

## SCHEMA DI PROVVEDIMENTO

### LINEE GUIDA SULLE MODALITÀ DI DISMISSIONE E TRASFERIMENTO DELL'UTENZA NEI CONTRATTI PER ADESIONE L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del\_\_\_\_\_;

VISTA la legge 7 agosto 1990, n. 241, recante “*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*”;

VISTA 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*”;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*” e successive modifiche e integrazioni;

VISTO il decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259, recante “*Codice delle comunicazioni elettroniche*” e successive modifiche e integrazioni;

VISTO il decreto legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007, n. 40 (di seguito: “Decreto”) che stabilisce, tra le varie cose, “*la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell’operatore*”;

VISTA la Comunicazione dell’Autorità, del 2 luglio 2007, recante “*Linee guida della direzione tutela dei consumatori esplicative per l’attività di vigilanza da effettuare ai sensi dell’art. 1, comma 4, della legge n. 40/2007, con particolare riferimento alle previsioni di cui all’art. 1, commi 1 e 3, della medesima legge (Misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese, la valorizzazione dell’istruzione tecnico-professionale e la rottamazione di autoveicoli pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del n. 77 del 2.04.2007)*”;

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato, dell’11 marzo 2010, n. 1442, con la quale il giudice ha stabilito che la prassi (posta in essere dall’operatore Sky) di pretendere il rimborso degli sconti di cui l’utente abbia fruito aderendo a un’offerta promozionale, non viola il contenuto dell’articolo 1, comma 3, del Decreto, chiarendo che “*il contratto oggetto dalla contestata pratica commerciale non consente a Sky, in violazione o elusione del citato art. 1, comma 3, di pretendere il pagamento a carico dell’utente “di spese non giustificate da costi dell’operatore”, ma si limita semplicemente a subordinare il diritto allo sconto che il cliente acquisisce sottoscrivendo l’offerta promozionale alla condizione*

*del mancato esercizio del recesso entro un certo termine (anch'esso espressamente accettato dall'utente)";*

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato, del 16 ottobre 2015, n. 4773, con la quale il giudice ha chiarito come agli operatori non sia consentito *“inserire fra i costi richiesti per la disattivazione anche costi che sono ad essa estranei o non pertinenti come quelli sostenuti per l'attivazione del servizio, anche se non addebitati all'utente nel corso del rapporto”*, sancendo il principio secondo cui non si può giustificare l'imputazione di costi che non attengono alla fase di conclusione del rapporto contrattuale al momento del recesso (oltre ai costi di attivazione anche le altre voci di spesa quali i costi di installazione o di spedizione dell'apparato, consegna della *smart card* etc.). Ciò in quanto non possono essere poste a carico dell'utente quelle spese che, per incentivare il cliente alla sottoscrizione di un nuovo contratto, non gli sono state imputate al momento della stipula;

VISTA la legge 4 agosto 2017, n. 124 (di seguito “Legge concorrenza”) che integra la disciplina sui costi di recesso inizialmente prevista dal Decreto, aggiungendo un nuovo paragrafo all'articolo 1, comma 3 e il nuovo comma 3-ter;

CONSIDERATO che con la Legge concorrenza, il legislatore ha: *i)* confermato il principio generale secondo cui non possono essere imputate agli utenti *“spese non giustificate da costi degli operatori”* (art. 1, comma 3); *ii)* e specificato che le spese di recesso devono essere *“commisurate al valore del contratto e ai costi realmente sopportati dall'azienda, ovvero ai costi sostenuti per dismettere la linea telefonica o trasferire il servizio”* (art. 1, comma 3);

CONSIDERATO, inoltre, che con la citata Legge, il legislatore ha definito, per i contratti che prevedono offerte promozionali, una durata massima di 24 mesi e che gli eventuali costi per il recesso anticipato devono essere *“equi e proporzionati alla durata residua della promozione offerta”* (art. 1, comma 3-ter);

CONSIDERATO, infine, che il nuovo testo del Decreto stabilisce che le spese di recesso siano *“rese note al consumatore al momento della pubblicizzazione dell'offerta e in fase di sottoscrizione del contratto”*, nonché comunicate all'Autorità, *“esplicitando analiticamente la composizione di ciascuna voce e la rispettiva giustificazione economica”* (art. 1, comma 3);

VISTO l'esposto dell'associazione Altroconsumo, pervenuto in data 23 marzo 2017 ed integrato in data 12 luglio 2017, con cui l'associazione denuncia l'introduzione da parte di alcuni operatori di telefonia, di clausole contrattuali contrarie alle disposizioni di cui all'art. 1, comma 3, del Decreto, in quanto prevedono l'applicazione di *“spese non giustificate da costi”* a carico del consumatore in caso di recesso anticipato rispetto alla scadenza “minima” prevista dal contratto;

VISTE, inoltre, le numerose segnalazioni pervenute all'Autorità nel corso degli anni 2016 e 2017;

RILEVATO che tra queste quelle relative all' "Addebito di costi non giustificati per la cessazione del contratto" sono le più numerose (arrivando a rappresentare nel corso del 2017, oltre il 13% del totale);

CONSIDERATO che, sulla base delle segnalazioni pervenute e del mutato quadro normativo, il 25 e il 27 settembre 2017 l'Autorità ha inviato una richiesta d'informazioni ai principali operatori di telefonia e di *pay-TV*, anche al fine di vigilare sulla corretta attuazione delle disposizioni di cui dall'articolo 1, commi 3 e 3-ter del Decreto;

VISTE le risposte alla richiesta di informazioni ricevute da: BT Italia S.p.A., Fastweb S.p.A., Poste Mobile, Telecom Italia S.p.A., Tiscali S.p.A., Vodafone S.p.A., Wind-Tre S.p.A., Welcome Italia S.p.A., Mediaset S.p.A e Sky Italia S.p.A.;

RILEVATO che dall'analisi delle risposte è emerso che:

- alcune offerte promozionali di beni e/o servizi prevedono una durata contrattuale superiore ai 24 mesi;
- in taluni casi, il contratto giunto a scadenza si rinnova tacitamente se l'utente non esercita il diritto di recesso entro il termine di 30 dalla scadenza del contratto;
- gli operatori, in caso di recesso, imputano agli utenti oltre al costo per la disattivazione del servizio anche gli importi promozionati sui canoni periodici, sugli apparati forniti, sui costi di attivazione dei servizi e degli apparati e che questa prassi determina un meccanismo controintuitivo in base al quale le spese per la restituzione degli importi promozionati crescono al passare del tempo e raggiungono il loro valore massimo in prossimità della scadenza della promozione;
- gli operatori sostengono costi legati alla gestione delle attività di disattivazione del servizio e/o trasferimento ad altro operatore, ma dal raffronto fra questi costi (interni e *wholesale*) e le spese a carico degli utenti per la cessazione e/o il trasferimento del contratto ad altro operatore, si rileva che nella maggior parte di casi, gli utenti sostengono una spesa superiore ai costi sostenuti dagli operatori, alla quale si va ad aggiungere anche la restituzione degli importi promozionati in caso di recesso anticipato dal contratto;

CONSIDERATO che le imprese propongono modelli contrattuali nei quali l'utente resta "vincolato" per un determinato periodo di tempo da un accordo in forza del quale, in caso di cambiamento del fornitore o cessazione del contratto, l'utente è tenuto a sostenere delle spese di trasferimento molto elevate (cosiddetti *switching cost*);

CONSIDERATO che gli operatori non forniscono la giusta evidenza delle spese che vengono imputate agli utenti in caso di recesso anticipato dal contratto e che questi ultimi, dopo essere stati attratti dalle promozioni, restano vincolati a un'impresa per un

orizzonte temporale significativamente lungo da far ipotizzare la sussistenza di fenomeni anti competitivi di *lock-in*;

CONSIDERATO che il fenomeno rilevato riduce considerevolmente la libertà degli utenti di recedere dal contratto al punto da far ritenere che la permanenza degli utenti nel contratto fino alla scadenza della promozione possa essere motivata più dalla volontà dell'utente di evitare (o comunque minimizzare) le spese di recesso, che dalla propria soddisfazione nella fruizione dei servizi offerti;

CONSIDERATO che è possibile riconoscere in tali comportamenti il tentativo degli operatori di erigere barriere all'entrata nei mercati dei servizi di telefonia, televisivi e di comunicazioni elettroniche volte a ridurre la concorrenza reale o potenziale;

RITENUTO opportuno evitare fenomeni di esclusione – reale o potenziale – delle imprese dal mercato dei servizi di telefonia, dei servizi televisivi e dei servizi di comunicazione elettronica, considerando che tale esclusione influisce sul livello di concorrenza prospettico del mercato, con implicazioni sui prezzi, sulla varietà e sulla qualità dei servizi offerti;

CONSIDERATE le criticità legate alla prassi degli operatori di imputare costi di recesso non commisurati al valore del contratto e alle reali spese sostenute dall'operatore per la disattivazione della linea e per il trasferimento dell'operatore;

RITENUTO opportuno garantire agli utenti la possibilità di scegliere le offerte maggiormente rispondenti al proprio profilo di consumo, anche sulla base degli eventuali costi che verrebbero loro imputati in caso di recesso anticipato, e al contempo garantire alle imprese un quadro regolamentare chiaro e uniforme;

RILEVATO, invece, anche sulla base delle risposte degli operatori, che le modifiche introdotte dalla Legge concorrenza possono aver generato tra gli operatori dubbi interpretativi, al punto da comportare un'applicazione non propriamente corretta o comunque non omogenea della disciplina dei costi di recesso;

CONSIDERATA, in particolare, la necessità di fornire certezza sulla definizione degli oneri che gli operatori possono imporre in capo agli utenti in caso di recesso anticipato, non sussistendo dubbi sulla corretta applicazione degli obblighi informativi e di comunicazione, specie in merito al limite di durata (pari a ventiquattro mesi) per i contratti che prevedono offerte promozionali;

RITENUTO, a tal proposito, necessario definire delle linee guida a supporto degli operatori di servizi di telefonia, di servizi televisivi e di servizi di comunicazione elettronica per la corretta commisurazione delle spese di dismissione e trasferimento dell'utenza nell'ambito dell'articolo 1, comma 3 e comma 3-ter, del Decreto;

TENUTO CONTO che le presenti Linee guida sostituiscono la Comunicazione del 2 luglio 2007, con la quale la Direzione tutela dei consumatori ha fornito alcuni chiarimenti sulle modalità di verifica del rispetto dell'articolo 1, comma 1 e comma 3 del Decreto;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 405/17/CONS;

UDITA la relazione del Commissario \_\_\_\_, relatore ai sensi dell’articolo 31 del Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità;

**DELIBERA**

**Articolo 1**

1. L’Autorità adotta le Linee guida sulle modalità di dismissione e trasferimento dell’utenza.
2. Il testo delle Linee guida e della metodologia di valutazione delle spese di recesso sono riportati negli allegati 1 e 2 alla presente delibera, di cui costituiscono parte integrante e sostanziale.
3. L’Autorità si riserva di integrare e aggiornare le Linee guida allegate alla presente delibera.

La presente delibera è pubblicata sul sito *web* dell’Autorità.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla sua pubblicazione.

Roma, \_\_\_\_\_ 2018

**IL PRESIDENTE**

Angelo Marcello Cardani

**IL COMMISSARIO RELATORE**

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

**IL SEGRETARIO GENERALE**

Riccardo Capecchi

## ALLEGATO 1 ALLO SCHEMA DI PROVVEDIMENTO

### LINEE GUIDA SULLE MODALITÀ DI DISMISSIONE E TRASFERIMENTO DELL'UTENZA NEI CONTRATTI PER ADESIONE

#### 1 Ambito di applicazione e finalità delle linee guida

1. Le presenti linee guida sono volte a fornire un orientamento agli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazione elettronica per la corretta applicazione dell'articolo 1, commi 1, 3 e 3-ter del Decreto Legge 31 gennaio 2007, n. 7 (d'ora in poi anche "Decreto").<sup>1</sup> Le presenti linee guida sostituiscono la comunicazione del 2 luglio 2007,<sup>2</sup> con la quale la Direzione tutela dei consumatori ha fornito alcuni chiarimenti sulle modalità di verifica del rispetto dell'articolo 1, commi 1 e 3 del Decreto.
2. Le previsioni dell'art. 1, comma 3 e 3ter, del Decreto si applicano a tutti coloro che sottoscrivono contratti per adesione con operatori di telefonia, reti televisive e comunicazione elettronica, inclusi gli utenti finali non residenziali. Le previsioni non si applicano ai contratti, quali quelli in uso per la fornitura di servizi alla clientela *business* di maggiori dimensioni, nei quali le clausole sono negoziate e, pertanto, non ricorre la fattispecie del contratto per adesione.
3. Al riguardo si ricorda che ai sensi dell'art. 1341 Cod. civ. possono essere qualificati "per adesione" quei contratti che, anche in vista del contenuto delle loro singole clausole, risultino predisposti unilateralmente da un solo contraente e siano destinati a regolare una serie indefinita di rapporti, sia da un punto di vista sostanziale (perché predisposti da un contraente che espliciti attività negoziale nei confronti di una pluralità indifferenziata di soggetti), sia da un punto di vista meramente formale (perché preordinati nel contenuto a mezzo di moduli o formulari utilizzabili in

---

<sup>1</sup> Il Decreto Legge 31 gennaio 2007, n. 7, è stato convertito con modificazioni dalla Legge 2 aprile 2007, n. 40. La disciplina sui costi di recesso prevista dal Decreto è stata recentemente integrata dalla Legge 4 agosto 2017, n. 124.

<sup>2</sup> Linee guida della direzione tutela dei consumatori esplicative per l'attività di vigilanza da effettuare ai sensi dell'art. 1, comma 4, della legge n. 40/2007.

serie). Il contraente può quindi accettare in blocco le condizioni ovvero rifiutarle integralmente senza alcuna facoltà di trattativa.

4. Gli operatori devono tenere nella massima considerazione le presenti linee guida che rappresentano gli orientamenti che l'Autorità intende seguire ai fini della vigilanza sull'attuazione delle disposizioni di cui ai paragrafi precedenti.
5. La vigilanza sull'attuazione delle disposizioni riportata al paragrafo 2, è attribuita, ai sensi dell'articolo 1, comma 4, del Decreto, all'Autorità con l'indicazione che le eventuali violazioni riscontrate sono da sanzionare ai sensi dell'art. 98 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 (Codice delle Comunicazioni elettroniche).
6. L'attività dell'Autorità, pertanto, sarà costantemente espletata nei confronti di tutti gli operatori indicati, anche sulla base delle segnalazioni ricevute dagli utenti nonché dalle associazioni di consumatori e utenti in relazione alle problematiche più frequenti e di maggiore impatto sul mercato.

## **2 Credito residuo**

7. Nei contratti per adesione con gli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche, il cosiddetto "credito residuo" può essere definito come l'importo prepagato non ancora utilizzato dall'utente per l'acquisto dei servizi sottostanti.
8. Nell'ambito dei servizi di telefonia, televisivi e di comunicazioni elettroniche, il combinato disposto dei commi 1 e 3 dell'art. 1 del Decreto sancisce il diritto degli utenti al riconoscimento del "credito residuo" e, nel settore delle telecomunicazioni, ove ad oggi è possibile il trasferimento delle utenze, anche alla sua trasferibilità fra gli operatori in caso di portabilità del numero.
9. La norma di cui all'articolo 1, comma 1, prevede che nei contratti di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche è vietata la previsione di limiti temporali massimi di utilizzo del traffico telefonico o del servizio acquistato, e quindi, il diritto degli utenti alla sopravvivenza del credito residuo rispetto all'eventuale scioglimento del rapporto contrattuale.
10. Inoltre, al successivo comma 3, il Decreto prevede la facoltà di recesso e di trasferimento delle utenze senza vincoli temporali o ritardi non giustificati, nonché senza spese non giustificate da costi dell'operatore.

11. Tale disposizione conferma la sopravvivenza del credito residuo rispetto allo scioglimento del rapporto contrattuale con il singolo operatore e comporta il diritto alla sua restituzione per l'utente che recede, oltre che alla sua portabilità nel caso di trasferimento delle utenze di telecomunicazioni.
12. La perdita dell'eventuale credito residuo, infatti, non può in alcun modo essere considerata una spesa giustificata dai costi dell'operatore, come tale suscettibile di essere posta a carico degli utenti in caso di esercizio delle facoltà di recesso o di trasferimento; ciò anche perché una simile lettura potrebbe avere l'effetto di aggirare le finalità pro concorrenziali espresse dal Decreto creando delle barriere alle scelte degli utenti, e sarebbe quindi ritenuta sotto ogni aspetto illegittima. D'altro canto, il disconoscimento del diritto dell'utenza al credito residuo equivarrebbe a disconoscere l'effetto della volontà negoziale dell'utente di recedere, differendone gli effetti in avanti nel tempo attraverso l'imposizione di un vincolo temporale non giustificato, con la conseguenza di violare il Decreto anche sotto questo profilo.
13. Pertanto, dal momento dello scioglimento del rapporto contrattuale per qualsiasi causa (ivi compresi i casi di esercizio del recesso, trasferimento dell'utenza presso altro operatore e risoluzione per inadempimento) l'utente ha diritto al riconoscimento dell'eventuale credito residuo.
14. Si ritiene quindi che, a seguito del Decreto, gli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche debbano garantire l'effettività dei diritti degli utenti al riconoscimento del credito residuo e alla sua portabilità (tra operatori di telecomunicazioni in caso di trasferimento delle utenze).

### **3 Disposizioni in merito al recesso o al trasferimento delle utenze di telecomunicazioni senza vincoli temporali**

15. L'utente deve poter conoscere la facoltà di recesso o di trasferimento delle utenze di telecomunicazioni, così da avere piena ed effettiva consapevolezza della tutela normativa riconosciutagli.
16. L'esercizio di tali facoltà è "senza vincoli temporali", quindi esse possono essere esercitate in ogni momento (salvo l'obbligo di preavviso). L'eventuale previsione di una durata minima contrattuale è dunque vincolante solo per l'operatore.

#### **4 Disposizioni in merito al recesso o al trasferimento delle utenze di telecomunicazioni ad altro operatore senza ritardi non giustificati**

17. L'utente deve poter conoscere anche il lasso temporale che intercorre tra l'esercizio della facoltà di recesso o di trasferimento dell'utenza di telecomunicazioni ed il compimento da parte dell'operatore di tutti gli adempimenti obbligatori per la compiuta lavorazione delle relative richieste, così da poter valutare sotto ogni profilo l'opportunità di esercitarle.
18. La durata massima di tale lasso temporale è di 30 giorni, coincidenti con il termine di preavviso massimo da richiedere agli utenti. Nel settore delle telecomunicazioni fisse e mobili dovranno comunque essere osservati i termini di preavviso stabiliti da specifiche delibere dell'Autorità per richieste di migrazione o di cessazione dei servizi di accesso all'ingrosso.

#### **5 Disposizioni in merito al recesso o al trasferimento delle utenze di telecomunicazioni ad altri operatori senza spese non giustificate da costi degli operatori**

19. La disciplina dei costi di recesso contenuta nel Decreto stabilisce specifiche tutele per coloro che stipulano contratti per adesione con operatori di telefonia, di reti televisive a pagamento e di comunicazioni elettroniche.
20. In particolare, l'articolo 1, comma 3, del Decreto statuisce che i contratti per adesione devono prevedere *“la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi ingiustificati e senza spese non giustificate dai costi dell'operatore”*. In altre parole, il Decreto stabilisce non solo la libertà degli utenti di poter recedere dal contratto in qualunque momento (senza vincoli temporali) e senza ritardi ingiustificati, ma, soprattutto, il divieto d'imputare all'utente spese non giustificate dai costi dell'operatore.
21. Questa interpretazione è stata confermata dall'Autorità con la Comunicazione del 2 luglio 2007, con la quale la Direzione tutela dei consumatori aveva precisato che:
  - la facoltà di recesso può essere esercitata in ogni momento e che eventuali previsioni circa la durata minima contrattuale sono vincolanti solo per l'operatore;<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Cfr. paragrafo 6.12 della Comunicazione del 2 luglio 2007.

- in caso di recesso l'utente non deve versare alcuna "penale", comunque denominata, poiché gli unici importi ammessi sono quelli "giustificati" da "costi" degli operatori;<sup>4</sup>
  - in caso di recesso per migrazione i costi di disattivazione posti a carico dell'utente non sono in linea di massima giustificati in quanto le attività di disattivazione della configurazione preesistente coincidono con le attività tecniche da effettuarsi in fase di attivazione dall'operatore che acquisisce il cliente e sono dunque già remunerate da quest'ultimo.<sup>5</sup>
22. La disciplina delle spese di recesso è stata recentemente integrata dalla Legge n. 124/2017, che ha aggiunto al Decreto un nuovo paragrafo all'articolo 1, comma 3 e il nuovo comma 3-ter.
23. Il nuovo testo dell'articolo 1, comma 3, prevede una disciplina generale valida sia per le offerte promozionali, sia per quelle non promozionali, che va a integrare la disciplina inizialmente prevista dal Decreto, concernente la libertà degli utenti di poter recedere in ogni momento dal contratto e l'obbligo per gli operatori di non imputare spese non giustificate dai costi. A tale disposizione (che resta immutata) si affiancano, infatti, ulteriori specificazioni volte a rafforzare il livello di trasparenza e a meglio identificare le spese di recesso che gli operatori possono imputare agli utenti.
24. Più precisamente, con la legge n. 124 del 2017, il legislatore ha: *i)* confermato il principio generale secondo cui non possono essere imputate agli utenti "*spese non giustificate da costi degli operatori*" (art. 1, comma 3); *ii)* e specificato che le spese di recesso devono essere "*commisurate al valore del contratto e ai costi realmente sopportati dall'azienda, ovvero ai costi sostenuti per dismettere la linea telefonica o trasferire il servizio*" (art. 1, comma 3). Inoltre, nel caso di contratti che prevedono offerte promozionali, la durata del contratto non può superare i 24 mesi e gli eventuali costi per il recesso anticipato devono essere anche "*equi e proporzionati alla durata residua della promozione offerta*" (art. 1, comma 3-ter). Infine, il nuovo testo del Decreto stabilisce che le spese di recesso siano "*rese note al consumatore al momento della pubblicizzazione dell'offerta e in fase di sottoscrizione del contratto*", nonché comunicate all'Autorità, "*esplicitando analiticamente la composizione di ciascuna voce e la rispettiva giustificazione economica*" (art. 1, comma 3).
25. In estrema sintesi, il nuovo testo dell'articolo 1, commi 3 e 3-ter, del Decreto, con riferimento alle spese di recesso, prevede (oltre a specifici obblighi informativi)

---

<sup>4</sup> Cfr. paragrafo 8.16 della Comunicazione del 2 luglio 2007.

<sup>5</sup> Cfr. paragrafo 8.20 della Comunicazione del 2 luglio 2007.

alcuni limiti agli oneri che gli operatori possono porre in capo agli utenti. Più precisamente, nel caso di contratti che non comprendono promozioni, le spese di recesso devono essere commisurate al valore del contratto e ai costi reali sopportati dall'azienda, mentre nel caso di contratti che comprendono promozioni, le spese di recesso devono essere anche eque e proporzionate alla durata residua della promozione. Infine, l'articolo 1, comma 3-ter, del Decreto stabilisce anche un limite alla durata dei contratti (24 mesi) laddove questi comprendano offerte promozionali (di beni e servizi).

### **5.1 Definizione e quantificazione delle spese di recesso**

26. La disciplina delle spese di recesso contenuta nel Decreto deve applicarsi a tutte le voci di costo che l'operatore imputa o si riserva d'imputare agli utenti nel momento in cui questi ultimi esercitano il diritto di recesso. Se la *ratio* del Decreto è quella di impedire agli operatori di accrescere strategicamente gli *switching cost* al fine di non ostacolare la migrazione degli utenti da un operatore a un altro, e quindi la concorrenza, allora la mera previsione della facoltà di recedere da un contratto, anche se in assenza di vincoli temporali (come stabilito dal primo paragrafo dell'articolo 1, comma 3, del Decreto), non appare sufficiente a tutelare i consumatori. Le misure in tema di libero recesso dal contratto dell'utente risultano inefficaci se non accompagnate da misure volte a contenere le spese che l'operatore può imputare all'utente che recede.
27. In effetti, le spese di recesso rappresentano la categoria più rilevante di *switching cost* e, pertanto, quella che maggiormente incide sulla valutazione degli utenti circa l'opportunità di cambiare fornitore di servizi. Per questa ragione la disciplina delle spese di recesso deve ricomprendere le diverse categorie di costi che l'operatore si riserva di addebitare all'utente nel momento in cui questi recede dal contratto; quindi, non solo ai costi sostenuti per dismettere o trasferire l'utenza, ma anche alla restituzione degli importi promozionati e al pagamento delle rate residue relative ai prodotti e ai servizi offerti congiuntamente al servizio di comunicazione elettronica. Alla luce delle considerazioni sopra esposte le spese di recesso possono riguardare:
  - a) i costi sostenuti dall'operatore per dismettere o trasferire l'utenza;
  - b) la restituzione totale o parziale degli importi promozionati (siano essi *una tantum* o periodici) sui servizi e sui prodotti;
  - c) il pagamento delle rate residue relative ai servizi e ai prodotti offerti congiuntamente al servizio di comunicazione elettronica.
28. Le presenti linee guida forniscono per ciascuna di queste categorie alcune considerazioni utili per una corretta applicazione di quanto disposto dal Decreto.

## 5.2 Spese sostenute dall'operatore per dismettere o trasferire l'utenza

29. Le spese di recesso di cui al punto *a*) devono essere commisurate al valore del contratto (*infra*) e ai costi reali sopportati dall'azienda, ovvero ai costi sostenuti per dismettere la linea telefonica o trasferire il servizio. Trattandosi di spese che remunerano i costi realmente sostenuti dall'azienda, l'entità di tali spese, in linea generale, non dipende dal momento in cui il diritto di recesso è esercitato.
30. Al fine di poter applicare la disciplina è necessario quindi giungere ad una definizione di "valore del contratto".
31. Il valore di un contratto per adesione dipende, sostanzialmente, dalla proposta formulata dall'operatore. Esso può, quindi, variare a seconda della tecnologia utilizzata, dei servizi offerti, dei corrispettivi richiesti e soprattutto della sua durata. Ai fini di queste linee guida, si può affermare che il valore di un contratto (calcolato in un dato momento) corrisponde alla somma dei corrispettivi non ancora versati all'operatore.<sup>6</sup> Dal momento che il valore del contratto è nullo quando giunge a scadenza (in quanto giunto a scadenza il contratto non prevede nessun altro pagamento), le spese di recesso "*commisurate al valore del contratto*" non potranno che essere anch'esse nulle se il recesso avviene alla scadenza del contratto. Se, invece, il diritto di recesso è esercitato prima della scadenza del contratto, le spese di recesso potranno sì essere positive (in quanto commisurate al valore del contratto), ma comunque commisurate ai costi realmente sostenuti dall'operatore per porre in essere tutte le attività necessarie a dismettere o trasferire l'utenza.
32. La commisurazione ai costi realmente sopportati dall'azienda e al valore del contratto deve, a parere dell'Autorità, essere interpretata in modo che a prevalere sia il valore minore tra i due. Fintantoché il valore del contratto (definito come somma dei corrispettivi non ancora versati) è superiore ai costi sostenuti, non vi è motivo di remunerare gli operatori in misura superiore a quanto questi hanno effettivamente sostenuto come costi di dismissione o trasferimento dell'utenza. Nel momento in cui invece, approssimandosi la fine del contratto, il valore di quest'ultimo si riduce a livelli inferiori ai costi effettivamente sostenuti, a prevalere non potrà che essere il valore del contratto. In caso contrario, le spese di recesso (pur essendo commisurate ai costi) risulterebbero superiori al valore del contratto rendendo non ottimale la scelta dell'utente che desidera recedere dal contratto.<sup>7</sup> Questa modalità di quantificazione del spese di dismissione della linea presenta

---

<sup>6</sup> Ed è sulla base di questo valore al momento di sottoscrizione del contratto, che gli operatori basano le proprie politiche promozionali e, più in generale, le politiche di *marketing*.

<sup>7</sup> In altre parole, all'utente converrebbe continuare a pagare i corrispettivi piuttosto che affrontare le spese di recesso.

anche il vantaggio di garantire una transizione graduale verso il momento in cui, essendo giunto a scadenza il contratto, quest'ultimo assume un valore nullo.

33. Per le ragioni sopra esposte, le spese di recesso di cui al punto *a*) devono essere commisurate al minimo tra il valore del contratto e i costi realmente sostenuti dall'azienda per provvedere alle operazioni di dismissione o trasferimento dell'utenza. Va da sé che alla scadenza del contratto le spese di recesso devono essere nulle.
34. Con riferimento ai costi realmente sostenuti dall'operatore, l'Autorità verificherà che gli operatori pongano a carico degli utenti (ove necessario) esclusivamente le spese per cui sia dimostrabile un pertinente e correlato costo dai primi sopportato per procedere alla disattivazione o al trasferimento.
35. Per essere in linea con l'intenzione del Decreto, il concetto di pertinenza del costo dovrà essere interpretato in senso oggettivo ed imparziale, valido per tutti gli operatori e secondo criteri di causalità/strumentalità dei costi/ricavi.
36. Si ricorda al riguardo che secondo la prassi nazionale e internazionale utilizzata da società di revisione indipendenti, si considerano come pertinenti “i ricavi e i costi attribuiti alle componenti e/o ai servizi in base all'analisi diretta della loro origine, cioè tenendo conto della causa che ha comportato il conseguimento del ricavo, il sostenimento del costo, l'acquisto di un'attività o l'insorgere di una passività”.
37. Pertanto l'attività dell'Autorità consiste anche nel richiedere agli operatori dettagliate informazioni con riguardo ad eventuali “costi” (ossia solo ove la previsione di essi sia ritenuta indispensabile dall'operatore in vista delle attività da compiersi e ferma restando la necessità di fornirne comunque la prova) e nell'entrare nel merito dei singoli importi richiesti ai fini della valutazione della loro “giustificazione” ai sensi del Decreto.
38. Per ciascuna voce di costo potranno inoltre essere individuate delle “soglie” di valore, che esprimano un congruo livello di costi per il recesso e per il trasferimento delle utenze sostenuti dall'operatore. Le “soglie di allerta” così individuate potranno essere utilizzate anche allo scopo di confrontare gli importi richiesti dagli operatori ed orientare l'attività di verifica della “giustificazione” dei costi con specifico riguardo a quelli più elevati rispetto a tali soglie.
39. In sede di analisi delle risultanze dei dati raccolti, l'Autorità potrà comunque, dal confronto delle diverse voci, suggerire correttivi nelle indicazioni fornite dagli operatori, applicando ovunque possibile uguali criteri di attribuzione del costo e valutazioni sul grado di efficienza degli stessi, tenuto conto altresì della presenza

sul mercato sia di operatori che gestiscono integralmente e autonomamente il processo (e dunque verticalmente integrati) che di operatori che assegnano in *outsourcing* una o più fasi dello stesso e che dunque sono vincolati nella gestione ad uno o più contratti all'ingrosso.

40. Nel settore della telecomunicazioni merita una precisazione a parte il caso del passaggio degli utenti da un operatore ad un altro.
41. In tale casistica di recesso, generalmente le attività di disattivazione della configurazione preesistente coincidono con le attività tecniche da effettuarsi in fase di attivazione dall'operatore che acquisisce il cliente. Esse sono dunque già remunerate da quest'ultimo.
42. In tali casi, pertanto, eventuali costi di disattivazione posti a carico dell'utente non sono in linea di massima giustificati.

### **5.3 Restituzione totale o parziale degli importi promozionati sui servizi e sui prodotti**

43. Generalmente gli operatori sono soliti addebitare agli utenti che esercitano il diritto di recesso prima di una data scadenza gli importi promozionati di cui hanno beneficiato fino alla data di esercizio del diritto di recesso.<sup>8</sup>
44. Allo stato attuale, gli importi relativi a tali voci di costo figurano a tutti gli effetti tra le spese di recesso (intendendo con ciò le spese che l'utente deve necessariamente affrontare come conseguenza dell'esercizio del diritto di recesso) e vanno a sommarsi alle altre spese di recesso, ossia a quelle che l'operatore addebita all'utente per effetto delle operazioni che deve porre in essere per dismettere o trasferire l'utenza.
45. Va, innanzitutto, precisato che a queste spese non può applicarsi (anche nei casi in cui sia tecnicamente possibile, ad esempio per i dispositivi e per le operazioni di attivazione della linea) il principio di commisurazione ai costi reali sopportati dall'azienda (che nel caso di specie ricondurrebbe al riconoscimento dei costi realmente sostenuti dall'operatore per provvedere alle operazioni di attivazione della linea e/o ai costi sostenuti per approvvigionarsi sui mercati specifici dei dispositivi da cedere successivamente agli utenti), in quanto dal testo del Decreto

---

<sup>8</sup> Questi importi possono riguardare sia i corrispettivi *una tantum* (costi di attivazione, costi dei dispositivi e costi di attivazione dei dispositivi) sia i corrispettivi periodici, ossia i canoni per la fruizione del servizio.

si deduce che il principio di commisurazione ai costi si riferisce esclusivamente ai costi sostenuti dall'operatore per dismettere la linea telefonica o trasferire il servizio.<sup>9</sup> Pertanto, le spese di recesso di cui al punto 27, lettera *b*) devono essere commisurate al solo valore del contratto (così come stabilito dall'articolo 3, comma 1, del Decreto) e, nel caso in cui il contratto comprenda anche un'offerta promozionale, tali spese devono essere anche eque e proporzionate alla durata residua della promozione offerta (così come stabilito dall'articolo 1, comma 3-ter, del Decreto). Quindi, anche nel caso in cui le spese di recesso relative alla restituzione degli importi promozionati rispecchino i costi sottostanti, questi importi devono, in ogni caso, essere commisurati al valore del contratto nonché essere equi e proporzionali alla durata residua dell'eventuale promozione.

46. In merito all'equità e alla proporzionalità delle spese di recesso alla durata residua della promozione offerta, l'Autorità ritiene che gli operatori non possano richiedere la restituzione integrale di tutti gli importi promozionati di cui l'utente ha beneficiato fino all'esercizio del diritto di recesso. Così facendo, infatti, le spese di recesso crescerebbero nel tempo fino a raggiungere il loro valore massimo in prossimità della scadenza della promozione.<sup>10</sup>
47. Il principio di equità e di proporzionalità alla durata residua della promozione offerta implica, invece, che le spese per la restituzione degli importi promozionati, tengano conto della prossimità dell'esercizio del diritto di recesso alla scadenza della promozione.<sup>11</sup> Pertanto, gli operatori non devono imporre agli utenti la restituzione integrale degli importi promozionati fino al momento del recesso, ma solo la restituzione di una loro parte che dovrebbe ridursi proporzionalmente fino ad azzerarsi del tutto alla scadenza della promozione.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Cfr. articolo 3, comma 1, del Decreto Legge 7 del 2007.

<sup>10</sup> La prassi attualmente utilizzata dagli operatori determina un meccanismo controintuitivo che vede crescere nel tempo le spese di recesso per la restituzione degli importi promozionati fino a raggiungere il suo valore massimo in prossimità della scadenza della promozione. La libertà degli utenti di recedere dal contratto è quindi, fortemente, limitata al punto da far ritenere che la permanenza degli utenti nel contratto fino alla scadenza della promozione possa essere motivata dalla volontà dell'utente di evitare (o comunque minimizzare) le spese di recesso, più che dalla propria soddisfazione nella fruizione dei servizi offerti.

<sup>11</sup> Tale orientamento è del tutto in linea con il contenuto della sentenza del Consiglio di Stato n. 1442 del 2010 che stabilisce la legittimità della prassi seguita dagli operatori d'imputare la restituzione degli importi promozionati agli utenti che recedono anticipatamente. Tuttavia, va rilevato che con l'entrata in vigore della legge 124 del 2017, la possibilità (legittima) degli operatori di chiedere la restituzione degli importi promozionati in caso di recesso anticipato, è sottoposta a un limite, che il legislatore ha individuato nell'equità e nella proporzionalità alla durata residua della promozione.

<sup>12</sup> Questo principio può essere spiegato attraverso il seguente esempio. Si supponga che un'offerta preveda due diversi canoni: uno (in promozione), pari a 20 euro, valido per i primi 12 periodi e un altro (a regime), pari a 30 euro, valido per i restanti 12 mesi. La restituzione integrale degli importi promozionati prevede il

#### **5.4 Pagamento delle rate residue relative ai servizi e ai prodotti offerti congiuntamente al servizio di comunicazione elettronica**

48. Va rilevato che gli operatori possono concedere agli utenti, che sottoscrivono un contratto di fornitura di un servizio di comunicazione elettronica, la dilazione del pagamento di alcuni importi relativi all'acquisto di prodotti – quali *modem, router, telefoni, smartphone, etc.* – che vengono offerti congiuntamente al servizio di comunicazione elettronica.<sup>13</sup> Nel caso in cui il recesso dovesse avvenire prima di una data scadenza gli operatori potrebbero riservarsi di addebitare agli utenti il pagamento in un'unica soluzione delle rate residue.
49. La conversione di un pagamento rateizzato in un pagamento in un'unica soluzione per un ammontare pari alla somma delle rate residue potrebbe incidere sulla scelta di un utente che intende recedere da un contratto di fornitura di servizi di comunicazione al punto che questi, per non incorrere in tale pagamento, potrebbe decidere di continuare ad avvalersi della prestazione corrente, anche se sul mercato

---

pagamento di 10 euro, se il recesso avviene dopo il primo periodo, 20 euro se il recesso avviene dopo il secondo periodo, fino ad arrivare a 110 euro se il recesso avviene poco prima della scadenza della promozione. La restituzione integrale degli importi promozionati non può considerarsi equa e soprattutto non può considerarsi proporzionata alla durata residua della promozione, perché la restituzione degli importi cresce costantemente nel tempo fino raggiungere il suo valore massimo proprio in prossimità della scadenza della promozione (110 euro). La restituzione degli importi promozionati non deve avvenire integralmente, bensì per una quota pari al rapporto tra la durata residua e la durata totale della promozione. Se il recesso avviene subito dopo il primo periodo, la durata residua sarà pari a 11 periodi. Di conseguenza la quota imputata all'utente in caso di recesso dovrebbe essere pari a 11/12 (pari a poco più del 90%) degli importi promozionati fino ad allora goduti (10 euro), quindi poco più di 9 euro. Se il recesso avviene subito dopo il secondo periodo, la quota imputata all'utente in caso di recesso dovrebbe essere pari a 10/12, (pari a poco più del 80%), degli importi promozionati fino ad allora goduti (20 euro), quindi poco più di 16 euro. Adoperando in questo modo, la restituzione degli importi promozionati raggiungerà il suo valore massimo a metà del periodo promozionale per poi ridursi fino a raggiungere il suo valore minimo (pari a poco più di 9 euro) in prossimità della scadenza della promozione. Per una precisa discussione del meccanismo, si veda l'allegato 2 alle presenti linee guida.

<sup>13</sup> Da qualche anno a questa parte, i principali operatori di rete fissa hanno iniziato a offrire agli utenti, che sottoscrivono un'offerta di accesso a Internet, anche il dispositivo terminale (modem, router Wi-Fi). Più precisamente, e in particolare per le offerte di connettività in fibra ottica, l'acquisto del servizio di accesso a Internet è quasi sempre condizionato alla fornitura del dispositivo. L'offerta si configura, quindi, come una vendita abbinata (tying), non essendo possibile acquistare il servizio di accesso a Internet senza accettare anche la fornitura del dispositivo terminale. Inoltre, i principali operatori di rete fissa, oltre a fornire queste apparecchiature congiuntamente al servizio di accesso a Internet, limitano la possibilità per gli utenti di sostituire l'apparecchiatura fornita con un'apparecchiatura alternativa, così come impediscono che l'apparecchiatura fornita possa essere utilizzata per usufruire, in caso di migrazione, dei servizi di accesso a Internet forniti da un altro operatore. Va sottolineato che, ai fini delle presenti Linee guida, l'analisi di tale fattispecie è circoscritta all'ambito della normativa che disciplina i costi di recesso nei servizi di comunicazione elettronica, ed esula quindi da qualunque considerazione in merito alla liceità di tale prassi, sia con riferimento alla regolamentazione in materia di neutralità della rete, sia con riferimento alla normativa generale che disciplina i contratti per adesione.

sono presenti offerte caratterizzate da condizioni economiche o tecniche migliori, limitando significativamente l'esercizio del diritto di recesso da parte dell'utente. Difatti, se il pagamento di una singola rata mensile di un determinato ammontare può consentire a un consumatore di soddisfare il proprio vincolo di bilancio mensile, non è detto che il pagamento di un ammontare pari alla somma di due o più rate mensili lo permetta. Per tale ragione, gli operatori devono sempre concedere agli utenti che decidono di recedere anticipatamente dal contratto la facoltà di scegliere se continuare a pagare le rate residue ovvero pagarle in un'unica soluzione. Solo in questo modo all'utente sarà garantita la piena libertà di recedere dal contratto.

50. Va, tuttavia, rilevato che nel caso in cui l'offerta congiunta riguardi prodotti “*non neutrali*” (intendendo con ciò dispositivi che non possono essere riutilizzati per fruire dei servizi offerti da operatori diversi da quello con cui l'utente ha sottoscritto il contratto),<sup>14</sup> la mera concessione all'utente della facoltà di scegliere fra la prosecuzione del pagamento rateale ovvero il pagamento in un'unica soluzione non appare una soluzione sufficiente a garantire il pieno esercizio del diritto di recesso. Infatti, fermo restando quanto stabilito dal Regolamento UE 2015/2120,<sup>15</sup> se il dispositivo non è neutrale, il costo sostenuto in fase di recesso si configurerebbe come un costo – non recuperabile – di cambiamento: l'utente potrebbe decidere di non recedere dal contratto proprio per evitare di sostenere un costo a fronte del quale non intravede alcuna utilità. Per tali ragioni, nel caso di vendita congiunta e rateizzata di un prodotto non neutrale gli operatori non devono imputare all'utente che recede anticipatamente il pagamento delle rate residue.
51. La dilazione di pagamento non riguarda necessariamente i prodotti offerti congiuntamente al servizio di comunicazione elettronica. Gli operatori potrebbero concedere agli utenti che sottoscrivono il contratto anche la possibilità di dilazionare gli importi relativi ai costi di attivazione del servizio, ai costi di attivazione dei prodotti, al costo dell'intervento tecnico, etc. Si tratta di servizi forniti congiuntamente al servizio di comunicazione elettronica i cui importi invece di essere addebitati nella fase iniziale del rapporto contrattuale vengono frazionati nel tempo. Nel caso di recesso anticipato rispetto a una data scadenza, gli operatori potrebbero addebitare agli utenti il pagamento in un'unica soluzione delle rate

---

<sup>14</sup> È questo il caso dei *modem e/o router wi-fi* per i quali all'utente è impedito di modificare le impostazioni in modo che possano essere utilizzati con la rete di un altro operatore.

<sup>15</sup> Regolamento (UE) 2015/2120 del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 novembre 2015 che stabilisce misure riguardanti l'accesso a un'Internet aperta e che modifica la direttiva 2002/22/CE relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica e il regolamento (UE) n. 531/2012 relativo al roaming sulle reti pubbliche di comunicazioni mobili all'interno dell'Unione.

residue relative a questi importi dilazionati ovvero imporre agli utenti di continuare a pagare le rate residue alle loro scadenze.

52. Una prassi di tale tipo potrebbe essere in contrasto sia con la disciplina contenuta nel Decreto sia con l'interpretazione che di essa ha fornito la giurisprudenza amministrativa con la sentenza del Consiglio di Stato n. 4773/2015. Con tale sentenza, infatti, il Consiglio di Stato ha chiaramente affermato che, alla luce di quanto previsto dal Decreto, *“deve ritenersi non consentito agli operatori di inserire fra i costi richiesti per la disattivazione anche costi che sono ad essa estranei o non pertinenti come quelli sostenuti per l'attivazione del servizio, anche se non addebitati all'utente nel corso del rapporto”*.
53. Il Consiglio di Stato ha affermato che non è possibile imputare agli utenti come costi di recesso anche costi che non siano direttamente correlati alla disattivazione o migrazione dell'utenza (come, per l'appunto, i costi di attivazione) e, ancora, che tale imputazione non può certo giustificarsi in considerazione del fatto che l'operatore, al fine di favorire la sottoscrizione delle offerte da esso commercializzate, abbia deciso di posticipare (dilazionandolo) il pagamento del costo di attivazione.
54. Se tale prassi fosse consentita, gli operatori potrebbero decidere di inserire nuove voci di costo che attengono ad altre fasi del rapporto contrattuale (quali i costi di attivazione degli apparati, i costi di configurazione e i costi degli interventi tecnici) e porle, poi, a carico dell'utente al momento dell'esercizio, da parte di questi, del diritto di recesso, con l'effetto di ostacolare, se non paralizzare, una scelta dell'utente in tal senso. Ciò frustrerebbe totalmente lo spirito della norma del Decreto che è, invece, quello di consentire all'utente, che intende recedere dal contratto prima della scadenza del termine fissato, di farlo senza essere gravato da costi diversi da quelli che sono sostenuti dall'operatore per le operazioni di cessazione o trasferimento della linea.
55. Ai fini delle presenti linee guida, si ritiene che l'operatore non debba addebitare all'utente che recede in anticipo rispetto a una data scadenza la somma delle rate residue relative al pagamento di servizi che attengono alla fase iniziale del rapporto (come ad esempio i servizi di attivazione e di tutti gli interventi tecnici e amministrativi che l'operatore deve porre in essere per garantire la fruizione del servizio); né possa imporre all'utente di continuare a pagare le singole rate una volta che l'utente abbia esercitato il diritto di recesso. Nel caso in cui è l'importo di un prodotto (modem, *router WiFi*, telefono, *smartphone*) a essere dilazionato, l'operatore non deve imporre il pagamento delle rate residue, ma dovrebbe limitarsi a concedere all'utente la facoltà di scegliere se continuare a pagare le singole rate ovvero pagare in un'unica soluzione il suo valore attuale. Nel caso nel caso di

vendita congiunta e rateizzata di un prodotto non neutrale, nessun costo può essere addebitato all'utente che recede dal contratto.

56. In conclusione, le spese di recesso (*cf.* Tabella 1) possono variare a seconda della loro natura e soprattutto a seconda del momento in cui il diritto di recesso è esercitato.
57. Se il diritto di recesso è esercitato alla scadenza del contratto nessuna spesa deve essere imputata all'utente, indipendentemente dalla sua natura. Questo principio, che trova la sua giustificazione sia nel nuovo testo dell'articolo 70 del Codice, sia nel nuovo testo dell'articolo 1, comma 3, del Decreto, deve valere anche se il contratto, giunto alla sua naturale scadenza, sia rinnovato tacitamente.

**Tabella 1 - Spese di recesso - limiti agli oneri per il consumatore**

Spese imputate agli utenti al momento del recesso	Prima della scadenza di una promozione	Alla scadenza della promozione	Dopo la scadenza della promozione e prima della scadenza del contratto	Alla scadenza del contratto
a) Disattivazione o trasferimento dell'utenza	Minimo tra costi realmente sostenuti dall'azienda e valore del contratto	Minimo tra costi realmente sostenuti dall'azienda e valore del contratto	Minimo tra costi realmente sostenuti dall'azienda e valore del contratto	Nessun importo dovuto
b) Importi promozionati	Equità e proporzionalità al valore del contratto e alla durata residua della promozione	Nessun importo dovuto	Nessun importo dovuto	Nessun importo dovuto
c) Importi dilazionati	<p>Se la dilazione di pagamento riguarda un servizio o un prodotto non neutrale gli utenti devono essere liberi di recedere dal contratto senza continuare a pagare le rate residue.</p> <p>Se la dilazione di pagamento riguarda invece un prodotto neutrale, gli operatori devono concedere all'utente la facoltà di scegliere se continuare a pagare le rate residue ovvero pagarle in un'unica soluzione.</p>			

58. Se il diritto di recesso è esercitato prima della scadenza del contratto e precisamente prima della scadenza di un'eventuale promozione, gli operatori possono addebitare all'utente, oltre alle spese sostenute per la disattivazione o trasferimento dell'utenza (sempre che il loro valore sia inferiore al valore del contratto), anche la restituzione degli importi promozionati. La restituzione degli importi promozionati non deve essere integrale. Gli operatori devono imputare agli utenti la restituzione di una

parte degli importi promozionati in modo che questa si riduca proporzionalmente fino ad azzerarsi del tutto alla scadenza della promozione offerta.

59. Quanto agli importi dilazionati, indipendentemente dal momento in cui il diritto di recesso è esercitato, se la dilazione di pagamento riguarda un servizio, gli operatori non devono imputare il pagamento delle rate residue agli utenti che recedono. Se la dilazione di pagamento riguarda invece un prodotto, gli operatori devono concedere all'utente che recede dal contratto la facoltà di scegliere se continuare a pagare le rate residue ovvero pagarle in un'unica soluzione. Nel caso specifico in cui il prodotto non è neutrale gli utenti devono essere liberi di recedere dal contratto senza continuare a pagare le rate residue.

## **6 Divieto di imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni**

60. L'utente deve poter recedere dal contratto o richiedere il trasferimento delle utenze di telecomunicazioni con un preavviso che – ove previsto ed indicato nel contratto – non può essere superiore a 30 giorni. È dunque legittimo richiedere contrattualmente un preavviso compreso in un arco temporale da 1 a 30 giorni.

## **7 Conclusioni**

61. L'Autorità si riserva di rivedere le presenti linee guida e di diramare ulteriori precisazioni in relazione alla propria attività da svolgersi sulle norme del Decreto, anche in base alle informazioni fornite o rese disponibili sul mercato e delle risultanze delle procedure istruttorie espletate.

## ALLEGATO 2 ALLO SCHEMA DI PROVVEDIMENTO

### METODOLOGIA DI VALUTAZIONE DELLE SPESE DI RECESSO

1. Il presente allegato contiene le definizioni e la metodologia che l'Autorità adotta per la verifica (anche in sede di contenzioso) della conformità delle spese imputate dagli operatori agli utenti in caso di recesso anticipato al Decreto 7 del 2007 (così come integrato dalla Legge 124 del 2017).

#### I. Spese di recesso

2. Le spese di recesso comprendono tutti i costi addebitati all'utente in caso di recesso anticipato dal contratto. Queste spese possono riguardare:

- a. i costi sostenuti dall'operatore per la disattivazione dei servizi o il trasferimento dell'utenza;
- b. la restituzione degli importi promozionati sui servizi, sui prodotti e sulla loro attivazione;
- c. il pagamento in un'unica soluzione delle rate residue relative ai servizi e ai prodotti offerti congiuntamente al servizio di comunicazione elettronica.

3. I valori massimi delle categorie *sub a)* e *sub b)* sono quelli indicati nella Tabella 1 dell'allegato A.

#### II. Valore del contratto

4. I contratti per adesione solitamente prevedono, a fronte della fornitura del servizio da parte dell'operatore, l'impegno da parte dell'utente al pagamento di una serie di corrispettivi che possono essere sia *una tantum*, sia periodici. Generalmente i corrispettivi *una tantum* sono pagati alla fine del primo periodo di fatturazione (ossia con la prima fattura), mentre i corrispettivi periodici sono pagati alla fine di ciascun periodo di fatturazione fino alla scadenza del contratto. Inoltre, i contratti per adesione possono prevedere una promozione che in genere assume la forma di uno sconto sul corrispettivo *una tantum* e/o sui corrispettivi periodici per una durata temporale limitata, che può anche coincidere con l'intera durata contrattuale.

5. Sia  $t = 0$  il momento in cui il contratto è sottoscritto;  $k$  il momento della scadenza di una promozione e  $T$  la scadenza del contratto, con  $k \leq T$ .

6. Ai fini di queste Linee Guida il valore del contratto è la somma di tutti i corrispettivi ancora dovuti fino alla sua scadenza. Il valore del contratto può essere calcolato:

- all’atto della sua sottoscrizione,  $t = 0$ ;
- in un periodo compreso tra la sua sottoscrizione e la scadenza di una promozione,  $0 < t < k < T$ ;
- dopo la scadenza della promozione e prima della scadenza del contratto,  $0 < k < t < T$ ;
- alla sua scadenza,  $t = T$ .

7. Siano inoltre:

8.  $a_s$  e  $a_p$ , rispettivamente, il corrispettivo *una tantum* scontato e il corrispettivo *una tantum* a prezzo pieno, dove  $a_s \leq a_p$ ;

9.  $c_s$  e  $c_p$  rispettivamente, il corrispettivo periodico scontato pagato per i primi  $k$  periodi ed il corrispettivo periodico a prezzo pieno pagato per i restanti  $T - k$  periodi, dove  $c_s \leq c_p$ .

10. Ipotizzando, senza perdita di generalità, che i corrispettivi periodici  $c_s$  e  $c_p$  non varino nel corso del tempo, il valore del contratto al tempo  $t$  è dato da:

$$C_0 = a_s + kc_s + (T - k)c_p \quad \text{per } t = 0 \quad (1)$$

$$C_t = (k - t)c_s + (T - k)c_p \quad \text{per } 0 < t < k < T \quad (2)$$

$$C_t = (T - t)c_p \quad \text{per } 0 < k < t < T \quad (3)$$

$$C_T = 0 \quad \text{per } t = T \quad (4)$$

11. Il valore del contratto è massimo alla sua sottoscrizione e si riduce fino ad azzerarsi del tutto alla sua scadenza.

### III. Dismissione o trasferimento dell’utenza

12. Le spese ( $X_t$ ) di dismissione o trasferimento dell’utenza al tempo  $t$  non possono eccedere il valore minimo tra i costi ( $\bar{s}$ ) realmente sostenuti dall’operatore per provvedere a tutte le operazioni tecnico-amministrative necessarie alla disattivazione o migrazione dell’utenza e il valore  $C_t$  del contratto al tempo  $t$  moltiplicato per un parametro  $\alpha$ , con  $0 < \alpha \leq 1$ , dove  $\alpha$  è un parametro scelto dall’Autorità, che in sede di prime applicazioni è posto pari a 1 e che l’Autorità si riserva di modificare.

$$X_t = \min\{\bar{s}; \alpha C_t\} \quad \text{per } t = 0, 1, 2, \dots, T \quad 13. \quad (5)$$

#### IV. Importi promozionati

14. Il valore degli importi promozionati di cui gli operatori possono chiedere la restituzione deve essere proporzionale alla durata residua della promozione. Dal momento che la durata residua della promozione al tempo  $t$  è data da  $k - t$ , la quota di restituzione degli importi promozionati è definita come  $(k - t)/k$ .

15. Quindi, l'importo massimo che può essere attribuito agli utenti per la restituzione degli importi promozionati è:

$$Y_0 = 0 \quad \text{per } t = 0 \quad 16. \quad (6)$$

$$Y_t = \frac{(k - t)}{k} [t(c_p - c_s) + (a_p - a_s)] \quad \text{per } t = 1, 2, \dots, k \quad 17. \quad (7)$$

$$Y_t = 0 \quad \text{per } t = k + 1, \dots, T \quad 18. \quad (8)$$

19. Se  $t = 0$ , la restituzione degli importi promozionati sarà nulla perché l'utente non ha usufruito ancora delle promozioni. Se  $t \geq k$ , la restituzione degli importi è ancora nulla perché la promozione è giunta alla sua scadenza (la durata residua della promozione è pari a zero).

#### V. Conclusioni

20. In conclusione, sommando le voci sopra definite, le spese di recesso  $R_t$  imputabili all'utente non possono eccedere:

$$R_0 = \min\{\bar{s}; \alpha C_0\} \quad \text{per } t = 0 \quad (9)$$

$$R_t = \min\{\bar{s}; \alpha C_t\} + \frac{(k - t)}{k} [t(c_p - c_s) + (a_p - a_s)] \quad \text{per } 0 < t < k < T \quad (10)$$

$$R_t = \min\{\bar{s}; \alpha C_t\} \quad \text{per } 0 < k < t < T \quad (11)$$

$$R_T = 0 \quad \text{per } t = T \quad (12)$$