126/07/CONS³, a cui il provvedimento in consultazione aggiunge esclusivamente la precisazione della soglia massima di consumo (80% del *plafond*) entro la quale l'operatore è obbligato a rendere l'informazione all'utente, conservando inalterata la sostanza la norma. Inoltre, alla luce del mutato contesto di mercato e della esponenziale crescita di offerte cosiddette a "*plafond*", il consolidamento di una tutela che assicuri il corretto controllo della spesa all'utenza risulta un dovere inderogabile dell'Autorità. I nuovi strumenti, in *self care* e *web based*, per il controllo della spesa messi a disposizione dagli operatori, non sono ancora utilizzati da un consistente numero di utenti e, in ogni caso, potranno essere eventualmente funzionali allo scopo cui mira la disposizione in questione.

Al pari del comma 4, i commi 5 e 6 sono previsioni nella sostanza già vigenti ai sensi della delibera n. 126/07/CONS, le cui tutele risultano a tutt'oggi necessarie e pertanto si ritiene di non apportare alcuna modifica al novellato in consultazione, salvo specificare le modalità delle comunicazioni ai titolari di servizi prepagati. Anche in questo caso, la diffusione di

² Articolo 21, comma 1, del Codice del Consumo: "*E' considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o e' idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o piu' dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o e' idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso...*"

³ Articolo 3, comma 6, delibera n. 126/07/CONS: "*Nel caso di opzioni o promozioni che a titolo oneroso diano luogo al diritto di usufruire di una quantità di servizi predeterminata, in termini di tempo o di volume, l'operatore di telefonia informa il consumatore, in prossimità dell'esaurirsi di dette quantità, dell'imminente ripristino delle condizioni economiche previste dall'offerta precedentemente sottoscritta.*"

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

modalità di comunicazione telematiche consentirà di semplificare l'onere in capo agli operatori.

In relazione al comma 7 dell'articolo 3, si accoglie la proposta di Telecom Italia nell'eliminare la specificazione "con cadenza bimestrale", provvedendo allo stesso tempo a sostituirla con il dettato "secondo la cadenza della fatturazione". Per contro, essendo una previsione già vigente ai sensi dell'articolo 3, comma 4, della delibera n. 126/07/CONS, si ritiene a tutt'oggi utile l'informazione all'utenza in ordine alla durata media delle chiamate effettuate: in caso di scelta tra una tariffa che preveda o meno lo scatto alla risposta, l'unico parametro di riferimento per l'utente risulta essere proprio la durata media delle chiamate effettuate. Pertanto il comma non subisce variazioni in tal senso.

Infine, non si ritiene di dover deregolamentare quanto già disciplinato dall'articolo 3, comma 5, della delibera n. 126/07/CONS, e ripreso al comma 8 dell'articolo 3 del documento in consultazione.

CONCLUSIONI

L'art. 3 è modificato come segue:

Articolo 3

(Informazioni agli utenti)

1. Gli operatori formulano condizioni economiche trasparenti, in modo da evidenziare tutte le voci che compongono l'effettivo costo del servizio di comunicazione elettronica.

2. Le informazioni pubblicitarie relative ad offerte, opzioni e promozioni, *destinate al consumatore*, contengono esclusivamente prezzi comprensivi di I.V.A. ed indicano chiaramente le modalità con cui l'utente ottenere ulteriori dettagli informativi.

3. Le informazioni pubblicitarie relative a promozioni che prevedono sconti di durata predeterminata indicano in modo chiaro e inequivocabile lo sconto o il ribasso effettuato, il prezzo normale di vendita del servizio allo scadere della promozione e l'eventuale costo da sostenere in caso di risoluzione anticipata del contratto.

4. Fatto salvo quanto stabilito nella delibera n. 326/10/CONS, nel caso di offerte o piani tariffari, opzioni o promozioni, che diano luogo al diritto di usufruire di una quantità di servizi predeterminata, ad esempio in termini di tempo o volume, al raggiungimento dell'80% del plafond previsto, l'operatore informa l'utente dell'imminente ripristino delle condizioni economiche regolate dall'offerta precedentemente sottoscritta.

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

5. Almeno una volta l'anno, l'operatore comunica all'utente in forma scritta tutte le condizioni economiche sottoscritte, fermo restando il diritto dell'utente di conoscerle in qualsiasi momento e gratuitamente.

6. In caso di servizi prepagati, la comunicazione di cui al comma 5 avviene ~~con~~ ~~modalità idonee~~ tramite SMS ovvero e-mail e comunque garantendo all'utente modalità che prevedano l'accesso interattivo alla rete internet.

7. Per facilitare l'esercizio consapevole della facoltà di scelta dell'utente tra le diverse offerte sul mercato, l'operatore della telefonia fornisce, con la cadenza di fatturazione, il numero totale delle chiamate e dei minuti delle singole voci di traffico (voce e dati), secondo la ripartizione prevista dalla documentazione di fatturazione, nonché la durata media e la durata totale delle chiamate effettuate.

8. In caso di servizi prepagati, il titolare della linea telefonica ha diritto di conoscere le medesime informazioni di cui al comma 7 mediante accesso riservato che dovrà essere garantito da almeno due delle seguenti modalità:

- a) messaggio informativo attraverso il numero telefonico di assistenza clienti o altro numero gratuito;**
- b) pagina consultabile nel sito web dell'operatore o applicazioni dedicate;**
- c) via SMS gratuito, digitando un codice.**

ART. 4 – TRASPARENZA DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

In sede di audizione e nei commenti inviati a seguito delle stesse, gli operatori intervenuti e le loro associazioni (Asstel, AIIP, BT Italia, Fastweb, H3g, PosteMobile, Vodafone, Wind, Welcome e Telecom Italia), hanno suggerito di adottare, quale schema grafico in forma tabellare che mostri in dettaglio tutte le condizioni economiche dell'offerta, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lett. b), il medesimo prospetto informativo utile all'alimentazione del motore di calcolo, di cui all'articolo 7, comma 5, e allegato al documento in consultazione. Tale soluzione permetterebbe, infatti, l'ottimizzazione degli oneri soggiacenti al rispetto della normativa.

Con riferimento al comma 1, lett. c, Telecom Italia ritiene che sia troppo oneroso e soprattutto non d'interesse degli utenti venire a conoscenza delle modalità di calcolo di ogni singolo costo e che la descrizione dei costi formulata ai sensi della normativa vigente sia esaustiva.

Per quanto concerne il comma 2, recante l'implementazione di un calcolatore interattivo per i costi di recesso, Asstel, AIIP, BT Italia, Fastweb, H3g, PosteMobile, Vodafone, Welcome, Wind e Telecom Italia hanno manifestato forte contrarietà giudicandolo troppo oneroso a fronte di una mera duplicazione dell'informazione già disponibile per l'utenza. Gli operatori hanno inoltre rappresentato che sulla stessa materia interviene il cd. Ddl concorrenza già approvato da una delle due Camere. Altroconsumo, al contrario, propone di rendere disponibile il servizio non nell'area personale dell'utente ma in pagine web pubbliche, in modo da scongiurare la possibilità di informazioni non veritiere.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

In merito all'adozione del medesimo prospetto informativo sia ai fini della trasparenza tariffaria di cui all'articolo 4 che per l'alimentazione del motore di comparazione di cui all'articolo 7, si condivide la proposta degli operatori, in quanto, non arrecando alcuna *diminutio* ai diritti dell'utenza, permette di ottimizzare i processi aziendali sottesi al rispetto della normativa di settore.

Con riferimento all'implementazione di un calcolatore interattivo dei costi di recesso di cui al comma 2 dell'articolo 4 del documento in consultazione è opportuno ricordare che il decreto Bersani riconosce agli utenti che concludono un contratto per adesione il diritto di poter recedere in qualsiasi momento, rispettando un preavviso non superiore a trenta giorni, a fronte del quale l'operatore ha diritto a vedersi rimborsati i soli costi sostenuti⁴. Gli articoli 70 e 71 del Codice, altresì, completano il quadro normativo rispetto alla trasparenza dei costi di recesso, giustificando l'implementazione di un calcolatore interattivo che ne consenta l'immediata comprensione in ragione del loro essere un elemento fondamentale delle condizioni economiche dell'offerta. Tuttavia, considerato che il c.d. "ddl concorrenza" in esame in Parlamento contiene una serie di disposizioni destinate a disciplinare i contratti tra utenti e fornitori di servizi di comunicazioni elettroniche, prevedendo nuovi obblighi di informazione, sia verso l'Autorità che verso l'utenza, sotto lo specifico profilo dei costi di recesso, si ritiene opportuno differire fino alla conclusione del relativo iter legislativo l'intervento regolamentare in *subiecta materia*.

⁴ Decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, come convertito dalla l. n. 40/2007, art. 1, comma 3: *I contratti per adesione stipulati con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, devono prevedere la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell'operatore e non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni [...]*.

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Si ritiene, infine, opportuno introdurre al comma 1 dell'articolo 4 un'ulteriore specifica in ordine alle rimanenti informazioni da pubblicarsi ai sensi dell'allegato 5 del Codice. Si aggiunge pertanto la lettera d) all'articolo 4, comma 1.

L'Autorità, in coerenza con quanto valutato per le modifiche dell'articolo 1, comma 1, in merito all'introduzione della definizione di "offerta riservata", ritiene opportuno porre in capo all'operatore l'onere di garantire al destinatario dell'offerta riservata di accedere agevolmente al dettaglio delle condizioni giuridiche ed economiche, anziché pubblicarla sul proprio sito web. Pertanto viene introdotto, all'articolo 4, il comma 5.

CONCLUSIONI

L'art. 4 è così modificato:

Articolo 4

(Trasparenza delle condizioni economiche dell'offerta)

1. Gli operatori pubblicano sul proprio sito web, con apposito collegamento dalla home page, una pagina denominata "trasparenza tariffaria" contenente l'elenco delle offerte vigenti utilizzate dalla propria clientela, specificando se sono sottoscrivibili o meno. L'elenco delle offerte pubblicate è formulato in modo chiaro e sintetico e, per ciascuna offerta, deve contenere almeno:

- a) le condizioni contrattuali applicabili;**
- b) uno schema grafico in forma tabellare che mostri in dettaglio tutte le condizioni economiche dell'offerta;**
- c) l'indicazione di un eventuale costo di attivazione e disattivazione/recesso, corredato da una sintetica descrizione delle modalità di calcolo dello stesso e di tutti gli elementi che lo compongono;**
- d) il richiamo espresso, attraverso collegamento ipertestuale, alla pagina contenente le ulteriori informazioni di cui all'allegato 5 del Codice.**

~~*2. Gli operatori rendono disponibile, sul proprio sito web all'interno dell'area personale di ciascun utente, un calcolatore interattivo del costo di disattivazione/recesso, che dia una quantificazione puntuale e precisa di tutti gli oneri da sostenere in caso di disattivazione/recesso, legata al contratto sottoscritto e alla scadenza di quest'ultimo.*~~

2. Lo schema grafico di cui al comma 1, lett. b), è redatto secondo lo schema di cui all'allegato 1 e 2, che forma parte integrante e sostanziale della presente delibera. Il

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

prospetto è riportato nel sito web di ciascun operatore nella pagina “trasparenza tariffaria” di cui al comma 1, è reso disponibile nei punti di vendita della sua rete, ed è fornito in formato cartaceo o elettronico in qualsiasi momento all’utente che ne faccia richiesta, ~~oltre che inviato all’Autorità all’indirizzo e-mail pianitariffari@ageom.it.~~

3. Il link alla pagina denominata “trasparenza tariffaria” di cui al comma 1 e lo schema grafico di cui al comma 1, lett. b) sono inviati all’Autorità all’indirizzo PEC pianitariffari@cert.agcom.it.

4. I costi di recesso applicati vengono computati ai sensi dell’articolo 1, comma 3, della legge 2 aprile 2007, n. 40.

5. Nel caso di offerte riservate, deve essere garantita al destinatario dell’offerta la facoltà di poter agevolmente accedere al dettaglio delle condizioni giuridiche ed economiche dei servizi offerti.

ARTICOLI 5, 6 E 7 – SITO WEB DI COMPARAZIONE TARIFFARIA DELL’AUTORITÀ E SUO FUNZIONAMENTO

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

Dovendo trattare di fatto un unico argomento, quale il motore di calcolo e il suo funzionamento, ed avendo ricevuto contributi strutturati in tal senso, si ritiene opportuno riassumere i commenti ricevuti in relazione agli articoli 5, 6 e 7 nel loro complesso, al fine di consentire una migliore comprensione delle relative modifiche attuate.

In sede di audizione e nei commenti inviati, gli operatori intervenuti e le loro associazioni (Asstel, AIIP, BT Italia, Fastweb, H3G, PosteMobile, Vodafone, Wind, Welcome e Telecom Italia) hanno fortemente criticato la proposta di un motore di calcolo di proprietà dell’Autorità, commentandone con ogni preoccupazione sia la stessa implementazione che le procedure previste per il funzionamento. Gli operatori, infatti, pur comprendendo la necessità dell’Autorità di migliorare la normativa a tutela dell’utenza sulla trasparenza e confronto delle condizioni economiche dell’offerta, non intravedono alcuna esigenza di istituire un motore di calcolo gestito sotto il controllo dell’Autorità, alla luce dell’esistenza di altri motori di calcolo sul mercato, e evidenziano le numerose criticità e impatti negativi che il combinato disposto degli articoli 5, 6 e 7 in consultazione comporterebbero. In particolare è opinione concorde che la procedura descritta all’articolo 7 e relativa all’inserimento dei dati nel motore sia eccessivamente complessa ed onerosa, prevedendo un meccanismo assolutamente

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

farraginoso non supportato da alcuna necessità manifesta. Pertanto gli operatori hanno espresso assoluta contrarietà ad effettuare una qualsivoglia attività di data entry. Inoltre aspramente criticata è la laboriosità del prospetto informativo allegato al provvedimento, utile all'alimentazione del motore. A parere degli operatori, molte offerte/promozioni risultano difficilmente riconducibili al template proposto dall'Autorità e comunque di ardua elaborazione, non garantendo il risultato della comparazione con ricadute negative in termini di effettiva trasparenza ed errata informazione all'utenza. Nell'audizione tenutasi in data 30 settembre 2105, Asstel, Vodafone e Telecom Italia hanno, dunque, presentato una proposta alternativa in ordine ad un prospetto informativo, maggiormente aderente alle caratteristiche dell'attuale offerta di mercato.

In riferimento all'ambito di applicazione e alle offerte da immettere nel motore, gli operatori sopracitati hanno, altresì, manifestato l'impossibilità di comparare, sul solo parametro del "prezzo", le offerte destinate all'utenza business: in particolare, le offerte dedicate ai consumatori sono tendenzialmente meno strutturate e si prestano ad essere comparate e misurate sulla base del solo criterio del prezzo (il contenuto delle offerte è tendenzialmente omogeneo, differenziandosi solo sotto il profilo della composizione o delle modalità di fruizione), al contrario le offerte per i clienti business sono composte da strumenti di lavoro (c.d. servizi di collaborazione) ulteriori rispetto ai servizi di comunicazione elettronica tradizionali. Partendo da tale constatazione di fatto, gli operatori strutturano le offerte business partendo da servizi base (voce e dati) su cui vengono costruiti degli ulteriori essenziali per le aziende (es. fax, sms, pec, numero verde, mail, hosting, drive, conference call, meeting, ecc.), aggiungendo un plusvalore importante ai fini della valutazione dell'offerta da parte dell'utente. Secondo gli operatori è proprio tale plusvalore che il motore di calcolo non è in grado di comparare. Pertanto gli operatori, sia singolarmente che come associazioni, hanno chiesto l'applicazione dell'impianto della delibera relativo al motore di calcolo alle sole offerte dedicate ai consumatori.

Sky e RTI hanno evidenziato che la composizione diversamente articolata dei pacchetti televisivi e dei rispettivi diversi contenuti rende priva di significato ogni valutazione comparativa (finalizzata ad un confronto tra prezzi, così come novellato nel documento in consultazione) delle varie offerte presenti sul mercato, cosa che, al contrario, è possibile per i servizi di telefonia ed accesso ad internet. Le suddette Società temono che, nel caso delle Pay TV, la comparazione sotto il profilo del solo "prezzo" possa essere fuorviante per l'utente, il quale potrebbe essere facilmente indotto a ritenere equipollenti pacchetti di contenuti che non lo sono affatto.

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Le Associazioni dei consumatori plaudono fortemente alla volontà di Agcom di realizzare un motore di comparazione istituzionale per garantire una corretta comparazione all'utente, denunciando l'inadeguatezza - in alcuni casi anche la scorrettezza - dei motori di calcolo presenti sul mercato, anche se accreditati dall'Autorità stessa. Tutte le Associazioni sono, altresì, concordi nel chiedere all'Autorità l'istituzione di un tavolo tecnico per il lancio del motore di calcolo al quale possano partecipare consumatori, operatori, ed il gestore del motore. Le Associazioni chiedono, altresì, che venga previsto un periodo di test del motore di almeno sei mesi.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

In via preliminare si evidenzia che la scelta dell'Autorità di mettere a disposizione dell'utenza un proprio motore di calcolo istituzionale per la comparazione delle tariffe è dettata dall'assenza sul mercato di strumenti altrettanto rispondenti alla tutela prevista dall'articolo 71 del CCE, anche qualora accreditati, così come ampiamente argomentato dalle Associazioni dei consumatori.

Con riferimento all'ambito di applicazione del motore di calcolo, a seguito delle numerose argomentazioni addotte dagli operatori, si rinviene l'opportunità di limitarlo alle sole offerte destinate ai consumatori di servizi di telefonia e accesso ad internet. La volontà dell'Autorità è, infatti, tesa a garantire un'informazione trasparente e corretta all'utenza, ottenibile solo minimizzando il rischio di deviazione del risultato delle elaborazioni e limitando per quanto possibile il margine d'errore, già insito nel fondamento stesso di un motore di calcolo, quale strumento statistico di comparazione. Condividendo, dunque, quanto emerso dai contributi ricevuti e ampiamente discusso nelle audizioni con gli operatori, l'elaborazione delle offerte dedicate all'utenza business nonché delle offerte Pay TV non è, allo stato, possibile senza incorrere nel rischio di ottenere risultati distorti, provocando disorientamento degli utenti. D'altro canto la medesima motivazione ha spinto l'Autorità ad abbandonare la possibilità di accreditare soggetti terzi per il confronto delle condizioni economiche dell'offerta, prediligendo la gestione diretta di uno strumento tanto complesso quanto utile alla trasparenza dell'offerta, qual è un motore di calcolo.

In ordine ai prospetti informativi allegati al documento in consultazione, alla luce delle recentissime innovazioni nella composizione delle offerte al pubblico dei servizi di comunicazione elettronica e alle obiezioni sollevate dagli operatori, se ne ravvede l'opportunità di sostituzione con corrispondente allegato, aderente alla composizione del mercato attuale e, dunque, di maggior efficacia ai fini dell'alimentazione del motore di calcolo oltre che della trasparenza *tout court*.

Con riferimento alla richiesta delle Associazioni dei consumatori in ordine alla istituzione di un tavolo tecnico volto al lancio e al controllo del motore di calcolo, da tenersi congiuntamente agli operatori e al soggetto indipendente, l'Autorità accoglie con favore la proposta, intuendo la possibilità di migliorare nel tempo tramite un controllo di più ampio respiro sullo strumento messo in campo a tutela dei diritti dell'utenza. In relazione alla richiesta di prevedere un periodo di test del motore di almeno sei mesi, nel ritenere opportuno l'accoglimento, si rimanda alle successive valutazioni e conseguenti modifiche dell'articolo 9 recante "*norme transitorie e finali*" onde evitare possibili dubbi interpretativi dell'articolo 7 sul funzionamento del motore.

CONCLUSIONI

In considerazione di quanto sopra rappresentato, il testo dell'art. 5 subisce le seguenti modifiche:

Articolo 5

(Sito web di comparazione tariffaria dell'Autorità)

- 1. L'Autorità mette a disposizione ~~degli utenti dei consumatori~~ un motore di calcolo per la comparazione dei prezzi dei servizi di ~~comunicazione elettronica~~ *telefonia e accesso ad internet*. Tale servizio è disponibile sul sito web www.confrontaofferte.agcom.it, tramite il quale ~~l'utente~~ *il consumatore* accede a tutte le offerte vigenti di tutti gli operatori di comunicazione elettronica anche se non più sottoscrivibili e ancora attive e le confronta sulla base di criteri omogenei.**
- 2. Il motore di calcolo viene gestito dal soggetto indipendente che garantisce la non discriminazione degli operatori all'atto della presentazione dei risultati.**
- 3. All'interno del sito *web* di cui al comma 1, l'ordinamento dei risultati dei confronti è effettuato unicamente sulla base del criterio del prezzo del servizio.**
- 4. Il motore di calcolo è corredato da una spiegazione chiara del modo in cui avviene il confronto e delle eventuali limitazioni/approssimazioni previste nel calcolo.**
- 5. Il motore di calcolo è agevolmente e gratuitamente accessibile anche agli utenti che non hanno a disposizione una connessione Internet a banda larga. L'accessibilità al motore di calcolo è garantita anche agli utenti disabili, con particolare riferimento ai non vedenti.**
- 6. Il motore di calcolo, nell'effettuare i confronti, tiene in considerazione la dislocazione geografica e la tipologia di profilo di consumo dell'utente ~~in relazione alle varianti affari, residenziale, disabile, etc.~~, con l'obiettivo di poter rappresentare tutte le tariffe dei**

servizi disponibili e utilizzati, anche se non più sottoscrivibili, nella zona geografica e per tipologia coerente con le caratteristiche dell'utente.

7. Il motore di calcolo implementato nel sito web consente l'inserimento da parte dell'utente *consumatore* di due tipologie di dati in modo alternativo:

- a) dati puntuali relativi al profilo di traffico reale effettuato dall'utente, utilizzando dati importati da *files* relativi a fogli di calcolo (.csv, .xcl, etc..) o analoghi, scaricati dall'utente dal sito del proprio gestore secondo formati concordati con gli operatori, eventualmente integrati con altri forniti dall'utente;
- b) dati sintetici rappresentanti il profilo di consumo dell'utente o comunque alcuni esempi di profili di consumo predefiniti.

L'Articolo 6 non subisce correzioni mentre l'articolo 7 è modificato come segue:

Articolo 7

(Procedura per l'inserimento dei dati nel motore di calcolo *e suo funzionamento*)

~~1. L'operatore comunica le proprie tariffe, opzioni e/o promozioni tramite un'area riservata di un apposito sito web dedicato di cui all'articolo 5, comma 1.~~

~~2. L'accesso via web, da parte dei soggetti autorizzati, all'area riservata del sito web, di cui al comma 1, avviene tramite CNS (Carta Nazionale dei Servizi). Ciascun operatore, dunque, può delegare ad utilizzare il servizio da 1 a 5 persone, le quali saranno identificate e autenticate mediante CNS.~~

~~3. L'attivazione formale di una tariffa inserita nel sito web, o un aggiornamento richiesto su una tariffa preesistente, avviene tramite un indirizzo di posta elettronica certificata PEC, autorizzato agli scopi preposti, ovvero altro mezzo indicato dalla Direzione.~~

~~4. L'operatore comunica all'Autorità l'indirizzo PEC autorizzato alla trasmissione delle tariffe ovvero i codici fiscali delle persone delegate ad operare per conto dell'operatore medesimo.~~

~~5. Al fine di consentire l'inserimento dei dati nel motore di calcolo, le voci di costo e i dati descrittivi di ciascuna tariffa, opzione e/o promozione, sono riassunti nei prospetti informativi di cui agli allegati 1 e 2 all'allegato 1, che formano parte integrante della presente delibera.~~

~~6. Al termine della procedura di inserimento dei dati di cui al comma 1, il sistema genera un file PDF che riepiloga tutte le opzioni selezionate per la tariffa in esame. L'operatore acquisisce il file PDF e verifica la correttezza dei dati relativi alla tariffa che intende comunicare.~~

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

~~7. L'operatore restituisce, tramite il proprio indirizzo PEC autorizzato all'indirizzo PEC del soggetto indipendente, il file PDF riassuntivo dei dati dell'offerta così come scaricato dal sito web una volta conclusasi la fase di inserimento della tariffa. Tale invio costituisce l'accettazione del PDF e l'attivazione formale della tariffa o dell'aggiornamento richiesto. Nel caso di riscontro positivo del file PDF ricevuto tramite PEC, il soggetto indipendente fornisce all'operatore un riscontro positivo per la pubblicazione dei dati che, in ogni caso, non avviene prima della data comunicata come desiderata dall'operatore. Fa fede la data di invio del messaggio PEC riscontrata nel messaggio PEC ricevuto dal soggetto indipendente.~~

1. L'operatore comunica le proprie tariffe, opzioni e promozioni, riassunte secondo lo schema di cui all'allegato 1 della presente delibera, tramite PEC all'indirizzo dell'Autorità pianitariffari@cert.agcom.it.

8 2. Le tariffe, opzioni o promozioni, devono essere comunicate dall'operatore, *secondo la procedura di cui al comma 1*, al massimo entro il primo giorno di disponibilità delle stesse sul mercato.

9 3. L'offerta viene resa pubblica nel sito web di confronto tariffario entro due giorni lavorativi a far data dalla sua comunicazione da parte dell'operatore e, comunque, non prima del giorno indicato dall'operatore come data di lancio sul mercato.

4. Gli operatori assicurano adeguata pubblicità, ciascuno sul proprio sito web, al motore di calcolo presente sul sito web www.confrontaofferte.agcom.it.

5. La Direzione convoca in audizione, con cadenza almeno semestrale, il soggetto indipendente al fine di verificare corretto funzionamento del motore di calcolo di cui al comma 1 dell'articolo 5. All'audizione possono essere invitati a partecipare gli operatori, anche in forma associata, e le Associazioni dei consumatori.

6. Gli allegati 1 e 2 al presente provvedimento possono essere modificati con determina della Direzione, previa audizione dei soggetti di cui al comma 5.

ART. 8 – SANZIONI

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

AIIP ha evidenziato che la sanzione irrogabile dovrebbe essere maggiormente proporzionata, consentendo di modularla opportunamente per le ridotte dimensioni dell'impresa e la limitata dannosità delle condotte contestate (attesa ad es. l'esiguità della clientela coinvolta). Inoltre, attesa la complessità della regolamentazione del settore, ad avviso di AIIP, l'accertamento di violazioni come quelle ipotizzabili in relazione al provvedimento in commento dovrebbe dare

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

luogo dapprima ad una specifica diffida individuale e solo in caso di inottemperanza alla diffida, o recidiva, a sanzione.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

Nel rispetto del principio della riserva di legge, la norma opera esclusivamente una ricognizione del presidio sanzionatorio applicabile alle diverse fattispecie, a seconda della disposizione del Codice da cui promanano (art. 71). Resta dunque acclarato che, nel caso di specie, la sanzione resta quella corrispondente, ivi determinata.

CONCLUSIONI

L'art. 8 non subisce modifiche

ART. 9 – NORME TRANSITORIE E FINALI

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

BT Italia e Telecom Italia ritengono che, data l'importanza che riveste la materia oggetto di consultazione e l'incidenza sui processi aziendali sulle mutate modalità di comunicazione delle offerte al pubblico e sulla loro comparabilità, sia necessario oltre alla previsione di un periodo di almeno sei mesi per garantirne l'implementazione, prevedere una successiva fase di test, durante la quale gli operatori e l'Autorità potranno verificare la fattibilità e il corretto funzionamento del procedimento. Suddette Società chiedono, altresì, che gli obblighi che l'Autorità deciderà di imporre agli operatori con l'entrata in vigore del provvedimento in parola debbano applicarsi alle sole offerte/opzioni/promozioni commercializzate successivamente a tale data.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

Con riferimento alla previsione di cui all'articolo 3, comma 4, che fissa nel raggiungimento dell'80% del plafond sottoscritto dall'utente l'obbligo dell'operatore di informazione dell'imminente ripristino delle condizioni economiche preesistenti, si ritiene opportuno concedere un termine di sei mesi per consentire l'adeguamento dei sistemi. Sino ad allora, rimane fermo l'obbligo già vigente ai sensi dell'articolo 3, comma 6 della delibera n. 126/07/CONS, il quale assume come indicazione temporale "in prossimità dell'esaurirsi" del plafond.

SINTESI DEI CONTRIBUTI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Alla luce della richiesta congiunta di operatori e Associazioni dei consumatori (meglio descritta nelle osservazioni riportate per gli articoli 5, 6 e 7) in ordine alla previsione di un periodo di test durante il quale sia possibile verificare il corretto funzionamento del motore di calcolo, si ritiene opportuno accogliere la proposta.

Per contro non si ritiene pienamente condivisibile la richiesta di BT Italia e Telecom in ordine all'applicazione delle misure previste alle sole offerte/opzioni/promozioni commercializzate successivamente all'entrata in vigore del provvedimento. Stante la numerosità delle offerte attualmente presenti sul mercato, infatti, si comprende lo sforzo sotteso all'adeguamento di tutte le tariffe in vigore anche se non più sottoscrivibili. Allo stesso modo è compito dell'Autorità tener fede alla tutela dell'utenza, garantendo che il confronto tra le tariffe sia utile al maggior numero di utenti possibile, compresi coloro che intendano confrontare un'offerta non più sottoscrivibile. Pertanto, anche alla luce delle sopra illustrate modifiche al documento in consultazione - che constano in un sostanziale alleggerimento degli obblighi posti in consultazione - si ritiene congruo ricondurre l'ambito di applicazione del provvedimento alle tariffe, opzioni e promozioni in vigore a partire dai 18 mesi precedenti alla pubblicazione sul sito istituzionale dell'Agcom della delibera in parola.

Considerato il superamento della procedura che poneva in capo agli operatori l'onere di alimentare il motore di comparazione nonché la semplificazione dei relativi prospetti informativi, si ritiene opportuno ridurre da sei a quattro mesi il termine entro il quale gli operatori devono comunicare i dati relativi alle tariffe applicate.

CONCLUSIONI

L'art. 9 è così riformulato:

Articolo 9 (Norme transitorie e finali)

1. Il presente provvedimento entra in vigore 30 giorni dopo la sua pubblicazione sul sito web dell'Autorità.

2. Entro sei mesi dalla pubblicazione di cui al comma 1, gli operatori si adeguano alle disposizioni dell'articolo 3, comma 4, fatto salvo, sino a allora, il rispetto dell'obbligo di cui all'articolo 3, comma 6 della delibera n. 126/07/CONS.

3. Entro 6 4 mesi dalla pubblicazione sul sito istituzionale dell'Autorità del presente provvedimento, gli operatori comunicano, secondo la procedura di cui all'articolo 7, i dati di tutte le tariffe, opzioni o promozioni in vigore dai 18 mesi precedenti alla suddetta data, anche se non più sottoscrivibili.

4. Il presente provvedimento abroga e sostituisce le disposizioni di cui alle delibere n. 96/07/CONS, del 22 febbraio 2007, n. 126/07/CONS, del 22 marzo 2007, fatto salvo quanto previsto al comma 2.

5. All'atto dell'operatività del motore di calcolo presente sul sito *web* www.confrontaofferte.agcom.it, si intende abrogata la delibera n. 331/09/CONS e le conseguenti deliberazioni.

6. Il presente provvedimento viene pubblicato sul sito *web* dell'Autorità.