

Allegato B alla delibera n. 109/25/CONS

**CONSULTAZIONE PUBBLICA DI CUI ALLA DELIBERA N. 116/24/CONS
SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ**

Con la delibera n. 116/24/CONS, del 30 aprile 2024, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha indetto una consultazione pubblica concernente l'aggiornamento della delibera n. 413/14/CONS, recante la *“Direttiva generale per l'adozione da parte dei fornitori di servizi postali delle carte dei servizi e disposizioni in favore dell'utenza”*.

La consultazione pubblica ha visto la partecipazione, mediante contributi scritti, dei seguenti soggetti: **Poste Italiane S.p.A.** (di seguito anche “PI”), **Consorzio A.RE.L.** unitamente a **Fulmine Group S.r.l.** (di seguito “AREL”), **Amazon Italia Transport S.r.l.** (di seguito “AIT”), **Associazione italiana dei corrieri aerei internazionali** (di seguito “AICAI”) e **Locker INPOST Italia S.r.l.** (di seguito anche “INPOST”).

Durante il mese di luglio 2024 si sono tenute le audizioni con i soggetti che ne hanno fatto richiesta, nello specifico AIT e INPOST in data 8 luglio 2024, AREL unitamente a Fulmine Group S.r.l. in data 15 luglio 2024.

Successivamente, con la delibera n. 486/24/CONS, pubblicata il 19 dicembre 2024, l'Autorità ha ritenuto opportuno, tenuto conto anche della richiesta di due Associazioni di consumatori, adottare un provvedimento di riapertura dei termini per la produzione di contributi e di proroga del termine di conclusione del procedimento, al fine di garantire una adeguata partecipazione alla consultazione in parola, in particolare da parte delle Associazioni dei consumatori.

In ragione del prolungamento della consultazione sono pervenuti nuovi contributi da parte delle associazioni **Unione per la Difesa dei Consumatori APS** (di seguito UDICON) congiuntamente ad **Assoutenti APS -Associazione Nazionali Utenti di servizi pubblici** (di seguito Assoutenti), **CODACONS APS – Coordinamento delle Associazioni per la tutela dell'ambiente e per la difesa dei diritti degli utenti e dei consumatori** (di seguito CODACONS) e **Unione Nazionale Consumatori APS** (di seguito UNC), nonché una integrazione alle proprie osservazioni da parte di INPOST.

Infine, in data 24 febbraio u.s., si è tenuta l'audizione del CODACONS, che avrebbe dovuto concludere la fase di consultazione.

Tuttavia, dal confronto tra i contributi ricevuti è risultato particolarmente controverso l'argomento relativo alla previsione del diritto dell'utente di chiedere l'apertura del pacco all'atto della consegna, di cui al quesito n. 4 del documento di consultazione. In effetti, mentre le Imprese partecipanti hanno avanzato la proposta di eliminare tale previsione, sulla scorta di considerazioni soprattutto di ordine pratico (riferite alla incompatibilità dell'eventuale apertura della spedizione in presenza dell'addetto con le tempistiche delle



attività di consegna e con l'inquadramento -e il corrispettivo livello di formazione- del personale impiegato per tale attività), le Associazioni di consumatori hanno invece fortemente caldeggiato la presenza del richiamo al diritto del destinatario di aprire il pacco prima di accettarlo, chiedendo addirittura di estendere tale diritto anche alle ipotesi in cui non vi siano danni visibili all'involucro.

Al riguardo, quindi, ai fini di orientare correttamente le scelte di questa Amministrazione, si è ritenuto opportuno acquisire ulteriori dati da parte delle Imprese partecipanti alla consultazione mediante apposita richiesta di informazioni, cui hanno risposto Inpost, Poste Italiane e, da ultimo, Amazon Transport Italia, rispettivamente in data 14, 15 e 16 aprile 2025.

Considerazioni generali

Premessa. La base giuridica del provvedimento.

La legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*”, attribuisce alle Autorità, tra i vari compiti, quello di studiare «*l'evoluzione del settore e dei singoli servizi, anche per modificare condizioni tecniche, giuridiche ed economiche relative allo svolgimento o all'erogazione dei medesimi*», di promuovere «*iniziative volte a migliorare le modalità di erogazione dei servizi*» e di emanare «*le direttive concernenti la produzione e l'erogazione dei servizi da parte dei soggetti esercenti i servizi medesimi, definendo in particolare i livelli generali di qualità riferiti al complesso delle prestazioni e i livelli specifici di qualità riferiti alla singola prestazione da garantire all'utente [...] eventualmente differenziandoli per settore e tipo di prestazione*» (art. 2, comma 12, lett. h e i). Inoltre, l'Autorità «*l) pubblicizza e diffonde la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi al fine di garantire la massima trasparenza, la concorrenzialità dell'offerta e la possibilità di migliori scelte da parte degli utenti intermedi o finali; n) verifica la congruità delle misure adottate dai soggetti esercenti il servizio al fine di assicurare la parità di trattamento tra gli utenti, garantire la continuità della prestazione dei servizi, verificare periodicamente la qualità e l'efficacia delle prestazioni all'uopo acquisendo anche la valutazione degli utenti, garantire ogni informazione circa le modalità di prestazione dei servizi e i relativi livelli qualitativi, consentire a utenti e consumatori il più agevole accesso agli uffici aperti al pubblico, ridurre il numero degli adempimenti richiesti agli utenti semplificando le procedure per l'erogazione del servizio, assicurare la sollecita risposta a reclami, istanze e segnalazioni nel rispetto dei livelli qualitativi e tariffari; p) controlla che ciascun soggetto esercente il servizio adottati, in base alla direttiva sui principi dell'erogazione dei servizi pubblici del Presidente del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 43 del 22 febbraio 1994, una carta di servizio pubblico con indicazione di standards dei singoli servizi e ne verifica il rispetto*».

Ai sensi, poi, della legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell'Autorità per*

le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”, l’Autorità, *inter alia*, è chiamata a emanare «*direttive concernenti i livelli generali di qualità dei servizi e per l’adozione, da parte di ciascun gestore, di una carta del servizio recante l’indicazione di standard minimi per ogni comparto di attività*» (art. 1, comma 6, lett. b).

Per quanto specificamente concerne il settore postale, la direttiva europea prevede la competenza delle ANR in materia di fissazione di regole di qualità e di tutela dell’utenza e il decreto legislativo 22 luglio 1999, n. 261, recante *Attuazione della direttiva 97/67/CE concernente regole comuni per lo sviluppo del mercato interno dei servizi postali comunitari e il miglioramento della qualità del servizio*, così come da ultimo modificato dal decreto legislativo 31 marzo 2011 n. 58, ha previsto, in particolare, all’articolo 12, obblighi di qualità del servizio universale. Se è vero che la direttiva europea e la normativa nazionale di recepimento sono fortemente incentrate sul servizio postale universale, risentendo sotto questo profilo del mutamento profondo che si è realizzato nel corso del tempo, cionondimeno il cd. diritto vivente (la giurisprudenza della Corte di giustizia e quella dei giudici nazionali) hanno interpretato in maniera evolutiva le relative disposizioni che oggi sono riconosciute pacificamente applicabili a tutti coloro che operano nel segmento.

A livello di normazione secondaria, l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, con la delibera n. 413/14/CONS, ha adottato il primo provvedimento recante disposizioni in materia di qualità e carte dei servizi nel settore postale.

Da tener presente, infine, che il servizio postale è considerato servizio d’interesse generale dalla normativa vigente e dalla consolidata giurisprudenza, sia nazionale che comunitaria.

La ratio e gli obiettivi della modifica regolamentare

La proposta di modifica regolamentare oggetto di consultazione nasce dall’esigenza di aggiornare la delibera n. 413/14/CONS, recante “*Direttiva per l’adozione da parte dei fornitori dei servizi postali delle carte di servizi*”, in ragione dell’evoluzione del contesto sociale, tecnologico, economico e giuridico.

Al riguardo, basti pensare allo sviluppo di piattaforme digitali di servizi postali, all’evoluzione dell’*e-commerce*, ai nuovi modelli di *business*, alla diffusione di nuove e ulteriori modalità di consegna (i c.d. PUDO - *Pick Up/Drop Off*, i *lockers*, in un futuro forse non molto lontano anche i droni), alla sostenibilità ambientale che comporta un’attenzione maggiore alla qualità dei servizi, anche postali.

In questo contesto, poi, il diritto vivente, la giurisprudenza, ha inserito tasselli fondamentali nel quadro della tutela degli utenti, statuendo una serie di principi: l’assoggettamento dei corrieri (nonché dei maggiori *marketplaces* nella misura in cui svolgono servizi postali) alla normativa postale; la gratuità del numero di assistenza clienti e l’obbligo di fornire agli utenti una carta dei servizi che sia chiara e completa.

Elementi di criticità sono emersi, poi, in esito allo svolgimento di alcuni recenti

provvedimenti sanzionatori, avviati a carico di piattaforme digitali che, lungi dal limitarsi a offrire servizi d'intermediazione commerciale, offrono al pubblico anche servizi postali in senso proprio.

Per tutte queste ragioni, la delibera n. 413/14/CONS, che si caratterizza per un impianto tradizionale, mutuato in gran parte dalla direttiva del 1994 della Presidenza del Consiglio dei Ministri recante i *Principi per l'erogazione dei servizi pubblici*, ha richiesto un intervento di ammodernamento, a partire dall'ambito di applicazione soggettivo. Al riguardo, la nuova Direttiva non può che adeguarsi agli esiti del procedimento di revisione del *Regolamento sui titoli abilitativi*, conclusosi con l'adozione della delibera n. 388/24/CONS.

Con l'occasione, inoltre, si ritiene possibile una razionalizzazione e, ove possibile, una semplificazione delle disposizioni regolamentari, che in alcuni casi appaiono ripetitive o sovrapponibili con disposizioni contenute in altri provvedimenti regolamentari.

Restano fermi, naturalmente, gli obblighi e le prescrizioni di servizio universale postale previsti nella normativa primaria e regolamentare vigenti.

Nel merito, con la proposta di provvedimento posta in consultazione s'intende conseguire i seguenti risultati:

- anche sulla scorta degli studi dell'ERGP, rafforzare la tutela dell'utenza, in particolare quella fragile, di cui si fornisce una definizione ancorché in termini necessariamente generali intendendosi lasciare alla libertà di autonomia negoziale la scelta della tipologia di utenza fragile da voler favorire, introducendo un obbligo per i fornitori di assicurare condizioni di tutela per quest'ultima;

- rafforzare il ruolo delle associazioni dei consumatori, non soltanto al fine di promuovere condizioni di maggiore garanzia per l'utenza, ma anche di stipulare protocolli d'intesa tra esse e gli operatori e di promuovere tavoli tecnici coordinati dall'Autorità per assicurare, anche nel campo postale, la rappresentanza dei consumatori nelle procedure di reclamo e di conciliazione;

- innovare il concetto di assistenza clienti sotto il profilo degli strumenti di contatto: fermo restando il principio di gratuità del servizio, si introducono altri strumenti telefonici e telematici di immediata fruibilità per il cliente (*click and recall, live chat, whatsapp, ecc.*), fatta salva la possibilità per l'utente di avere un immediato contatto telefonico, anche su chiamata dell'operatore; tali nuove modalità di comunicazione tra il cliente e l'operatore si affiancano a quelle già prescritte dalla delibera n. 323/23/CONS sugli indennizzi.

- snellire gli oneri a carico degli operatori di dimensioni e capacità d'impresa più modeste e territorialmente circoscritti, che non forniscano servizi al pubblico, in linea con la semplificazione recata con la riforma dei titoli abilitativi;

- lasciare sostanzialmente immutato il contenuto che le carte dei servizi devono assicurare, così come gli obblighi informativi, il sistema delle garanzie a tutela delle situazioni giuridicamente tutelabili.

- specificare l'apparato sanzionatorio applicabile, richiamando espressamente l'articolo 21 del decreto legislativo n. 261/1999.

Osservazioni dei partecipanti

In via preliminare, tutti i partecipanti hanno condiviso l'intervento dell'Autorità attraverso lo strumento della consultazione pubblica, ritenendo rilevanti e meritevoli di attenzione le tematiche poste in consultazione.

In particolare, è stata condivisa la necessità di aggiornare e razionalizzare l'impianto della Direttiva in materia di adozione da parte dei fornitori di servizi postali delle carte dei servizi vigente, adeguando laddove possibile le disposizioni ivi contenute in ragione dell'evoluzione del contesto di riferimento specie con riguardo allo sviluppo e alle innovazioni tecnologiche degli ultimi anni.

D'altro canto, tutti i **rappresentanti degli operatori postali** hanno evidenziato, in via preliminare, la necessità di attendere la conclusione del procedimento avente ad oggetto la revisione dei titoli abilitativi, di cui alla delibera n. 2/22/CONS, essendo quella la sede per ridefinire il perimetro della figura di "fornitore di servizi postali". Qualsiasi definizione al riguardo inserita nella nuova Direttiva avrebbe rischiato di andare in contraddizione con la delibera in materia di titoli abilitativi, dal cui possesso dipende anche l'obbligo di dotarsi di una carta dei servizi.

PI ha concordato con le finalità dell'intervento dell'Autorità di razionalizzazione e modernizzazione dell'impianto della Direttiva e in linea generale anche con le modifiche proposte, salvo apportare piccole modifiche e chiarimenti su alcuni punti.

AIT ha espresso apprezzamento per l'intervento dell'Autorità atto a razionalizzare, nel suo complesso, l'impianto regolamentare in materia di carte di servizio e di superamento delle disposizioni che si sono dimostrate non più attuali, ritenendo che la revisione della disciplina debba tenere in massima considerazione l'evoluzione, soprattutto tecnologica, che ha profondamente caratterizzato i dieci anni esatti dall'adozione della Direttiva Generale e auspicando che l'intervento in questione non cristallizzi nella nuova Direttiva previsioni eccessivamente di dettaglio che difficilmente potrebbero adattarsi alle rapide e ulteriori future innovazioni del settore, privilegiando viceversa disposizioni generali, la cui efficacia possa durare nel tempo. In particolare, AIT rileva la necessità di mantenere distinti i plessi normativi cui devono conformarsi gli operatori di *e-commerce* (laddove la consegna dei pacchi costituirebbe una prestazione meramente accessoria rispetto a un accordo più ampio) dalle regole cui sono sottoposti gli operatori postali.

AREL ha rappresentato che la Carta dei servizi, così come proposta, sia eccessivamente dettagliata e pertanto onerosa per i piccoli operatori, chiedendo dunque l'alleggerimento e la semplificazione degli obblighi ivi contenuti: ad esempio, un piccolo operatore, che effettua solo parte del servizio e non offre servizi al pubblico direttamente, non avrebbe necessità di dotarsi di un proprio sito web.

Anche le **Associazioni di consumatori** hanno, in linea generale, mostrato condivisione circa l'impianto dell'intervento regolamentare, evidenziando però la necessità di individuare soluzioni tecniche e giuridiche per far fronte alle problematiche emergenti in ordine alle modalità di consegna della corrispondenza e, in particolare, dei pacchi.

Osservazioni sulla proposta di Direttiva posta in consultazione

Di seguito si riportano le osservazioni dei partecipanti alla consultazione pubblica avviata con la delibera n. 116/24/CONS e le risposte a ciascun quesito ivi contenuto, seguite dalle valutazioni di questa Autorità e dalla corrispondente disposizione della Direttiva nella versione approvata alla luce delle risultanze della predetta consultazione.

Preliminarmente si rappresenta che, in ottica meramente sistematica, si ritiene più adeguato posizionare l'articolo dedicato alle carte dei servizi (art. 10 nella proposta originaria) nella prima parte del provvedimento, subito dopo la disposizione relativa ai "Principi generali", e dunque come articolo 4, attribuendosi così la dovuta centralità a tale disposizione; pertanto, i successivi articoli sono rinumerati di conseguenza.

Domanda 1): Si concorda con la definizione di carta dei servizi individuata dall'Autorità?

Osservazioni dei partecipanti

Poste Italiane, pur condividendo l'introduzione nello schema di provvedimento della definizione di "Carta dei servizi", ritiene che debba essere espunto il riferimento ai "prezzi" in quanto l'indicazione di tutti i prezzi dei servizi nella Carta dei servizi rischierebbe di appesantire eccessivamente il documento, rendendolo, di fatto, poco fruibile agli utenti. Per tale ragione, PI ritiene che gli operatori debbano mantenere un margine di autonomia nell'individuazione degli strumenti più idonei per la pubblicazione dei prezzi. Al riguardo, peraltro, PI rappresenta che, per i prodotti rientranti nel SU, la vigente regolamentazione (delibera n. 728/13/CONS, art. 3, c. 3) consente alla Società di assolvere agli obblighi informativi nei confronti dell'utenza pubblicando presso i propri uffici postali e sul proprio sito *web*, in sezioni facilmente accessibili, il listino prezzi e le variazioni degli stessi con un anticipo di 30 giorni rispetto alla data di entrata in vigore dei nuovi prezzi.

Dello stesso avviso anche **INPOST**, per cui l'indicazione dei prezzi nella carta dei servizi appare poco opportuna, soprattutto in considerazione del fatto che nei contratti di durata, conclusi con l'utenza affari, si negozia di volta in volta il tariffario.

Anche **AREL** ritiene che la Carta dei servizi debba contenere solamente la descrizione, e non anche i prezzi, dei servizi offerti. L'inserimento delle condizioni economiche, infatti, comporterebbe, ad avviso di AREL, un'alterazione della concorrenza soprattutto laddove ogni singolo servizio sia personalizzato.

Le **Associazioni di consumatori** partecipanti condividono, invece, la definizione così come sottoposta in consultazione; tuttavia, **UDICON** e **Assoutenti** suggeriscono una formulazione ancora più completa, ovvero «*il documento con il quale ogni operatore che eroga servizi di recapito, o correlabili a questo, fornisce al pubblico informazioni*

trasparenti, complete e comparabili, anche sui prezzi, relativamente all’offerta dei propri servizi ed assumono altresì una serie di impegni nei confronti dell’utenza con riguardo ai servizi stessi, alle modalità di erogazione, gli standard di qualità informando altresì gli utenti sulle modalità di tutela previste»

Valutazioni dell’Autorità

In merito alla definizione di “Carta dei servizi”, l’Autorità ritiene di poter accogliere le eccezioni sollevate da PI, INPOST e AREL, e dunque di espungere il riferimento ai prezzi sia nella definizione di cui all’articolo 1, sia nella disposizione di cui all’articolo 10, comma 2.

In effetti, in considerazione del progressivo incremento dell’offerta di servizi postali sul mercato e della conseguente diversificazione delle condizioni economiche a essi correlate, l’Autorità ritiene che gli operatori debbano adottare Carte dei servizi quanto più possibile complete e, al contempo, sintetiche, al fine di garantire una facile consultazione da parte dell’utenza.

Pertanto, nell’ottica di scongiurare il rischio di documenti esageratamente voluminosi, è opportuno che la carta dei servizi contenga un chiaro rinvio al sito dell’operatore, per un’informativa completa sui prezzi dei servizi offerti, attraverso l’indicazione di un apposito *link* che rimandi alla sezione del sito web a ciò dedicata.

Va tenuto presente che per informare adeguatamente l’utenza non è sufficiente fornire, in qualsiasi forma e con qualsiasi modalità (quindi anche in modo generico, disarticolato e non agevolmente fruibile) le informazioni o i documenti richiesti. Le informazioni devono essere chiare, dirette e inequivocabili (in omaggio ai principi di semplicità e intelligibilità della comunicazione all’utente), agevolmente accessibili e disponibili sul sito del fornitore del servizio in modo diretto e permanente.

Concludendo, al fine di garantire che la tutela degli utenti sia effettiva, il fornitore di servizi deve assicurare all’utenza una corretta e adeguata informazione attraverso mezzi (quali, appunto, la pubblicazione dei prezzi sul proprio sito *web* in maniera trasparente e comparabile) che ne consentano una facile fruizione, non costringendo l’utente a seguire percorsi defatiganti.

La proposta di riformulazione della definizione di Carta dei servizi avanzata dalle Associazioni di consumatori, sicuramente apprezzabile nell’ottica di dare una descrizione quanto più completa del contenuto della carta dei servizi, non è tuttavia accoglibile, ritenendosi la descrizione più sintetica proposta da questa Autorità più adeguata in sede eminentemente definitoria (rinviano quindi all’articolo 10 (ora 4) della Direttiva la compiuta descrizione del contenuto minimo delle Carte dei servizi).

Infine, per quanto riguarda la definizione di “servizi postali” e di “fornitore di servizi postali” si ritiene imprescindibile fare rinvio a quanto stabilito nel nuovo Regolamento in materia di titoli abilitativi, approvato con la recente delibera n. 388/24/CONS.

Con l’occasione, poi, si è ritenuto utile inserire nelle definizioni anche un riferimento

ai vari Regolamenti adottati dall'Autorità e richiamati all'interno del testo della Direttiva, nonché una definizione di "utenti fragili", accogliendo quindi le richieste di rendere più esplicito tale concetto con una descrizione più precisa delle categorie di soggetti che vi rientrano, ai fini in particolare dell'applicazione delle disposizioni in materia di assistenza agli utenti, di cui all'art. 3 della Direttiva.

Infine, è risultato pratico recepire alcune definizioni utili ai fini della regolamentazione adottata, quali quello di "contatto digitale", mutuato dalla recente regolamentazione dell'Autorità in materia di qualità dei servizi di assistenza dei clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi (delibera n. 255/24/CONS) e quello di "supporto durevole", di cui all'art. 45 del *Codice del consumo*.

Pertanto, in considerazione delle suesposte considerazioni, si ritiene di riformulare l'art. 1 della Direttiva come segue:

Articolo 1

Definizioni

1. Ai fini della presente Direttiva si intende per:

a) "Autorità": l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni;

b) "decreto legislativo": il decreto legislativo 22 luglio 1999, n. 261, recante *"Attuazione della direttiva 97/67/CE concernente regole comuni per lo sviluppo del mercato interno dei servizi postali comunitari e per il miglioramento della qualità del servizio"*, come modificato da ultimo dal decreto legislativo 31 marzo 2011, n. 58";

c) "Regolamento di procedura", il *Regolamento in materia di definizione delle controversie derivanti dai reclami nel settore postale* di cui all'allegato A alla delibera 185/13/CONS e s.m.i.;

d) "Regolamento sugli indennizzi", il *Regolamento concernente indennizzi a tutela degli utenti nel settore postale* di cui all'allegato A alla delibera 323/23/CONS e s.m.i.;

e) "Regolamento sui titoli abilitativi", il *Nuovo Regolamento in materia di titoli abilitativi per l'offerta al pubblico di servizi postali* di cui all'allegato A alla delibera n. 388/24/CONS e s.m.i.;

f) "servizi postali": i servizi che includono la raccolta, lo smistamento, il trasporto e la distribuzione degli invii postali, ad eccezione del servizio di solo trasporto, come definiti dall'articolo 1, comma 1, lettera g) del *Regolamento sui titoli abilitativi*;

g) "utente": qualunque persona fisica o giuridica che, in qualità di mittente o di destinatario, usufruisce di un servizio postale;



h) “*utente fragile*”: i disabili, le persone di età superiore ai settantacinque anni, le donne in avanzato stato di gravidanza e qualunque persona fisica che, a causa di una situazione personale, anche temporanea, necessita di particolare assistenza;

i) “*fornitore di servizio postale*”: l’impresa che offre al pubblico uno o più servizi postali, come definito ai sensi dell’articolo 1, comma 1, lettera k), del *Regolamento sui titoli abilitativi*;

j) “*invio postale*”: l’invio nella forma definitiva al momento in cui viene preso in consegna dal fornitore di servizi postali; riguarda, oltre agli invii di corrispondenza, di libri, cataloghi, giornali, periodici e similari, anche i pacchi postali contenenti merci con o senza valore commerciale;

k) “*carta dei servizi*”: il documento con il quale gli operatori postali forniscono al pubblico informazioni trasparenti, complete e comparabili, relativamente all’offerta dei propri servizi;

l) “*Associazioni di consumatori*”: le formazioni sociali che hanno per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori o degli utenti iscritte nell’elenco di cui all’articolo 137 del *Codice del consumo*;

m) “*locali*”: i locali o gli uffici aperti al pubblico del fornitore del servizio postale o dei soggetti di cui esso si avvale;

n) “*indennizzo*”: la compensazione economica che il fornitore del servizio postale corrisponde all’utente secondo quanto previsto dalle condizioni generali di contratto e dal *Regolamento sugli indennizzi*;

o) “*reclamo*”: la comunicazione formale con la quale, attraverso gli appositi canali predisposti dall’operatore, l’utente segnala un disservizio e chiede, ove del caso, la corresponsione di un indennizzo;

p) “*conciliazione*”: la procedura di composizione di una controversia, promossa dall’utente nei confronti del fornitore del servizio postale, che si conforma ai principi del diritto dell’Unione europea, si conclude entro sessanta giorni dalla ricezione dell’istanza, si svolge in sede locale con l’assistenza eventuale di una associazione di tutela dei consumatori e degli utenti o di un rappresentante legale e si conclude con la redazione di un verbale di conciliazione o di mancata conciliazione;

q) “*definizione della controversia*”: la procedura di definizione delle controversie tra operatori e utenti, che si svolge davanti all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ai sensi dell’articolo 6 del *Regolamento di procedura*;

r) “*contatto digitale*”: contatto tra utente e fornitore di servizio postale, che si realizza attraverso un canale di comunicazione e di informazione che utilizza tecnologie digitali. A livello operativo le forme di contatto digitale possono caratterizzarsi in contatti che richiedono il coinvolgimento di un addetto e contatti che non richiedono un intervento umano;



s) “*IVR (Interactive Voice Response)*”: sistema interattivo di risposta capace di erogare informazioni a un chiamante interagendo tramite tastiera telefonica o riconoscimento vocale; tale sistema consente di erogare un insieme di messaggi preregistrati, oppure un menù a scelta multipla, di memorizzare dati introdotti attraverso la tastiera telefonica o riconoscimento vocale;

t) “*supporto durevole*”: ogni strumento che permetta al consumatore o al professionista di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate.

2. Per quanto non espressamente indicato nel comma 1, trovano applicazione le definizioni riportate nel *decreto legislativo* e nelle delibere dell’Autorità.

Domanda 2): Si concorda con la perimetrazione proposta dell’ambito soggettivo e oggettivo della Direttiva?

Osservazioni dei partecipanti

Poste Italiane ha chiesto che dall’ambito di applicazione soggettivo, di cui all’articolo 2, comma 1, dello schema di nuova Direttiva, con riferimento al “fornitore del servizio postale” venga eliminato l’inciso «*anche qualora il servizio postale costituisca uno o più fasi di un’attività di acquisto on line*» in quanto potrebbe dar luogo a dubbi interpretativi sulla effettiva portata applicativa dello stesso.

INPOST, nell’evidenziare la possibilità di fornitori che svolgano il servizio esclusivamente per utenti affari (quali piattaforme commerciali *on-line*) in virtù di un contratto di durata, avvalendosi per la consegna dei pacchi dei *lockers* e/o dei PUDO (gestiti in proprio o da soggetti terzi), ritiene che la nuova Direttiva debba essere applicata solo agli operatori postali dotati di una propria offerta di servizi al pubblico. Nel caso in cui l’operatore postale offra i propri servizi esclusivamente all’utenza affari, per esempio una piattaforma commerciale, l’obbligo di adozione della carta dei servizi dovrebbe gravare su quest’ultima, in quanto soggetto che stipula un contratto di vendita con il pubblico, inclusivo del servizio di spedizione.

L’operatore chiede, al riguardo, di chiarire il ruolo svolto dalle piattaforme di acquisto *on-line*. Ad avviso di INPOST, in effetti, la piattaforma dovrebbe rispondere di eventuali disservizi nei confronti della clientela, a prescindere dalla circostanza che il servizio di spedizione non sia da essa materialmente espletato. INPOST rappresenta che, in taluni casi, le piattaforme rifiutano di indennizzare il cliente anche quando abbiano già incassato dall’operatore postale un indennizzo ai sensi del contratto stipulato tra la piattaforma e l’operatore postale. Suggerisce che, in linea con quanto affermato dall’Autorità nella delibera n. 323/23/CONS, nel caso di acquisto di un servizio postale avvenuto su piattaforma digitale venga seguito il principio secondo cui è tenuto indennizzare il cliente il soggetto che ha con questi stipulato il contratto di acquisto.

INPOST, inoltre, propone di distinguere gli obblighi informativi che dovrebbero rimanere in capo all'operatore postale dagli obblighi relativi alla gestione del reclamo, alla corresponsione dell'indennizzo nonché alla gestione delle controversie, che dovrebbero essere di competenza dell'utente affari.

Anche **AIT** ritiene che debba essere espunto dall'articolo 2, comma 1, dello schema di Direttiva l'inciso relativo all'attività di acquisto *on-line* in quanto l'*e-commerce* trova già una esaustiva regolamentazione nella disciplina consumeristica e di settore.

INPOST e **AREL** ritengono che i *lockers* e i PUDO debbano essere esonerati dall'ambito di applicazione della nuova Direttiva. **AREL**, in particolare, ha rimarcato come gli obblighi contenuti nella Carta dei servizi non possano essere applicati egualmente a tutti gli operatori (ad es. grandi e piccoli operatori postali) e indistintamente a tutti i prodotti postali (ad. es. invii multipli e singoli) e che occorra differenziare tra operatori "*mail*" e operatori "*parcel*" (corrieri e "concaricatori"). Chiede, inoltre, che per gli invii multipli si preveda una clausola che faccia salve le previsioni contrattuali.

Le **Associazioni di consumatori** hanno condiviso la proposta dell'Autorità, in particolare rispetto all'inclusione del richiamo all'esperienza degli acquisti *on-line*.

Valutazioni dell'Autorità

L'obiezione preliminare mossa da tutti gli operatori circa l'opportunità di attendere la conclusione del procedimento di revisione della delibera n. 129/15/CONS sui titoli abilitativi può ritenersi superata, atteso che il relativo procedimento si è recentemente concluso con l'adozione del "*Nuovo Regolamento in materia di titoli abilitativi per l'offerta al pubblico di servizi postali*" di cui alla delibera n. 388/24/CONS del 9 ottobre 2024. Pertanto, si ritiene imprescindibile rinviare a tale delibera per la definizione di "servizio postale" e di "fornitore del servizio postale".

Al riguardo, l'articolo 1, comma 1, lettera g), del predetto Regolamento definisce il perimetro oggettivo del servizio postale chiarendo che "*i servizi che includono la raccolta, lo smistamento, il trasporto e la distribuzione degli invii postali, compresi quelli rientranti nell'ambito di applicazione del servizio universale postale ai sensi dell'articolo 3 del decreto legislativo; non costituiscono servizi postali: i) le attività propedeutiche al ciclo dello svolgimento di servizi postali che includono, in maniera non esaustiva, i servizi che precedono la presa in consegna dell'invio da parte del fornitore di servizi postali (a titolo esemplificativo i servizi di stampa, imballaggio, imbustamento e allestimento dell'invio, affrancatura, etichettatura), senza una propria offerta al pubblico di servizi postali; ii) la mera attività di comparazione o intermediazione commerciale di servizi postali, priva di un'offerta al pubblico di tali servizi; iii) la mera titolarità di armadietti automatici per il ritiro e la raccolta dei pacchi (c.d. *lockers*), di esercizi commerciali utilizzati come punti di ritiro e raccolta dei pacchi (c.d. PUDO) o di attrezzature per l'etichettatura e l'affrancatura*".

Quanto al perimetro soggettivo, l'articolo 1, comma 1, lettera k) del citato Regolamento allegato alla delibera n. 388/24/CONS chiarisce che il fornitore del servizio



postale è *«l'impresa che offre al pubblico uno o più servizi postali, con organizzazione, anche ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, di propri mezzi, infrastrutture e prestazioni di lavoro ovvero mediante l'organizzazione di altri soggetti di cui lo stesso si avvalga per lo svolgimento delle attività postali, pure utilizzando modelli di impresa alternativi (a titolo esemplificativo, franchising, mandato, subfornitura), con esclusione dei titolari di punti di ritiro di pacchi e lettere, che operano per conto di un fornitore di servizi postali»*.

L'Autorità ritiene di non poter accogliere la richiesta di INPOST di escludere dall'obbligo di adozione della carta dei servizi gli operatori che svolgono il servizio postale esclusivamente per l'utenza affari in quanto, secondo la normativa vigente e l'ormai consolidato orientamento giurisprudenziale, non è rilevante la tipologia di mittente o di destinatario dell'offerta commerciale, bensì la natura dell'attività svolta. Si richiama, al riguardo, la recente pronuncia del Consiglio di Stato n. 7980 del 2022, laddove il Giudice amministrativo ha precisato che *«gli specifici doveri informativi che si impongono agli operatori postali ai sensi della delibera n. 413 del 2014 mirano a tutelare l'intera e onnicomprensiva categoria degli "utenti", senza distinzione tra consumatori e aziende o tipologia di servizio»*.

Nella succitata pronuncia il Consiglio di Stato ha stabilito che sono tenuti alla pubblicazione della carta dei servizi anche gli operatori che prestano il servizio postale esclusivamente agli utenti affari, al fine di tutelare i destinatari del recapito, i quali non essendo parti del contratto non possono conoscere, tramite il documento contrattuale - rispetto al quale sono "terzi" - le informazioni prescritte *ex lege* all'operatore per la tutela dei loro diritti. Il destinatario della spedizione non è, infatti, in grado di conoscere le modalità attraverso cui viene espletato il servizio a causa dell'asimmetria informativa rispetto agli accordi negoziali in essere tra operatori e imprese.

Quanto alla vendita *online* di beni e servizi, si reputa necessario ribadire che l'ambito di applicazione soggettivo della nuova Direttiva riguarda esclusivamente i fornitori di servizi postali, come definiti dal nuovo Regolamento sui titoli abilitativi e, pertanto, non è al *marketplace* che è indirizzata la regolazione di questa Direttiva quanto piuttosto a colui che, fornitore di servizi postali, svolge il relativo servizio postale (anche quando quest'ultimo si svolge nell'ambito di un acquisto *online*).

Quanto ai casi di disservizio postale verificatosi nell'ambito di un acquisto *on line*, l'Autorità ha già avuto modo di chiarire con la delibera n. 323/23/CONS (cfr. all. B, pag. 15) che *«le misure compensatorie previste nel Regolamento sugli indennizzi trovano applicazione ogniqualvolta il disservizio è determinato dal comportamento imputabile al fornitore del servizio postale, non rilevando la circostanza che esso sia parte di un'attività di acquisto on line»*. Nel caso di acquisto di un servizio postale avvenuto su di una piattaforma digitale, l'Autorità, nella medesima sede, ha precisato che *«anche in tal caso, è necessario seguire i principi generali, secondo i quali risponde nei confronti del cliente chi abbia con quest'ultimo stipulato il contratto avente ad oggetto il servizio postale (corriere o piattaforma che sia), a nulla rilevando al cospetto del cliente la modulazione dei rapporti interni tra il corriere e la piattaforma per l'offerta di servizi postali»*.

Per quanto riguarda la proposta, avanzata da alcuni partecipanti alla consultazione,



di prevedere un alleggerimento degli obblighi previsti dalla Direttiva a carico degli operatori postali che non offrono servizi al pubblico, ma svolgono una o più fasi del servizio postale per conto terzi, si richiama quanto già osservato dall'Autorità (cfr. punti V6 e V7 dell'allegato B alla delibera n. 388/24/CONS) laddove è stata prevista « una semplificazione degli obblighi informativi per i soggetti che non sono titolari di una propria offerta al pubblico e che non hanno alcun tipo di rapporto contrattuale con i clienti mittenti (definizione del prezzo, fatturazione etc.) ma forniscono servizi a uno o più operatori postali dotati di una propria offerta al pubblico».

L'Autorità ha ritenuto, in tal senso, «possibile ridurre (cfr. art. 9, comma 2, lett. b) del nuovo Regolamento) gli obblighi informativi in capo alle imprese che svolgono una singola fase dell'attività postale esclusivamente per conto altrui e siano privi di una loro offerta al pubblico, con specifico riguardo alla predisposizione e pubblicazione della carta dei servizi disciplinate nella “Direttiva generale per l'adozione da parte dei fornitori di servizi postali delle carte dei servizi” (delibera n. 413/14/CONS)».

Conseguentemente, si ritiene coerente eliminare dal comma 1 il riferimento agli acquisti *on-line* nei termini di cui sopra e non gravare coloro che lavorano “esclusivamente” per conto altrui e siano privi di una propria offerta al pubblico di servizi postali dell'obbligo relativo alla carta dei servizi e, pertanto, riformulare la disposizione come segue:

Articolo 2

Oggetto della direttiva

1. La presente Direttiva si applica ai fornitori di servizi postali e reca prescrizioni relative al contenuto minimo obbligatorio delle carte dei servizi al fine di garantire la trasparenza, la completezza e la correttezza delle informazioni rese agli utenti, nonché disposizioni generali a tutela dell'utenza.

2. Le disposizioni della presente Direttiva si applicano a tutti i servizi postali.

Domanda 3): Si concorda che all'articolo 3, comma 1, sia previsto un rafforzamento della tutela degli utenti deboli? Si concorda sulla necessità che le informazioni sulle interruzioni del servizio siano date con congruo anticipo anche sul sito web dell'operatore? Si concorda che al comma 4 sia prevista la possibilità per le associazioni dei consumatori di presentare osservazioni anche sulla carta dei servizi e che possano promuovere protocolli d'intesa con gli operatori per assicurare la difesa migliore degli utenti nelle procedure di reclamo e di conciliazione?

Osservazioni dei partecipanti

PI condivide pienamente l'attenzione al tema della tutela dell'utenza fragile; tuttavia, ritiene preferibile mantenere la formulazione originaria della norma o circoscrivere la

nuova formulazione, chiarendo che le misure attuative in essa previste sono elencate a mero titolo esemplificativo, lasciando agli operatori postali la facoltà di declinare al meglio la propria offerta di servizi, in linea con i principi statuiti in materia, anche al fine di non gravare eccessivamente di adempimenti gli operatori più piccoli.

Riguardo alle informazioni sulle interruzioni del servizio, l'operatore concorda in merito alla necessità di informare con congruo anticipo l'utenza, anche tramite canale *web*, circa eventuali interruzioni di servizio pianificate, proponendo di circoscrivere espressamente la portata dell'obbligo ai soli eventi di particolare rilevanza che abbiano un impatto significativo sull'erogazione del servizio dell'operatore.

Diversamente, in relazione a eventi di portata circoscritta territorialmente e/o temporalmente, ritiene preferibile lasciare agli operatori postali la facoltà di approntare gli strumenti ritenuti più idonei ad assolvere all'obbligo informativo verso la clientela, quali ad esempio, l'affissione di appositi avvisi presso le sedi operative direttamente impattate dall'evento interruttivo. In tali casistiche non appare di effettiva utilità un avviso rivolto alla generalità dell'utenza sul sito dell'operatore.

L'operatore, inoltre, chiede di circoscrivere l'obbligo di pubblicazione delle informative sul sito *web* alle sole variazioni dell'orario stabile e ritiene che l'inciso «*pause e interruzioni previste per legge*» debba essere espunto perché tali fattispecie rappresentano legittime eccezioni al principio di continuità nell'erogazione del servizio.

PI, infine, ritiene che il coinvolgimento delle Associazioni di consumatori, attraverso la presentazione di proprie osservazioni sulle carte dei servizi adottate dagli operatori, apporti un valore aggiunto alle aziende che erogano servizi di interesse generale e dunque condivide l'intento manifestato dall'Autorità di promuovere protocolli d'intesa e/o tavoli permanenti tra Associazioni dei consumatori e operatori postali, quali strumenti di proficua collaborazione utili a rappresentare le molteplici esigenze dell'utenza.

INPOST, AICAI e AIT ritengono che un rafforzamento della tutela degli utenti fragili potrebbe eventualmente essere ammissibile solo in relazione ai servizi universali. La proposta di modifica, inoltre, non individuerrebbe concretamente le misure specifiche da adottare.

INPOST non concorda sulla possibilità che le Associazioni dei consumatori possano formulare osservazioni e/o proposte direttamente all'operatore postale che, nel rispetto del principio di libertà dell'iniziativa economica, deve poter articolare la propria offerta senza l'ingerenza delle Associazioni dei consumatori. Ad avviso dell'operatore, la definizione dei contenuti della Carta dei servizi è competenza esclusiva dell'Autorità, ancorché, eventualmente, su impulso delle Associazioni dei consumatori. **INPOST** chiede, infine, all'Autorità di chiarire il contenuto dei protocolli d'intesa promossi dalle Associazioni di consumatori, di indicare se e in quale misura tali contenuti possano discostarsi da quanto previsto nelle delibere n. 184/13/CONS e n. 323/23/CONS e se vi sia un obbligo per l'operatore postale di sottoscrizione di tali protocolli d'intesa.

AIT, in ordine alla previsione di un obbligo di comunicazione sul sito *web* dell'operatore circa eventuali interruzioni del servizio, non concorda con l'indicazione di riferimenti temporali («con congruo anticipo») o canali di comunicazione («sul sito *web* dell'operatore») talvolta inapplicabili e potenzialmente inadeguati o inefficaci per l'utente finale. L'operatore ha rappresentato di aggiornare la propria clientela in tempo reale sullo

stato della spedizione (inclusi eventuali ritardi nelle consegne o riprogrammazioni della data di consegna). Pertanto, auspica che l'Autorità stabilisca solo un obbligo di tempestivo aggiornamento mediante canali di comunicazione adeguati, anche in considerazione dell'evoluzione tecnologica.

AREL ritiene che le disposizioni di tutela dell'utenza fragile siano difficilmente applicabili agli operatori che non forniscono il servizio universale e chiede che la Direttiva contenga solamente un richiamo ai principi generali vigenti in materia.

Le **Associazioni di consumatori** hanno mostrato apprezzamento sia per le previsioni in favore dell'utenza debole sia per il ruolo riconosciuto alle associazioni di consumatori dal comma 4, inclusa la possibilità di formulare proposte agli operatori circa le offerte o la carta dei servizi.

Rispetto alla disposizione di cui al comma 3 dell'articolo 3 della proposta di Direttiva, tutte le Associazioni hanno confermato l'opportunità che le informazioni su eventuali interruzioni del servizio siano fornite anche sul sito web dell'operatore. Il **CODACONS** suggerisce di prevedere, in aggiunta, la possibilità di ricorrere a notifiche sugli *smartphone* degli utenti che ne facciano richiesta. **UNC**, poi, ha chiesto che venga definito un termine minimo di anticipo per le comunicazioni rispetto all'evento interruttivo (10 giorni in coerenza con la normativa sugli scioperi) e una puntuale descrizione delle modalità di pubblicazione degli avvisi presso i locali dell'operatore.

In ordine al riferimento alla stipula di protocolli di intesa contenuto al comma 4 dell'art. 3 della proposta di Direttiva, **UDICON** e **Assoutenti** hanno suggerito di affidare agli operatori, e non alle Associazioni, l'impulso a promuovere tali accordi, mentre l'**UNC** ha chiesto di integrare la disposizione con il seguente periodo: *«nel caso il protocollo d'intesa sia stato sottoscritto solo con alcune associazioni di consumatori, il fornitore del servizio postale deve comunque consentire, in ogni caso, che la procedura di reclamo e la conciliazione avvengano anche con le altre associazioni di consumatori, che non hanno stipulato il protocollo d'intesa, o con diversi soggetti interessati»*.

Valutazioni dell'Autorità

L'Autorità ribadisce il principio secondo cui i fornitori di servizi postali sono tenuti ad assicurare l'eguaglianza di trattamento degli utenti, garantendo condizioni di parità di accesso ai servizi postali e misure di tutela e di favore dell'utenza fragile, come definita all'art. 1 della Direttiva, in linea con le disposizioni normative vigenti in materia.

Tuttavia, l'Autorità, fermi restando gli obblighi di servizio universale anche sotto questo profilo, per i servizi non universali ritiene di poter accogliere le osservazioni sollevate da tutti gli operatori circa la cogenza della previsione di misure in favore dell'utenza fragile, e dunque di fornire indicazioni di carattere generale e "di principio" in ordine alle misure da adottare per favorire la fruizione dei servizi, incluso quello di assistenza, in favore di tali tipologie di utenti, pur procedendo a una elencazione delle iniziative possibili. Tra le misure attuative, infatti, sono indicate, a titolo esemplificativo, le agevolazioni operative e tecniche, i tempi ridotti di attesa, la priorità nell'accesso ai

servizi postali ed eventuali servizi di assistenza clienti dedicati. Si ritiene che una regolazione minima consenta al libero gioco della concorrenza di produrre soluzioni più proficue per tali categorie di utenti.

Per quanto concerne le disposizioni relative alle comunicazioni circa le variazioni di orario, le interruzioni e le pause, l'Autorità, fermi restando gli obblighi di servizio universale anche sotto questo profilo, per i servizi non universali concorda con la proposta avanzata da Poste Italiane di circoscrivere espressamente la portata degli obblighi di pubblicazione delle informative sul sito web dell'operatore ai soli eventi di particolare rilevanza che, in concreto, abbiano un impatto significativo sull'erogazione del servizio da parte dell'operatore (ad es. scioperi debitamente autorizzati dalle Autorità competenti, lavori ordinari o straordinari di manutenzione o riparazione stradale, situazioni di criticità relative alle condizioni meteorologiche).

Diversamente, in relazione a eventi di portata circoscritta territorialmente e/o temporalmente, l'Autorità concorda con tutti gli operatori nel ritenere preferibile lasciare a essi la facoltà di approntare gli strumenti più idonei ad assolvere all'obbligo informativo (incluso l'utilizzo di canali digitali che garantiscono un aggiornamento dell'utenza in tempo reale, come suggerito anche dal CODACONS), fermo restando l'obbligo di affissione di appositi avvisi presso le sedi operative direttamente impattate dall'evento interruttivo.

In conclusione, va ribadito che tutte le comunicazioni relative alle variazioni di orario, pause e interruzioni del servizio devono in ogni caso essere comunicate all'utenza tempestivamente, ossia in tempo utile e con mezzi adeguati e proporzionati rispetto al caso concreto, circoscrivendo la pubblicazione sul sito web ai soli casi di particolare rilevanza con l'indicazione relativa alla durata (certa o presunta) dell'interruzione e l'elenco dei punti di accesso più vicini con i relativi orari di apertura.

A tal proposito va rimarcato come i servizi postali, anche quando non svolti in regime di servizio universale (per il quale permangono naturalmente gli obblighi *ad hoc* previsti dalla normativa primaria e regolamentare vigenti), rivestono carattere di essenzialità e, dunque, è ragionevole prevedere un *surplus* di tutele per i fruitori di tali servizi rispetto a servizi prettamente e unicamente commerciali. Sulla base di tale considerazione, allora, si ritiene accoglibile la richiesta dell'UNC di stabilire comunque un termine minimo di preavviso per le interruzioni del servizio, fissato in dieci giorni in analogia con le disposizioni sugli scioperi richiamate dalla medesima Associazione, fermo restando che trattasi comunque di una indicazione di massima, che andrà applicata ragionevolmente e tenendo conto delle circostanze del caso concreto e del tipo di servizio prestato.

Relativamente alla disposizione sul coinvolgimento delle Associazioni dei consumatori, in un'ottica di maggiore effettività della disposizione regolamentare, appare preferibile affidare alla stessa Autorità di regolazione il ruolo di farsi promotrice di protocolli d'intesa tra le Associazioni e gli operatori postali, i cui contenuti potranno essere definiti nelle opportune sedi. Non si ritiene, invece, di confermare la disposizione inerente alla facoltà delle Associazioni di indirizzare agli operatori proposte sui servizi offerti e sulle carte dei servizi o alle condizioni, in quanto tale facoltà per un verso rientra già nelle funzioni proprie degli enti esponenziali degli interessi degli utenti e, per altro, essa potrà

trovare più compiuta realizzazione nell'ambito di tavoli di confronto, ai sensi del comma 5 dell'art. 3 della Direttiva, di nuova introduzione.

Traendo spunto, infatti, da quanto evidenziato dalle Associazioni di consumatori circa la necessità di individuare soluzioni per ovviare alle problematiche riscontrate al momento della consegna degli invii postali, in particolare dei pacchi, si ritiene opportuno inserire già in questa sede la previsione di tavoli di lavoro congiunto tra Autorità, *stakeholders* e associazioni dei consumatori finalizzati alla individuazione delle soluzioni tecniche, economiche e giuridiche più adeguate al raggiungimento di elevati *standard* di tutela degli utenti.

In considerazione di tutto quanto sopra esposto, dunque, l'art. 3 della Direttiva è stato riformulato come segue:

Articolo 3

Principi generali

1. I fornitori di servizi postali assicurano l'eguaglianza di trattamento degli utenti, garantendo condizioni di non discriminazione e parità di accesso ai servizi postali e misure che facilitino l'accesso degli utenti fragili ai predetti servizi, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, agevolazioni operative e tecniche, tempi ridotti di attesa, priorità nell'accesso, servizi di assistenza clienti dedicati, inclusa la rimozione delle barriere alla fruizione dei servizi, in osservanza della normativa vigente.

2. I comportamenti dei fornitori dei servizi postali nei confronti degli utenti si ispirano a criteri di trasparenza, obiettività, equità, imparzialità, correttezza e buona fede. Le clausole delle condizioni generali di servizio, le specifiche di fornitura del servizio e delle norme di settore si interpretano in funzione dei suddetti principi.

3. I servizi postali sono offerti dai fornitori in modo regolare, continuo e senza interruzioni, salvo nei casi previsti dalla legge e per eventi eccezionali. Le variazioni di orario, le pause e le interruzioni del servizio previste per legge ovvero quelle dovute a interventi ordinari o straordinari di manutenzione o a scioperi programmati sono tempestivamente comunicate agli utenti tramite avvisi presso i locali e, ove opportuno in ragione della estensione territoriale dei servizi offerti o dell'evento, sul sito web del fornitore del servizio postale. I fornitori possono avvalersi anche di sistemi di contatto digitale al fine di raggiungere in maniera diffusa e tempestiva i propri utenti. Le comunicazioni sono pubblicate tempestivamente, con anticipo non inferiore a dieci giorni rispetto agli eventi programmati e il prima possibile negli altri casi, con modalità tali da renderle facilmente accessibili agli utenti e recano l'indicazione della durata, certa o presunta, dell'interruzione nonché l'elenco dei punti di accesso al servizio più vicini con i relativi orari di apertura.

4. L'Autorità promuove la stipula di protocolli d'intesa tra le Associazioni di consumatori e i fornitori di servizi postali finalizzati ad assicurare condizioni di maggior tutela degli utenti, in particolare nelle procedure di reclamo e di conciliazione.



5. L'Autorità persegue il miglioramento progressivo dell'efficacia e dell'efficienza dei servizi, anche mediante la promozione di tavoli di confronto con i fornitori dei servizi postali, le Associazioni dei consumatori e tutti gli altri soggetti interessati, con l'obiettivo di individuare le soluzioni tecnologiche, organizzative, contabili e procedurali più moderne e idonee ad accrescere la tutela degli utenti.

Domanda 4): Si concorda che all'articolo 4, comma 2, sia prevista all'atto della conclusione del contratto, l'accettazione e la sottoscrizione da parte dell'utente delle condizioni generali dello stesso? Qual è l'opinione in merito alla previsione concernente il diritto di accettazione con riserva e di chiedere l'apertura del pacco all'atto della consegna? Si concorda che gli utenti debbano essere informati almeno 30 giorni prima dell'entrata in vigore delle nuove condizioni contrattuali onde poter esercitare il diritto di recesso?

Osservazioni dei partecipanti

Con riferimento al primo quesito, **Poste Italiane**, relativamente ai contratti con prestazioni "periodiche" o di durata, concorda con l'introduzione di una previsione specifica, relativa all'accettazione e alla sottoscrizione da parte dell'utente delle condizioni generali di contratto all'atto della conclusione dello stesso.

Quanto alle spedizioni "occasionalì" (o invii "singoli"), ritiene sufficiente, al momento della conclusione del contratto, garantire alla clientela la piena disponibilità di tutta la documentazione informativa a corredo dell'offerta trattandosi di condizioni *standard* che integrano "contratti per adesione".

L'Operatore evidenzia che per i propri prodotti postali universali la tutela dell'utenza è rafforzata, in quanto si tratta di prodotti disciplinati dalla regolamentazione di riferimento, in relazione sia alle modalità di erogazione del servizio (delibera n. 385/13/CONS) sia alle tariffe sia al correlato sistema di indennizzo. Non sono dunque previste specifiche condizioni generali di contratto da far sottoscrivere agli utenti.

L'accettazione espressa e specifica di clausole contenute nei *format* contrattuali appare, inoltre, incompatibile con alcuni prodotti che vengono spediti tramite la mera applicazione di francobolli e immissione nelle cassette di impostazione.

INPOST chiede che l'accettazione e la sottoscrizione da parte dell'utente delle condizioni generali di contratto si applichi esclusivamente ai contratti stipulati dall'operatore postale con l'utente e non anche ai contratti di durata stipulati con l'utenza affari.

AICAI ha rappresentato che in molti casi, nell'ambito degli acquisti *on line*, l'accettazione già avviene mediante *flag*, precisando che, in ogni caso, l'accettazione può esservi da parte del mittente che acquista il servizio e non anche da parte del destinatario.

Sul punto le **Associazioni di consumatori** sono concordi nel ritenere adeguata la previsione regolamentare.

L'UNC, con riferimento alle informazioni da fornire con le condizioni di offerta dei servizi postali, elencate al comma 2 dell'art. 4 della proposta di Direttiva, suggerisce l'aggiunta, alla lettera g), dell'indicazione anche degli orari di apertura dei locali aperti al pubblico e non solo del loro indirizzo, e alla lettera h) della specificazione che per la clientela non affari vale il foro del consumatore.

Per quanto riguarda il secondo quesito, relativo alla disposizione sull'accettazione del pacco al momento della consegna, **PI** evidenzia l'impossibilità oggettiva di una contestuale verifica del contenuto del pacco al momento della consegna, attività che implicherebbe una dilatazione significativa delle tempistiche dovuta alla necessità di compilare un accurato verbale relativo allo stato del contenuto e all'idoneità del confezionamento del plico rispetto al suo contenuto e peso. L'operatore propone che, in caso di danneggiamento evidente dell'involucro tale da far presumere danni del contenuto, il pacco sia posto in giacenza presso la sede dell'operatore postale più vicina all'indirizzo di destinazione e che lo stesso venga aperto in contraddittorio con l'operatore che dispone, nella propria sede, di tutti gli strumenti per svolgere le opportune verifiche.

Amazon e **INPOST** suggeriscono di seguire, al riguardo, l'impostazione del Regolamento sugli indennizzi, di cui alla delibera n. 323/23/CONS, eliminando meccanismi di accettazione (quali la riserva) che favoriscano comportamenti opportunistici e incertezze o conflitti nell'applicazione concreta della previsione.

INPOST propone che venga previsto esclusivamente il diritto dell'utente di rifiutare la consegna del pacco qualora esso si presenti palesemente danneggiato, richiamando, al riguardo, la definizione di pacco danneggiato contenuta nella delibera n. 323/23/CONS. Ritiene che debba altresì essere fatto salvo il diritto dell'operatore di contestare tale rifiuto qualora sia ingiustificato. Osserva che il rifiuto del pacco da parte dell'utente, in ogni caso, comporterebbe per gli operatori un adeguamento dei *software*, costi elevati e la formazione degli addetti.

AICAI condivide l'accettazione con riserva da parte del destinatario, ma non l'apertura del pacco al momento della consegna perché incompatibile con le tempistiche con cui si effettuano le operazioni di recapito. Tale fattispecie potrebbe essere configurata come un servizio aggiuntivo con un costo a parte.

Le **Associazioni di consumatori** hanno dedicato particolare attenzione al secondo quesito, confermando che si tratta di un argomento divenuto particolarmente sensibile in virtù dell'incremento del commercio elettronico.

Il **CODACONS** ha sottolineato come riconoscere a pieno il diritto dei destinatari a verificare l'integrità del contenuto dei pacchi al momento della consegna, oltre ad aumentare la fiducia degli utenti rispetto al commercio elettronico, comporterebbe una riduzione del contenzioso e una maggiore sostenibilità ambientale.

Nella stessa prospettiva l'UNC propone di garantire sempre il diritto del destinatario di aprire il pacco in presenza del corriere, a prescindere dalla presenza di segni esteriori di avaria o manomissione. Inoltre, l'Associazione ha rimarcato come, da quando non è più previsto firmare un documento per confermare l'avvenuta consegna di un pacco, siano aumentate le segnalazioni dei consumatori che denunciano la perdita o la mancata consegna

del bene acquistato, che accusano il corriere di non aver nemmeno citofonato, pur essendo in casa, o che lamentano che il corriere si è rifiutato di salire al piano dove risiede il destinatario, anche se anziano o malato. Si chiede, quindi, di prevedere maggiori garanzie per il consumatore per ovviare a questi disservizi.

Analogamente, **UDICON** e **Assoutenti** chiedono quantomeno di estendere le ipotesi in cui l'utente abbia il diritto di chiedere l'apertura immediata del pacco, non senza evidenziare che per rendere effettivo tale diritto sarebbe necessario rendere obbligatoria la consegna dei pacchi nelle mani del destinatario o di soggetto da lui delegato, al fine di scongiurare i casi di spedizioni lasciate incustodite o consegnate a persone non legittimate, con le conseguenze che ne conseguono sotto il profilo della successiva tutela del destinatario. In simili circostanze, infatti, il destinatario è costretto a opporsi alle risultanze dei sistemi informatici dello spedizioniere, realizzando una inversione dell'onere della prova che addossa all'utente l'arduo compito di provare il fatto negativo della mancata ricezione o l'errata certificazione dell'avvenuta consegna. Al fine di affrontare tali problematiche in maniera risolutiva le Associazioni hanno chiesto la costituzione di un apposito tavolo tecnico presso l'Autorità.

Quanto al terzo quesito, sul diritto di recesso per gli utenti che sottoscrivono un contratto di durata, **PI** rappresenta che nelle Condizioni generali di contratto relative alla maggior parte dei propri prodotti esiste già una clausola che prevede che i clienti vengano informati, 30 giorni prima dall'entrata in vigore, di modifiche unilaterali al contratto e del loro diritto di recedere senza applicazioni di penali.

Tuttavia, in considerazione dell'autonomia negoziale che caratterizza i contratti di durata propone di espungere il termine di 30 giorni sostituendolo con la previsione di un termine "congruo".

AICAI, **INPOST** e **AIT**, con riguardo ai contratti di durata, non condividono l'obbligo di informativa relativamente alla modifica delle condizioni contrattuali con un anticipo di trenta giorni in quanto tale termine appare eccessivamente lungo e perché le ipotesi di recesso sono specificamente disciplinate nei contratti medesimi. Al riguardo, **INPOST** chiede che venga eliminata tale previsione.

Ad avviso di **AIT**, **peraltro**, il termine di trenta giorni appare eccessivamente rigido nei casi di modifiche relative ad aspetti amministrativi o a esclusivo vantaggio dell'utente oppure dettate da norme di diritto nazionale o europeo. Propone, pertanto, l'introduzione di una previsione che imponga agli operatori di comunicare le variazioni delle condizioni contrattuali "con modalità e tempistiche adeguate", la cui verifica dovrebbe essere rimessa a una valutazione caso per caso da parte dell'Autorità.

Sul punto le **Associazioni di consumatori** concordano con la previsione del termine di trenta giorni per la comunicazione delle modifiche alle condizioni contrattuali.

Valutazioni dell'Autorità

Per quanto riguarda gli obblighi informativi, l'Autorità ritiene, conformemente ai principi generali di diritto, di mantenere la previsione relativa alla necessità di accettazione,

da parte dell'utente, al momento della conclusione del contratto di spedizione, delle condizioni generali di offerta al pubblico di servizi postali.

L'accettazione delle suddette condizioni può avvenire mediante l'apposizione di un *flag* su documentazione cartacea (es. lettera di vettura) oppure per via telematica (ad es. contratto di spedizione concluso *on-line*) al momento dell'acquisto del servizio. Relativamente alle spedizioni "occasionalì" (o invii "singoli"), si ritiene sufficiente, in linea con quanto osservato da Poste Italiane, garantire alla clientela la piena disponibilità di tutta la documentazione informativa a corredo dell'offerta (Condizioni generali di contratto, Carta dei servizi, prezzi/tariffe ecc.), trattandosi di condizioni *standard* che non necessitano di apposita sottoscrizione delle parti.

Quanto alle disposizioni relative alla consegna degli invii postali, l'Autorità, in linea con la disciplina prevista nella delibera n. 323/23/CONS, ritiene conforme alla disciplina di settore e, più in generale, ai principi del diritto la previsione della facoltà per l'utente di accettare il pacco con riserva, anche alla luce del disposto dell'articolo 1693 del Codice civile.

L'Autorità ritiene, inoltre, opportuno confermare il diritto per l'utente di rifiutare il pacco al momento della consegna nel caso in cui questo si presenti palesemente danneggiato richiamando, al riguardo, la definizione di danneggiamento contenuta nella delibera n. 323/23/CONS. In tale circostanza viene fatto salvo il diritto dell'operatore di contestare tale rifiuto qualora esso appaia ingiustificato.

Si ritiene, inoltre, di dover accogliere la proposta formulata dagli operatori di eliminare, rispetto alla proposta in consultazione, il richiamo alla possibilità per l'utente, in caso di danneggiamento, di chiedere di aprire il pacco al momento della consegna in contraddittorio con l'addetto, in quanto una siffatta previsione comporterebbe oneri eccessivi per gli operatori e necessiterebbe di competenze adeguate - e non rientranti nel mansionario dei contratti collettivi di riferimento - da parte degli addetti alle consegne per la redazione del relativo verbale, fermo restando il diritto del destinatario di accettare con riserva la consegna e di denunciare eventuali danni all'invio postale nei termini previsti dalle norme di riferimento. Riguardo a tale profilo, allora, si ritiene utile ribadire la necessità di fornire all'utenza informazioni chiare circa le modalità e le tempistiche per l'eventuale denuncia di manomissioni o danni al contenuto dell'invio postale, onde consentire l'efficace esercizio dei propri diritti da parte del destinatario.

Rispetto alla informazione circa i locali e i punti di accesso per il pubblico, e in particolare alla relativa pubblicazione sul sito web di ciascun fornitore, si ritiene condivisibile la richiesta dell'UNC di aggiungere anche l'informazione relativa agli orari di apertura degli stessi.

Con riferimento alla comunicazione di eventuali modifiche contrattuali da parte dell'operatore, di cui al comma 3 della proposta di Direttiva, alla luce delle peculiarità del mercato dei servizi postali si ritiene appropriato eliminare tale previsione, affidandosi alla disciplina generale dell'ordinamento.

Tanto premesso, si ritiene di poter riformulare la disposizione dell'articolo 4 (ora art. 5) come di seguito indicato:



Articolo 5

Obblighi di informazione

1. Gli utenti hanno diritto a un'informazione trasparente, chiara, completa e tempestiva sulle modalità giuridiche, economiche e tecniche dell'offerta dei servizi e sulle eventuali modifiche delle condizioni applicate al servizio richiesto.

2. Le condizioni di offerta al pubblico di servizi postali comunque denominate sono rese disponibili dal fornitore di servizi postali e accettate dall'utente al momento della conclusione del contratto o della finalizzazione dell'acquisto, anche *online*, del servizio; esse indicano almeno:

a) la denominazione commerciale, le caratteristiche essenziali e la descrizione dettagliata del servizio;

b) il soggetto responsabile del servizio postale;

c) l'esistenza di eventuali vincoli, obblighi e/o divieti, limitazioni e/o differenziazioni (geografiche, territoriali, tecniche, temporali o di altra natura) per lo svolgimento dei servizi offerti;

d) relativamente alla spedizione di pacchi, il diritto dell'utente di accettare la consegna con riserva o di rifiutare la consegna qualora risulti evidente la possibilità di sottrazione, manomissione o danneggiamento del contenuto dell'invio postale, nonché le modalità e i termini per la contestazione di eventuali danni o manomissioni;

e) i prezzi dei servizi (inclusivi di IVA), eventualmente differenziando l'offerta di servizi analoghi tra diversi ambiti di offerta (ad esempio servizi che rientrano nel campo di applicazione del servizio universale e servizi a valore aggiunto) e differenti tipologie di clientela ("privati" e "*business*"), le modalità di pagamento, anche in via telematica, nonché le modalità di contestazione della documentazione contabile;

f) i servizi gratuiti di assistenza alla clientela, inclusi quelli previsti per gli utenti fragili, nonché tutti i servizi accessori eventualmente disponibili e i relativi oneri economici, ove previsti;

g) i locali e i punti di accesso sul territorio nazionale, il cui elenco è parimenti pubblicato, completo e aggiornato con gli orari di apertura, sul sito *web* del fornitore di servizi postali;

h) gli indennizzi e i rimborsi spettanti agli utenti in caso di disservizi, la procedura per presentare reclamo e per la definizione della controversia ai sensi del *Regolamento di procedura*, il foro competente per l'eventuale azione in sede giurisdizionale.

Inoltre, sulla scorta dei rilievi mossi dall'UNC in ordine alla disposizione di cui all'art. 5 (ora art. 6), comma 2, della proposta di Direttiva, si conviene sulla inopportunità di inserire una simile previsione a livello regolamentare, atteso che la materia è già disciplinata da norme di rango primario.

In ottica di maggiore chiarezza della disposizione, poi, si ritiene di dover operare una diversa elencazione delle informazioni da fornire nella documentazione contrattuale.

Sempre in ottica di razionalizzazione dell'impianto regolamentare, si ritiene opportuna una diversa organizzazione delle disposizioni di cui all'articolo 6 della proposta

di Direttiva (ora art. 7), distinguendo tra le informazioni che vanno pubblicate a beneficio degli utenti (comma 1) e i dati a consuntivo da fornire all'Autorità ai fini del monitoraggio di propria competenza (comma 2).

Di conseguenza, gli articoli 5 e 6 sono approvati nella seguente formulazione:

Articolo 6

Corrispettivo per la fornitura del servizio

1. I fornitori di servizi postali nella documentazione contrattuale indicano in maniera trasparente e comparabile:

- a) il corrispettivo previsto per ciascun servizio;
- b) le modalità di pagamento;
- c) le modalità per l'eventuale contestazione degli addebiti o dei documenti contabili.

2. In caso di contratti o di forniture di servizi non richiesti i fornitori di servizi postali non pretendono alcuna prestazione corrispettiva dagli utenti e provvedono, a loro cura e spese, al ripristino delle condizioni contrattuali preesistenti.

Articolo 7

Qualità dei servizi

1. I fornitori di servizi postali, nel rispetto della normativa vigente, rendono noti nelle proprie carte dei servizi gli indicatori di qualità di ciascun servizio postale offerto, le relative definizioni e i metodi di misurazione, i relativi *standard* generali e specifici per aree geografiche e per ciascun anno solare di riferimento.

2. Ciascun fornitore di servizi postali trasmette all'Autorità, entro la fine dell'anno precedente a quello di riferimento, i risultati registrati con riferimento agli indicatori di cui al comma 1, nonché, su richiesta, una relazione contenente dati consuntivi sulla qualità dei servizi resi su base semestrale e fornisce ogni indicatore utile, nonché elementi di raffronto con il semestre precedente.

Domanda 5): Concordate che il servizio di assistenza sia accessibile gratuitamente, secondo le modalità suesposte, sia in via telematica sia telefonicamente? Oltre al servizio di assistenza telefonica e a quello telematico di posta elettronica, in quali altre modalità l'operatore può fornire a vostro avviso assistenza gratuitamente, in modo da consentire il contatto a voce e in maniera tempestiva ed efficace?

Osservazioni dei partecipanti

Poste Italiane condivide la necessità di un aggiornamento dei canali di assistenza forniti alla clientela e di garantire un servizio di assistenza gratuito, adeguato alle esigenze degli utenti, ma ritiene che si possa assolvere a tale obbligo anche solo attraverso il canale telematico (posta elettronica, *form on line*, ecc.), non ritenendo necessaria la gratuità del canale telefonico.

PI ha evidenziato che, alla luce dell'evoluzione tecnologica, ormai tutti gli operatori postali mettono a disposizione dell'utenza diversi e più evoluti canali di contatto e che la gratuità del canale telefonico attualmente assume una diversa valenza rispetto al passato, in considerazione dell'ampia diffusione di "pacchetti" *flat* per le chiamate vocali, sia da rete fissa sia da rete mobile.

L'Operatore concorda con la possibilità di prevedere, in alternativa al contatto telefonico, altri strumenti telematici di contatto, egualmente fruibili, con modalità semplici e poco onerose, quali il *click to recall*, la *live chat*, la *chat* con assistente digitale, i *social network*, etc. La previsione di modalità alternative di contatto garantirebbe agli operatori postali una maggiore flessibilità nella scelta dei canali di assistenza alla clientela. Per la clientela *business*, ad avviso di PI, sarebbe più funzionale fornire un'assistenza dedicata.

In proposito, l'Operatore ha richiamato la più recente giurisprudenza che ha riconosciuto che i nuovi canali di contatto digitali sono equipollenti ai canali tradizionali in quanto favoriscono pratiche più virtuose e moderne nell'ambito di un aggiornamento della normativa in materia di Carte dei servizi (cfr. Tar Lazio, sentenza n. 1176 del 2024).

AICAI ritiene che l'assistenza telefonica non dovrebbe essere gratuita, ma accessibile mediante tariffe agevolate, tenuto conto delle modalità sempre più sofisticate attraverso cui questa può essere fornita, quali la *chat* con l'operatore e l'utilizzo dell'intelligenza artificiale. Pertanto, AICAI ha chiesto che siano previste solo condizioni minime lasciando al gioco della concorrenza la previsione di servizi di assistenza aggiuntivi.

AIT ha dichiarato di apprezzare la scelta dell'Autorità di adeguare la regolazione vigente in materia di assistenza ai recenti indirizzi giurisprudenziali, atteso che una maggiore chiarezza in merito alla possibilità di fornire servizi di assistenza mediante canali e modalità tecnologicamente evolute potrebbe rappresentare un fattore di significativo miglioramento del supporto fornito agli utenti. AIT, a riprova, ha evidenziato che il modello di assistenza che la Società rende disponibile all'utenza è stato ritenuto dal giudice amministrativo maggiormente tutelante rispetto all'assistenza telefonica mediante numero verde, in quanto risponde alle esigenze di supporto dell'utente nella misura in cui questi può ottenere informazioni e aggiornamenti dall'operatore in tempo reale.

Le **Associazioni di consumatori** hanno condiviso l'impostazione della proposta di Direttiva, basata sulla gratuità del servizio e sulla possibilità di ricorrere anche a comunicazioni per via telematica, e hanno tutte suggerito di prevedere anche forme di assistenza basate sulle nuove tecnologie, quali *live chat*, app di messaggistica, *click&recall*, ecc.

UDICON e **Assoutenti**, inoltre, hanno evidenziato la necessità che ciascun fornitore indichi i giorni e gli orari di apertura del servizio clienti, mentre l'**UNC** ha suggerito una riformulazione del comma 1 dell'art. 7 che stabilisca, in particolare, che la possibilità di interloquire con un operatore umano sia garantita «*al massimo dopo una sola scelta nel primo*

elenco di opzioni proposte dal risponditore automatico»; inoltre, con riferimento al comma 2, ha proposto di duplicare l'obbligo di fornitura del codice identificativo dell'addetto del servizio clienti prescrivendolo anche alla conclusione della conversazione.

Valutazioni dell'Autorità

Attualmente, i canali previsti dalla Direttiva sulle carte dei servizi per l'assistenza clienti sono quello telefonico e quello telematico (posta elettronica dedicata o *form on line*), ma non alternativamente, nel senso che quello telefonico va comunque assicurato.

L'Autorità, pur nella consapevolezza della evoluzione delle modalità di contatto con i clienti, ritiene di confermare tale impostazione, peraltro avallata anche dalla giurisprudenza. Al riguardo il Tar del Lazio (nella richiamata sentenza n. 8754 del 2023) ha osservato che, contrariamente a quanto sostenuto dalla società ricorrente, l'assistenza telefonica è "cumulativa", e non alternativa, rispetto a quella telematica, come si evince chiaramente dal tenore dell'art. 8, comma 1, della Direttiva generale. Inoltre, il giudice ha evidenziato che i commi 1 e 3 dell'articolo 8 vanno interpretati secondo il significato che risulta dalla loro connessione, ossia di garantire un servizio accessibile di assistenza telefonica -anche nelle ore pomeridiane- e di rendere disponibili i riferimenti dei servizi gratuiti di assistenza clienti.

Tuttavia, come sopra anticipato, alla luce degli sviluppi tecnologici che hanno caratterizzato gli ultimi dieci anni e della conseguente evoluzione giurisprudenziale, l'Autorità ritiene opportuno, accogliendo le istanze degli operatori, aggiornare la normativa in questione adeguandola al contesto di riferimento, introducendo la possibilità non di sostituire, ma di affiancare alle tradizionali modalità di assistenza ulteriori canali di contatto digitali, quali ad esempio *click to call*, *live chat*, sistemi di messaggistica, ecc. (definiti sistemi di "contatto digitale" ai fini della Direttiva).

Al riguardo, si richiama la recente sentenza del Tar Lazio n. 9512 del 2024, laddove il Giudice amministrativo ha affermato che la possibilità offerta dall'operatore postale di fornire sul proprio sito un contatto *on-line* alla clientela per ottenere informazioni sulle spedizioni, sulle informazioni commerciali e su eventuali segnalazioni, «è una libera scelta della Società e non può compensare la circostanza che il servizio telefonico di assistenza fornito ai clienti sia a pagamento», sottolineando, al riguardo, che l'offerta di un numero gratuito va inquadrata nell'ambito dell'articolo 8 della Direttiva, secondo cui i fornitori di servizi postali devono garantire «un servizio di assistenza, adeguato alle esigenze degli utenti, per segnalare disservizi, ottenere informazioni sulle caratteristiche e sui prezzi dei servizi forniti, sulle modalità di fatturazione, sulle procedure di reclamo e di conciliazione».

Per quanto riguarda, nello specifico, il requisito della gratuità del servizio telefonico di assistenza clienti si osserva quanto segue.

La gratuità dell'assistenza telefonica risponde a principi di carattere generale applicabili ai servizi di pubblica utilità e ai servizi di preminente interesse generale come, appunto, il servizio postale da chiunque esercitato e non soltanto il servizio svolto dal fornitore del servizio universale (art. 1, comma 1, del decreto legislativo n. 261 del 1999).

Tuttavia, alla luce dell'evoluzione tecnologica e del mercato della telefonia, l'Autorità,

nel rispetto del diritto dell'utenza di accedere ad un servizio di assistenza telefonica gratuito, ritiene, in direzione delle proposte formulate, di prevedere in capo agli operatori la possibilità di rendere disponibile, in alternativa al numero verde, una numerazione geografica in quanto attualmente le utenze telefoniche, sia da rete mobile che da rete fissa, prevedono il c.d. *flat rate*, ossia un costo fisso, a prescindere dal numero di chiamate effettuato.

L'Autorità ritiene, inoltre, in linea con la più recente giurisprudenza (cfr. TAR del Lazio, sentenza n. 1176 del 2024), che un canale equipollente all'assistenza clienti attraverso numero verde sia il *click- to recall*, in quanto attraverso tale canale viene comunque garantito il contatto a voce con l'operatore. Il Giudice Amministrativo, in effetti, ha conclusivamente ritenuto che sia conforme al diritto dell'Unione europea ritenere che l'obbligo di inserire sul proprio sito un numero telefonico contattabile gratuitamente, previsto dall'articolo 8 della Direttiva sulla carta dei servizi in capo ai fornitori dei servizi postali, possa essere soddisfatto attraverso la previsione di un sistema di *click-to-call* il cui accesso sia di semplice utilizzo quanto una chiamata ad un numero verde pubblicato online.

Rispetto, poi, alla proposta di Direttiva posta in consultazione, si ritiene opportuno aderire alla richiesta dell'UNC di chiarire le modalità di accesso, da parte degli utenti, alla conversazione con l'addetto umano, al fine di scongiurare il pericolo che alberi di navigazione dei risponditori automatici (c.d. IVR) troppo complessi possano fungere da deterrente per gli utenti.

Parallelamente all'offerta di assistenza telefonica, come sopra delineata, l'operatore è comunque tenuto a mettere a disposizione dell'utenza almeno un canale telematico (posta elettronica dedicata e/o *form on-line* con possibilità per l'utente di salvare sul proprio dispositivo il form inviato correttamente).

Resta nella facoltà dell'operatore postale, come già illustrato, rendere disponibili canali digitali aggiuntivi, quali la *live chat* e il contatto tramite messaggistica istantanea.

Si ribadisce da ultimo che l'obbligo di fornitura del servizio di assistenza costituisce un obbligo diverso e separato rispetto agli obblighi informativi previsti nella carta dei servizi; al riguardo, infatti, il Consiglio di Stato (con la sentenza n. 3496 del 2024), richiamando la giurisprudenza consolidata sul punto, ha stabilito che gli obblighi previsti dalla Direttiva in capo agli operatori sono distinti e attengono sia alla carta dei servizi che all'assistenza clienti.

Con riferimento, poi, all'obbligo di comunicazione del proprio identificativo da parte dell'addetto all'assistenza, già prescritto dalla proposta di Direttiva al momento dell'avvio della conversazione, appare proporzionato, più che estendere tale imposizione anche al momento conclusivo del contatto telefonico (come suggerito dall'UNC), condizionare l'obbligo di ulteriori comunicazioni alla esplicita richiesta, in qualsiasi momento, da parte dell'utente.

Infine, in considerazione della numerosità delle prescrizioni presenti nella originaria versione del comma 1 dell'articolo 7, cui si sono aggiunte quelle introdotte a seguito della consultazione, risulta più appropriato distribuire le varie prescrizioni in diversi commi.

In considerazione di tutte le suesposte motivazioni, quindi, si ritiene opportuno riformulare l'articolo 7 (ora art. 8) come di seguito riportato.



Articolo 8

Servizi di assistenza ai clienti

1. I fornitori di servizi postali garantiscono un servizio di assistenza gratuito, adeguato alle esigenze degli utenti, per ottenere informazioni sulle caratteristiche e sui prezzi dei servizi forniti, sulle modalità di fatturazione, sulle procedure di reclamo e di conciliazione ovvero per segnalare disservizi.

2. Il servizio di assistenza è accessibile sia telefonicamente, anche nelle ore pomeridiane, sia attraverso canali di contatto digitale. Il primo contatto con l'utenza può essere garantito mediante sistemi di contatto digitale, fermo restando il diritto dell'utente di parlare con un addetto in qualsiasi momento.

3. Le opzioni dell'albero IVR che permettono di colloquiare con un addetto sono esplicite, trasparenti e comprensibili, consentendo all'utente di ottenere assistenza da parte di un addetto e presentare reclamo nel minor tempo possibile. Alla selezione dell'opzione del ramo IVR per parlare con un addetto da parte dell'utente, la chiamata non può essere chiusa dal sistema. Pertanto, l'utente ha diritto a essere posto in coda d'attesa, qualunque sia il tempo d'attesa stimato, e a rilasciare la chiamata di propria iniziativa.

4. Il numero telefonico e l'indirizzo *e-mail* di assistenza clienti, nonché i sistemi di contatto digitale ove disponibili, sono indicati sul sito *web* del fornitore, all'interno della carta dei servizi, nei contratti e nella documentazione di fatturazione, insieme ai rispettivi orari di accessibilità per gli utenti.

5. I fornitori di servizi postali e i loro dipendenti gestiscono gli utenti con rispetto e cortesia e li agevolano nell'esercizio dei loro diritti e nell'adempimento delle operazioni necessarie, assicurando l'assistenza opportuna nel caso di utenti fragili.

6. Gli addetti che interagiscono con il pubblico comunicano il proprio codice identificativo al principio di ogni interazione e, comunque, ogni qualvolta sia richiesto dall'utente.

Domanda 6): Concordate con l'individuazione all'articolo 8, comma 1, delle modalità di trasmissione di reclami, segnalazioni e istanze da parte degli utenti? Concordate che al comma 7 sia specificato che i fornitori di servizi postali debbano assicurare la tracciabilità dei reclami, delle segnalazioni e delle istanze di conciliazione via PEC, per mezzo di raccomandata A/R oppure via e-mail, in tale ultimo caso con contestuale rilascio di ricevuta di avvenuta ricezione?

Osservazioni dei partecipanti

PI, con riguardo alle modalità di trasmissione di segnalazioni, reclami e istanze di conciliazione, chiede all'Autorità di precisare che il canale di posta elettronica e quello attraverso la compilazione del *form on line* -a proprio avviso maggiormente affidabile- siano previsti in via alternativa. Ad avviso dell'operatore, infatti, la compilazione per "campi" (inserimento nel *form* dei dati anagrafici, del contatto telefonico, del prodotto/servizio per cui si effettua il reclamo etc.) consente all'operatore di gestire in modo più agevole le pratiche, facilmente consultabili attraverso il codice identificativo del reclamo.

Poste e INPOST ritengono che l'obbligo di tracciabilità debba riguardare solamente i reclami e le istanze di conciliazione e non anche le segnalazioni, prevedendo per queste ultime la possibilità di trasmissione tramite i canali di assistenza messi a disposizione dagli operatori.

Poste e AIT evidenziano che prevedere un sistema di posta elettronica con ricevente di avvenuta ricezione potrebbe necessitare di appositi aggiornamenti dei sistemi in uso presso gli operatori e impattare negativamente sui prezzi finali dei servizi offerti.

AIT non condivide l'obbligo di trasmissione di segnalazioni e reclami attraverso posta elettronica certificata, in quanto tale previsione comporterebbe maggiori oneri per gli operatori. La predetta Società evidenzia che la propria clientela non ha segnalato criticità relativamente ai canali messi a disposizione dalla Società.

AICAI chiede all'Autorità di precisare se la tracciabilità debba essere applicata anche ai contatti degli utenti finalizzati a ottenere semplici informazioni.

Le **Associazioni di consumatori** concordano con la proposta dell'Autorità sia rispetto alle modalità di trasmissione di reclami e istanze di conciliazione, sia sulla necessità di tracciatura delle relative comunicazioni. **UDICON** e **Assoutenti** sottolineano, inoltre, la essenzialità della equiparazione tra mittente e destinatario della spedizione ai fini del diritto di presentare reclami e avviare procedure contenziose.

L'**UNC**, pur condividendo l'approccio proposto dall'Autorità, ha suggerito una riformulazione dei commi 1 e 2 dell'art. 8, volta a esplicitare sia il contenuto di reclami e istanze di risoluzione delle controversie, sia il posizionamento delle relative informazioni sui siti web e nei locali degli operatori. Con riferimento, poi, al comma 5, l'Associazione ha chiesto di aggiungere in coda alla disposizione il seguente periodo *«la comunicazione all'utente con l'esito del reclamo va comunque resa, non solo su supporto durevole, preventivamente accettato dal cliente finale, e mediante forma scritta, ma anche in modo che il cliente possa confermare sia l'avvenuta ricezione che l'avvenuta lettura»*.

Valutazioni dell'Autorità

In via preliminare, in ottica di razionalizzazione del contenuto regolamentare, si ritiene conveniente limitare l'ambito di applicazione della disciplina dettata dall'articolo 8 alle comunicazioni tra utenti e fornitori di servizi che abbiano una valenza formale, escludendo, dunque, le "segnalazioni", in quanto termine privo di valenza procedimentale e che, peraltro, richiama le comunicazioni che chiunque abbia interesse può indirizzare

all’Autorità al fine di attivarne le attività di vigilanza. Inoltre, va considerato che spesso le segnalazioni sono riconducibili a semplici richieste di assistenza, per cui tenerne conto alla stessa stregua dei reclami rischierebbe di “falsare” il dato inerente alla consistenza di questi. Si ritiene, così, di fare chiarezza - anche a beneficio dell’attività di analisi dei dati quantitativi dell’Autorità - sulla differenza tra semplici “segnalazioni” e veri e propri “reclami”. In tal modo, restringendo l’ambito di applicazione delle disposizioni dei primi commi dell’articolo 8 (ora art. 9) a reclami e istanze di conciliazione, risulta sicuramente giustificato e proporzionato richiederne la tracciabilità, ferma restando la possibilità per gli utenti di presentare ai fornitori di servizi postali segnalazioni in ordine a eventuali disservizi o comportamenti scorretti da parte del personale da loro incaricato, onde sollecitare l’adozione di iniziative finalizzate alla risoluzione dei disservizi o al miglioramento del servizio offerto (come riconosciuto al comma 8, di nuova introduzione). Peraltro, nella prospettiva di un adeguamento della Direttiva all’attuale contesto tecnologico, appare opportuno prevedere la facoltà per i fornitori di servizi postali di consentire la presentazione di reclami e istanze di conciliazione, oltre che tramite i canali tradizionali (quali posta elettronica o PEC, formulario *online* con possibilità per l’utente di salvarne sul proprio dispositivo la versione inviata oppure tramite comunicazione scritta), anche tramite sistemi di “contatto digitale”, la cui definizione, mutuata dalla delibera n. 255/24/CONS in materia di qualità del servizio di assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi, è inserita all’articolo 1, comma 1, lettera r).

Con riferimento alle comunicazioni a mezzo posta elettronica non certificata, può ritenersi conveniente, in ottica di semplificazione delle procedure, non richiedere ulteriori formalità ai fini della tracciabilità delle comunicazioni, in considerazione del rilievo mosso dagli operatori, per cui la previsione del rilascio contestuale della ricevuta di avvenuta ricezione implicherebbe un aggravio sproporzionato rispetto alle finalità della disposizione.

Sempre nell’ottica di non “appesantire” eccessivamente le interlocuzioni tra utenti e operatori, non si ritiene, al momento, di aderire alle richieste di modifica dell’articolo 8 avanzate dall’UNC, se non in termini di riscrittura con maggiore precisione degli obblighi informativi in favore dell’utenza a carico dei fornitori dei servizi postali, con particolare riferimento alle modalità di comunicazione dell’esito delle procedure di reclamo e di risoluzione delle controversie.

Per quanto riguarda le mere richieste di informazioni e di assistenza, anche attraverso canali di contatti in tempo reale (*live chat*), non si ritiene necessario prevedere un obbligo di tracciabilità.

Prendendo spunto, poi, dalle osservazioni dell’UNC in materia di individuazione delle fattispecie per le quali sorge l’obbligo alla corresponsione degli indennizzi, si ritiene opportuna una riformulazione dell’articolo 9 (ora art. 10), che contempli, tra l’altro, anche la violazione delle norme quale fonte di possibili compensazioni in favore degli utenti.

Articolo 9



Segnalazioni, reclami e procedure di risoluzione delle controversie

1. I fornitori di servizi postali assicurano agli utenti il diritto di presentare per via telematica (posta elettronica o PEC, formulari *on-line*, contatto digitale, *ecc.*) o per iscritto presso i locali del fornitore o mediante raccomandata A/R, reclami e istanze di conciliazione, in ordine a inefficienze del servizio (in particolare in caso di smarrimento, furto, danneggiamento degli invii postali) ovvero nel caso di inosservanza della normativa di settore, delle condizioni contrattuali, delle carte dei servizi o dei livelli di qualità in esse stabiliti.

2. Sul sito *web* e nelle carte dei servizi, nonché nei locali dei fornitori di servizi postali, sono rese disponibili le informazioni relative alla modalità per presentare reclami e istanze di conciliazione, con l'indicazione dell'indirizzo fisico e di posta elettronica o PEC presso cui è possibile inoltrarli.

3. I fornitori di servizi postali assicurano agli utenti la tracciabilità dei reclami e delle istanze di conciliazione presentati ai sensi del comma 1.

4. I fornitori di servizi postali indicano nelle carte dei servizi il termine per la definizione dei reclami, non superiore a quarantacinque giorni ai sensi dell'articolo 3, comma 1, del *Regolamento di procedura*.

5. I fornitori di servizi postali comunicano all'utente l'esito del reclamo in forma scritta, anche su supporto durevole, con le modalità da questo indicate. In caso di accoglimento del reclamo, sono indicate le misure soddisfattive per il ristoro, anche economico, dei pregiudizi arrecati e le eventuali misure adottate per ovviare al disservizio. In caso di rigetto, la risposta al reclamo è adeguatamente motivata, indicando anche gli accertamenti compiuti e gli ulteriori rimedi attuabili, in particolare informazioni relative alle procedure di conciliazione di cui all'articolo 3 del *Regolamento di procedura*.

6. Entro il termine di sessanta giorni stabilito dal *Regolamento di procedura* i fornitori di servizi postali comunicano per iscritto all'utente, anche su supporto durevole, l'esito della conciliazione, trasmettendo copia del relativo verbale (via *e-mail*, PEC o altro supporto durevole oppure tramite raccomandata A/R). Eventuali ragioni ostative allo svolgimento del procedimento di conciliazione sono comunicate dal fornitore di servizi postali all'utente senza indugio, con le suindicate modalità.

7. In caso di esito negativo del tentativo di conciliazione, nella comunicazione di cui al comma 6 i fornitori di servizi postali indicano all'utente le modalità per presentare istanza di definizione della controversia all'Autorità.

8. Resta salva la facoltà per gli utenti di presentare ai fornitori di servizi postali segnalazioni in ordine a inefficienze, qualità del servizio non adeguata o comportamenti scorretti da parte del personale da loro incaricato, onde sollecitare l'adozione di iniziative finalizzate alla risoluzione dei disservizi o al miglioramento del servizio offerto.



Articolo 10

Rimborsi e indennizzi

1. I fornitori di servizi postali indicano nella Carta dei servizi e sul proprio sito web in modo completo, chiaro e trasparente il sistema di rimborsi e indennizzi previsti per ciascun prodotto postale, specificando i casi di indennizzo e i relativi importi, fissati in misura univocamente determinabile e proporzionata al pregiudizio arrecato in conseguenza degli inadempimenti contrattuali e/o del mancato rispetto degli *standard* di qualità, di cui all'articolo 7, o delle norme di settore.

2. I fornitori di servizi postali applicano i rimborsi e gli indennizzi stabiliti ai sensi del comma 1 anche quando si avvalgono di soggetti terzi per una o più fasi dell'attività postale, inclusa l'offerta al pubblico per il tramite di piattaforme digitali che consentono la comparazione delle offerte presenti sul mercato e l'acquisto di servizi postali.

Domanda 7): Concordate con l'introduzione dell'obbligo di affissione delle carte dei servizi anche presso i locali dei partner commerciali oltre che nei propri locali e sul web?

Osservazioni dei partecipanti

Poste Italiane, pur condividendo l'intento di garantire maggiore trasparenza informativa nei confronti dell'utenza, in considerazione della corposità delle Carte dei servizi, non concorda con l'obbligo di affissione delle stesse, ma ritiene sufficiente l'immediata "disponibilità" del documento presso i locali degli operatori postali, ritenendo che l'obbligo di pubblicazione della carta dei servizi presso i locali dell'operatore possa essere assolto anche con strumenti e modalità diverse e più evolute.

In merito all'obbligo di pubblicazione del documento anche presso i locali dei *partner* commerciali, la predetta Società condivide la necessità che sia garantita la massima trasparenza informativa anche presso i locali dei soggetti di cui gli operatori si avvalgono per lo svolgimento della propria attività. PI, tuttavia, ritiene che l'espressione "*partner commerciali*", introdotta dall'Autorità nella nuova formulazione della disposizione relativa alla pubblicazione della carta dei servizi, sia eccessivamente ampia in considerazione alla molteplicità e diversità di soggetti con i quali, nell'attuale contesto di mercato, gli operatori postali intrattengono rapporti commerciali. Conseguentemente, propone di riformulare l'articolo 10, comma 1, della Direttiva prevedendo un obbligo di pubblicazione anche presso «*le sedi mandatarie dell'operatore*» oppure, in via subordinata, di mantenere la formulazione originaria che fa riferimento ai «*soggetti di cui si avvalgono gli operatori*».

Con riferimento a tali soggetti, PI ritiene eccessivo l'obbligo di rendere disponibile la Carta dei servizi nel suo formato integrale, reputando sufficiente mettere a disposizione esclusivamente un estratto del documento limitatamente ai prodotti offerti.

INPOST e **AREL** non concordano con l'obbligo di affissione nei negozi aperti al pubblico che offrono i servizi di più corrieri espresso, in quanto i titolari dell'esercizio

commerciale sarebbero costretti ad affiggere in opportuni spazi leggibili dai consumatori le carte dei servizi di tutti gli operatori di cui raccolgono la domanda.

AREL chiede di chiarire cosa si intenda per “*partner commerciali*” e se l’obbligo di pubblicazione del documento debba intendersi esteso anche ai siti *web* dei gestori dei punti di ritiro inclusi nella rete dell’operatore postale. **AREL** contesta, inoltre, l’obbligo per i piccoli operatori licenziatari che non hanno una propria offerta di servizi al pubblico di pubblicazione della carta dei servizi sul proprio sito *web*.

Di diverso avviso, invece, le **Associazioni di consumatori**, che concordano sulla opportunità di rendere disponibile la Carta dei servizi anche presso i locali di *partners commerciali* dell’operatore, nell’ottica di garantire a pieno il diritto degli utenti a una informazione completa e trasparente circa i servizi offerti dagli operatori.

In tale prospettiva, l’**UNC** propone di specificare, al comma 1 dell’articolo 10, che alla pubblicazione sul sito *web* della Carta dei servizi debba corrispondere anche un apposito *link* sulla *home page* del sito dell’operatore, e, al comma 2, che le Carte dei servizi debbano recare anche l’elenco di rimborsi e indennizzi stabiliti per ciascun prodotto postale, oltre alle modalità per la presentazione di reclami e istanze per la definizione delle controversie.

Valutazioni dell’Autorità

Le riflessioni stimulate dalle osservazioni mosse da alcuni rappresentanti dei fornitori di servizi postali portano a ritenere che, in effetti, l’affissione di una copia cartacea della carta dei servizi presso i locali e gli uffici del fornitore -e, ancor di più, presso quelli degli eventuali *partners commerciali* (ad es. i PUDO)- possa risultare particolarmente gravosa e di difficile attuazione, attesa la probabile voluminosità del documento e la possibilità che i *partners commerciali* collaborino con diversi fornitori. D’altro canto, la tecnologia offre soluzioni tali da garantire il medesimo risultato auspicato (immediata conoscibilità del documento da parte dell’utenza interessata) senza gravare i fornitori di servizi postali, in specie quelli di dimensioni ridotte e che operano per conto terzi, di obblighi di pubblicazione sproporzionati.

Ad analoghe risoluzioni si giunge rispetto alla previsione dell’obbligo di pubblicazione della carta dei servizi non solo sul sito *web* del fornitore del servizio principale, ma anche su quello dei soggetti terzi di cui si avvale.

Per tali soggetti è previsto l’obbligo di rendere disponibile almeno un estratto della carta dei servizi degli operatori per cui svolgono il servizio postale in virtù di un accordo commerciale.

Si conviene, poi, che tale obbligo possa essere assolto anche con strumenti e modalità diverse e più evolute (quale ad es. il codice a barre bidimensionale QR-code), sollevando l’operatore dall’obbligo di affissione del documento, che in molti casi potrebbe essere complicato da implementare in ragione della sua voluminosità.



In conclusione, allora, può ritenersi sufficiente, ai fini della tutela degli utenti, stabilire l'obbligo di rendere disponibile la Carta dei servizi presso i locali (così come descritti all'articolo 1, comma 1, lett. m) della Direttiva) o gli uffici aperti al pubblico del fornitore del servizio postale o dei soggetti di cui esso si avvale, anche attraverso strumenti telematici, nonché sul sito *web* di ciascun fornitore di servizi postali, eliminando il generico riferimento ai *partners* commerciali (intesi come soggetti, quali gli esercizi commerciali, che non forniscono una propria offerta al pubblico, ma svolgono almeno una fase del servizio postale).

Inoltre, si ritiene meritevole di accoglimento il suggerimento dell'UNC di affiancare alla informazione sulla rete di uffici aperti al pubblico quella sui rispettivi giorni e orari di apertura.

Infine, onde consentire un adeguato monitoraggio da parte dell'Autorità in ordine al rispetto delle disposizioni recate dalla Direttiva, si ritiene di dover inserire, al comma 3 dell'articolo 10, la previsione dell'obbligo per i fornitori di servizi postali di trasmettere all'Autorità una copia della carta dei servizi entro trenta giorni dall'avvio dei propri servizi e, successivamente, entro dieci giorni da ogni eventuale successivo aggiornamento.

In virtù delle suesposte valutazioni, dunque, si ritiene di dover adottare la seguente enunciazione dell'articolo 10, che, come anticipato in premessa, diventa art. 4:

Articolo 4

Carte dei servizi

1. I fornitori di servizi postali rendono disponibile all'utenza la Carta dei servizi, nella versione più aggiornata, presso i locali e sul proprio sito *web*, con *link* in posizione ben visibile in *home page*, oltre che con un richiamo espresso nelle condizioni generali di contratto.

2. Le carte dei servizi recano:

a) un elenco aggiornato di tutti i servizi offerti, anche mediante tabelle comparative tra prodotti, con la descrizione completa delle caratteristiche di ciascun servizio e l'indicazione completa degli *standard* di qualità previsti per ciascuno di essi, ai sensi dell'articolo 7;

b) gli eventuali oneri previsti per i servizi accessori richiesti dal cliente;

c) la descrizione completa degli eventuali vincoli alla sottoscrizione e utilizzo dei servizi;

d) i locali aperti al pubblico sul territorio nazionale, il cui elenco è pubblicato sul sito *web* con l'indicazione dei giorni e degli orari di apertura;

e) le modalità e gli orari di accesso al servizio di assistenza ai clienti, ai sensi dell'articolo 8;

f) informazioni circa le modalità e le tempistiche relative alla presentazione di reclami e istanze per la risoluzione delle controversie ai sensi del *Regolamento di procedura*, con i relativi formulari, ai sensi dell'articolo 9;



g) uno schema riassuntivo dei rimborsi e indennizzi previsti per ciascun prodotto postale in caso di disservizio, ai sensi dell'articolo 10.

3. I fornitori di servizi postali trasmettono all'Autorità, a mezzo posta elettronica certificata, copia della Carta dei servizi entro trenta giorni dall'avvio dell'offerta al pubblico dei servizi e, successivamente, entro dieci giorni da ogni eventuale modifica o integrazione.

Con riferimento all'art. 11 della Direttiva, relativo alla individuazione del presidio sanzionatorio applicabile alle violazioni della Direttiva, attesa la natura meramente ricognitiva della disposizione, si ritiene più confacente limitare il rinvio all'articolo 21 del d. l.vo 261/1999 nella sua interezza, addivenendo alla seguente formulazione:

Articolo 11

Sanzioni

1. In caso di violazione delle disposizioni della presente Direttiva si applicano le sanzioni previste dall'articolo 21 del *decreto legislativo*.