



*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*

**Allegato B alla Delibera n. 462/16/CONS**

**Documento per la consultazione pubblica utile alla modifica della delibera n. 252/16/CONS recante “MISURE A TUTELA DEGLI UTENTI PER FAVORIRE LA TRASPARENZA E LA COMPARAZIONE DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE DELL’OFFERTA DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE ELETTRONICA”**

---

**Allegato B**

*documento in consultazione*



## *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*

### **Allegato B alla Delibera n. 462/16/CONS**

#### **Proposte di modifiche alla delibera n. 252/16/CONS recante “Misure a tutela degli utenti per favorire la trasparenza e la comparazione delle condizioni economiche dell’offerta dei servizi di comunicazione elettronica”.**

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, al fine di poter esercitare in modo pienamente consapevole la scelta dell’offerta ritenuta più conveniente per il proprio profilo di consumo.

Nell’ambito di mercati competitivi caratterizzati da un’altissima velocità evolutiva, tali obiettivi possono essere centrati esclusivamente con l’aggiornamento costante e mirato della regolamentazione vigente in materia.

Pertanto, essendo emerse dalla prassi applicativa alcune criticità – nel caso della telefonia mobile, con riferimento alla conoscibilità in modalità gratuita del credito residuo; nel caso della telefonia fissa, relativamente alla cadenza della fatturazione- si ravvisa la necessità di integrare quanto previsto dall’ articolo 3 della delibera n. 252/16/CONS nel seguente modo:

- 1) All’articolo 3, comma 8, della delibera n. 252/16/CONS, viene inserito l’inciso riportato di seguito in grassetto: *“In caso di servizi prepagati, il titolare della linea telefonica ha diritto di conoscere le medesime informazioni di cui al comma 7 e **le informazioni sul proprio credito residuo 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 e applicazioni dedicate;*
  - c) via SMS gratuito, digitando un codice.*

La questione di garantire una modalità gratuita di conoscenza del proprio credito residuo che prescindendo dall’utilizzo di internet o delle App, si pone oggi per la prima volta in quanto per prassi consolidata il credito residuo è sempre stato gratuitamente accessibile a tutti gli utenti della telefonia mobile, non rendendo sinora necessaria una disciplina in merito.

Limitando le modalità gratuite per conoscere il proprio credito residuo all’utilizzo della App o del sito internet, si discriminano tutti gli utenti che non possiedono smartphone o che non usano internet (pari a circa il 47% delle SIM totali – dato a giugno 2016).



## *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*

Per tali ragioni, si ritiene opportuno un intervento che riconosca il diritto degli utenti di conoscere gratuitamente il credito residuo, oltre che tramite app e internet, anche attraverso almeno una modalità tra sms e linea telefonica per assistenza clienti.

- 2) All'articolo 3 della delibera n. 252/16/CONS viene inserito il comma 9 ove si fissano le scadenze di fatturazione dei servizi. Il comma in parola reca: “ **Per la telefonia fissa la cadenza di fatturazione deve essere almeno su base mensile. Per la telefonia mobile la cadenza di fatturazione non può essere inferiore a quattro settimane (ovvero al mese solare). In caso di offerte convergenti con la telefonia fissa, prevale la cadenza di fatturazione relativa a quest'ultima.**”

Nel corso dell'anno 2015, i principali operatori di telefonia mobile hanno modificato le condizioni contrattuali delle offerte commerciali nel senso di ridurre il periodo di rinnovo sulla base di 4 settimane e non più mensile. Tali modifiche, oltre a determinare un aumento dei prezzi delle offerte coinvolte, hanno compresso la libertà di scelta degli utenti e vanificato, anche considerate le tempistiche ed il contesto di mercato, la ratio sottesa all'esercizio del diritto di recesso nel caso di mancata accettazione di modifiche contrattuali, così come statuito dall'articolo 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche. Con riferimento alla telefonia fissa, l'uso di una cadenza a quattro settimane anziché su base mensile appare particolarmente critico. Infatti, mentre nel mercato della telefonia mobile il 76,4% della *customer base* utilizza schede prepagate (dato a marzo 2016, fonte Osservatorio Agcom), nella telefonia fissa il mercato è pressoché totalmente post-pagato.

Al di là dell'effetto sui prezzi - che aumentano dell'8,6% annuo cambiando la cadenza della fatturazione - vengono alla luce esigenze di omogeneità che rendano possibile all'utente un'agevole comparazione delle diverse offerte. Cosa molto difficile qualora sul mercato convivano offerte a cadenza mensile ed altre a cadenza su base settimanale. Peraltro, in assenza di armonizzazione in materia di cadenza della fatturazione, verrebbe compromesso l'obiettivo della delibera n. 252/16/CONS, volto a garantire la tutela della trasparenza e comparabilità delle condizioni economiche dell'offerta. I prezzi dei servizi, infatti, potenzialmente potrebbero variare sia da un operatore all'altro sia nell'ambito delle offerte di un solo operatore a causa della cadenza mensile ovvero quadri-settimanale ovvero per qualsivoglia periodo temporale il gestore stabilisca. Tale circostanza renderebbe il prezzo incerto e difficilmente comparabile per l'utente, ledendo fortemente il diritto alla libera scelta del contratto da sottoscrivere.

Al fine di risolvere le criticità sopra descritte, si rende necessario fissare su base mensile la cadenza di fatturazione nella telefonia fissa, la quale si estenderà anche ai casi in cui vi siano offerte con essa convergenti (ad esempio per la telefonia mobile o per la televisione a pagamento).

Con riferimento alla telefonia mobile, considerato l'avvenuto passaggio di buona parte del mercato ad un periodo di rinnovo delle offerte basato sulle quattro settimane,



## *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*

l'Autorità ritiene opportuno un intervento che garantisca una facile comparazione delle offerte e escluda la possibilità che ulteriori variazioni del periodo di rinnovo delle offerte commerciali nascondano, in realtà, aumenti del prezzo dei servizi interessati. A questo fine, l'intervento proposto potrebbe fissare il periodo di rinnovo delle offerte di telefonia mobile nell'alternativa mensile o quattro settimane. Diversamente, si potrebbe prevedere che eventuali modifiche alle attuali cadenze di fatturazione possano essere effettuate solo ad invarianza di spesa a carico dell'utente.