

**ALLEGATO A alla delibera n. 307/23/CONS**

**ESITI DELLA CONSULTAZIONE PUBBLICA DI CUI ALLA DELIBERA N. 89/23/CONS**

## IL PROCEDIMENTO

Alla consultazione hanno partecipato, con propri contributi, anche multipli, e sono stati sentiti in singole audizioni, tenute nel mese di giugno 2023, i seguenti soggetti afferenti al settore delle comunicazioni elettroniche: Associazione italiana internet provider, AT&T Global Network Services S.r.L. e Verizon Italia S.p.A., BT Italia S.p.A., Fastweb S.p.A, Iliad Italia S.p.A., Convergenze S.p.A. SB, Intred S.p.A., I.S.I.Line S.r.L., Planetel S.p.A., TWT S.p.A., Unidata S.p.A, Vodafone Italia S.p.A., Optima Italia S.p.A., Sky Italia S.r.L., Tim S.p.A., Vianova S.p.A., Wind Tre S.p.A., Eolo S.p.A., Poste Pay S.p.A., Retelit S.p.A. e Irideos S.p.A., Tiscali Italia S.p.A.

Con una riunione separata del 6 giugno 2023 sono state sentite le seguenti Associazioni dei consumatori: ACU; ADICONSUM; ADOC; ADUSBEF; ALTROCONSUMO; CASA DEL CONSUMATORE; CODACONS; CONFCONSUMATORI APS; FEDERCONSUMATORI; MOVIMENTO CONSUMATORI APS; UDICON; UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI.

In aggiunta a quanto sopra, hanno, altresì, inviato propri contributi, come soggetti comunque interessati, Dazn Limited, Enel S.p.A., Lega Consumatori Regione Lazio, Ordine Avvocati Roma e un consumatore.

### I. OSSERVAZIONI DI CARATTERE GENERALE

#### Ambito oggettivo del Regolamento

O.1 [OMISSIS - NEL SEGUITO SOSTITUISCE IL NOME DI UN OPERATORE/I O DI UNA ASSOCIAZIONE DI OPERATORI O DI UNA SOCIETA' DI CUI AL PRECEDENTE ELENCO], in via generale ritiene che il campo di applicazione (definizione) della proposta di regolamentazione dovrebbe essere chiarito al fine di specificare che si applica a tutti i “*servizi di comunicazione elettronica*” e non soltanto ai servizi di fonia aperti al pubblico (PATS). La confusione nascerebbe dal fatto che il titolo fa riferimento alla tutela degli utenti finali nei contratti di fornitura di servizi di comunicazione elettronica. Ciò sembra essere in parziale contrasto con la definizione di operatore che fa riferimento alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico.

V.1 **AGCOM.** A tale proposito, si richiama la definizione di cui al punto f) dell’articolo 1 dello schema di regolamento sottoposto a consultazione con delibera n. 89/23/CONS (nel seguito anche Regolamento) laddove si definisce “ *“operatore”, ai fini del presente regolamento l’impresa che fornisce servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina”*”.

Inoltre, il comma 1 dell’articolo 2 (**Ambito di applicazione**) del Codice delle comunicazioni elettroniche di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 (testo post-riforma, nel seguito, il Codice) chiarisce che “*Il presente regolamento si applica ai contratti **tra operatori e utenti finali**, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli a consumatori e a microimprese, piccole e medie imprese e organizzazioni senza scopo di lucro*”.

Risulta evidente, dal combinato disposto dei due articoli, che il Regolamento si applica ai contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico. Tuttavia, considerato che nei singoli articoli del Regolamento è specificato l’ambito oggettivo di applicazione

rispetto a quali servizi di comunicazione elettronica lo stesso esplica i suoi effetti, indicando le specifiche esclusioni, l’Autorità ritiene opportuno adottare una definizione più generale come segue:

*“ operatore”, ai fini del presente regolamento l’impresa che **fornisce, agli utenti finali, servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina.***

### **Adozione di una regolamentazione che non introduca ulteriori oneri economici per gli operatori**

O.2 **OMISSIS** ritiene che gli obblighi da introdurre nell’ambito dei contratti con gli utenti andrebbero individuati e selezionati tenendo in debita considerazione la difficile situazione in cui si trova attualmente il mercato delle telecomunicazioni, caratterizzato dall’aumento dei costi dell’energia e dalla contestuale crescita dell’inflazione, senza dimenticare anche la difficoltà di approvvigionamento dei materiali. Pertanto, andrebbero evitate nuove previsioni regolamentari che possano compromettere in modo significativo l’operato dei fornitori di telecomunicazioni in quanto richiederebbero loro un eccessivo *effort* sia in termini economici, che di gestione delle risorse interne; al contrario, è importante che gli operatori abbiano la possibilità di utilizzare le risorse economiche a loro disposizione per sostenere investimenti diretti ad offrire servizi innovativi e di qualità in favore degli utenti. In tale contesto, si ritiene pertanto indispensabile garantire un mercato concorrenziale in cui tutti gli operatori, inclusi quelli di medie e piccole dimensioni, siano in grado di fornire servizi senza un eccessivo ed ingiustificato aggravio di spese e, dunque, senza trovarsi costretti a sopportare ulteriori costi per lo sviluppo di sistemi, processi ed implementazioni derivanti da nuovi obblighi imposti dalla regolamentazione. A tal proposito, appare infine opportuno ricordare che sussistono già nuove previsioni regolamentari che richiedono importanti sviluppi di forte impatto economico per gli operatori.

V.2 **AGCOM.** L’Autorità, al riguardo, rileva che la modifica regolamentare, dettata dall’entrata in vigore del nuovo Codice, è funzionale a chiarire la disciplina contrattuale, creando un quadro di regole chiare sia per gli utenti finali che per gli operatori. Si ritiene che la chiarezza del quadro regolamentare, oltre a garantire l’efficacia e l’efficienza nella fornitura dei servizi, aumenti la certezza del diritto, con conseguente miglioramento dell’assetto competitivo e della propensione agli investimenti. L’articolo 8-ter, d’altra parte, è stato introdotto anche per tener conto della particolare congiuntura economica.

### **Semplificazione e coerenza regolamentare**

O.3 **OMISSIS** osserva che la consultazione dovrebbe rappresentare l’occasione per ridefinire, recependo nell’ordinamento nazionale le previsioni del nuovo Codice, l’attuale disciplina regolamentare che riguarda i contratti utilizzati per la fornitura dei servizi di comunicazione elettronica agli utenti finali, in un’ottica di revisione ed aggiornamento della normativa e di chiarimento regolamentare rispetto alle difficoltà applicative del Codice, tramite l’abrogazione di previsioni non più attuali e la conseguente razionalizzazione e semplificazione degli oneri in capo agli operatori. Lo schema di provvedimento posto in consultazione dovrebbe, pertanto, recepire le novità del Codice anche alla luce delle osservazioni formulate dagli operatori nell’ambito delle riunioni del Tavolo di confronto sul recepimento del Codice convocato dalla stessa Autorità proprio

al fine di avviare un confronto sulle modalità attraverso cui dare corretta ed uniforme interpretazione ed attuazione alla disciplina in materia di tutela degli utenti contenuta nel nuovo Codice. Al contrario, da un'analisi del testo molte delle previsioni introdotte risultano frutto di un'interpretazione assai restrittiva se non addirittura difforme delle disposizioni del Codice (tra tutte, il recepimento dell'articolo 98 - septies decies, comma 10, in tema di recesso e costi di dismissione del servizio), che va ben oltre l'obiettivo, certamente condiviso, di rafforzare le tutele degli utenti finali. Alcune delle previsioni trascendono quanto previsto nel testo originale della direttiva europea, né risultano introdotte in sede di trasposizione nello schema di decreto legislativo, ed appaiono pertanto in contrasto con l'obiettivo del legislatore comunitario di garantire l'armonizzazione massima della disciplina in materia di tutela degli utenti. A ciò deve aggiungersi che, lungi dall'obiettivo di semplificare e razionalizzare gli oneri in capo agli operatori, le disposizioni proposte rischiano di introdurre e a volte duplicare obblighi già previsti dall'attuale disciplina regolamentare, prevedendone in alcuni casi anche l'applicazione retroattiva, con il rischio di gravare gli operatori, con impatti rilevanti in termini di costi e sviluppi, senza nulla aggiungere in termini di trasparenza e tutela per gli utenti finali. Ci si riferisce, ad esempio, agli ulteriori oneri informativi proposti dall'Autorità che rischiano di creare confusione nell'utente finale, replicando comunicazioni già oggi implementate in attuazione di normative già da tempo in vigore, o introducendo l'obbligo di fornire informazioni di natura prettamente tecnica e poco comprensibile per un utente medio, come quelle previste dall'articolo 8-bis in tema di migrazioni e portabilità.

O.4 **OMISSIS** ritiene utile manifestare il proprio consenso rispetto all'obiettivo generale che con la proposta in consultazione si vuole raggiungere ovvero la razionalizzazione delle norme regolamentari e la stesura di un piano di adeguamento delle stesse rispetto al contesto evolutivo di mercato. Tra le principali novità introdotte con l'avvio della consultazione di cui alla delibera n.89/23/CONS, si condivide, in particolare, l'approccio dell'Autorità rispetto all'obiettivo di procedere ad un riassetto della disciplina regolamentare sui contratti per la fornitura dei servizi di comunicazione elettronica agli utenti finali al fine di tener conto delle novità introdotte dal nuovo Codice. Dunque, nell'ottica di assicurare una protezione sempre più completa ed efficiente dei consumatori ricopre particolare importanza l'opera dell'Autorità deputata, da una parte, alla corretta interpretazione ed attuazione della disciplina in materia di tutela degli utenti contenuta nel Codice e, dall'altra, a dare armonizzazione delle disposizioni in materia di tutela del consumatore (da ultimo con le delibere n. 405/22/CONS sulla qualità della rete fissa, n. 436/22/CONS sulla qualità del call center, n. 23/23/CONS sulla qualità rete mobile e n. 36/23/CONS sulle agevolazioni per consumatori invalidi).

Tuttavia, prima di entrare nel merito delle specifiche disposizioni previste nella proposta di Regolamento in consultazione, la società ritiene opportuno svolgere alcune considerazioni preliminari, al fine di meglio calibrare soprattutto alcune nuove prescrizioni ipotizzate nella proposta di Regolamento ed i relativi meccanismi implementativi, in merito a:

- la necessità di garantire programmazione, reale utilità a fronte dei costi di implementazione e coerenza (in particolare in relazione all'evoluzione digitale dei servizi) dell'azione regolamentare. Alcune delle proposte oggetto del documento di consultazione sembrerebbero prescindere da un'analisi di impatto regolamentare, poiché non sembrano individuare un problema (eventualmente corredato da evidenze), a fronte del quale si propongono opzioni

regolatorie con i relativi costi associati; il rispondente si augura che tale analisi costi-benefici venga avviata quanto meno nel corso dell'istruttoria e che ogni modifica o variazione che dovesse essere apportata tenga in debito conto esigenze e costi per il mercato, che non è in grado, nella presente fase congiunturale, di sostenere sviluppi che non siano strettamente necessari

- la necessità di tenere in debita considerazione che le informazioni che gli operatori mettono a disposizione dei clienti non devono essere sovrabbondanti e sproporzionate. Ciò a maggiore ragione se alla base dell'aggiornamento regolamentare in esame vi è non solo l'esigenza di procedere ad una serie di modifiche fondate principalmente sugli articoli del Codice, ma anche di semplificazione della stratificazione regolamentare degli ultimi 20 anni;
- la necessità di garantire una visione complessiva della regolamentazione ed evitare interventi sporadici, non coordinati e slegati da una programmazione su chiari filoni di lavoro. In questo senso, si ritiene che – considerato il momento storico – vi sia urgenza di procedere nella direzione della semplificazione regolamentare e della digitalizzazione dei servizi. A tale riguardo, considerato che la regolamentazione di settore si è ormai stratificata negli anni, sarebbe auspicabile una razionalizzazione e semplificazione dell'intera materia che tenga conto dell'innovazione tecnologica e della digitalizzazione che gli operatori in primis devono incentivare, che potrebbe culminare con l'adozione ad es. di **Testi Unici** volti a disciplinare l'intera materia

O.5 **OMISSIS** rileva, in generale, come il testo in consultazione riprende e ribadisce alcuni obblighi previsti già dalla normativa europea (ad esempio, Regolamento di esecuzione (UE) 2019/2243) oppure introdotti da altre disposizioni regolamentari in vigore (ad esempio, delibera n. 23/23/CONS) o in corso di revisione (ad esempio, delibera n. 405/22/CONS). Ritiene che uno dei criteri di revisione della regolazione di settore, tanto più nella delicata e rilevante materia della tutela degli utenti, sia la massima chiarezza e semplificazione delle norme, che è il presupposto indispensabile per garantire la trasparenza delle condizioni contrattuali e della comunicazione verso l'utenza. In tal senso, occorre evitare processi di sovrapposizione normativa e di fonti di volta in volta applicabili al caso specifico. Chiede pertanto che, in via di approccio metodologico, laddove possibile siano evitate duplicazioni e sovrapposizioni tra norme esistenti e norme in via di adozione contenute nello schema di regolamento.

O.6 **OMISSIS** evidenzia che il Codice contiene talune disposizioni che non richiedono interventi regolamentari da parte dell'Autorità. Con riferimento a tali disposizioni, si ritiene che la delibera ed il Regolamento in oggetto dovrebbero limitarsi a fornire, ove necessario, chiarimenti applicativi oppure intervenire ove espressamente richiesto dal Codice. In questo contesto, invita l'Autorità a considerare se sia necessario riprodurre nel Regolamento testualmente parti del Codice (ad es. all'art. 4 tutto l'elenco delle informazioni precontrattuali). Questo potrebbe, infatti, creare problemi di coordinamento tra il Codice e il Regolamento in caso di modifiche e correttivi alla normativa primaria.

V.3 **AGCOM**. In disparte dalla genericità delle affermazioni del primo rispondente, l'Autorità ribadisce che l'impianto regolamentare proposto attua, senza interpretazioni di sorta e asserite duplicazioni, quanto previsto dal Codice in materia di contratti e diritto di recesso, calandolo nel

contesto di mercato nazionale e, tra l'altro, introducendo una sostanziale semplificazione nella declinazione degli obblighi informativi in esso contenuti che va a beneficio di tutto il mercato.

L'Autorità non ritiene, in particolare, condivisibile l'affermazione del rispondente, non supportata da alcuna concreta analisi giuridica, secondo cui le previsioni introdotte risulterebbero frutto di un'interpretazione restrittiva se non addirittura difforme delle disposizioni del Codice (tra tutte, il recepimento dell'articolo 98 – septies-decies, comma 10, in tema di recesso e costi di dismissione del servizio). L'Autorità si è, infatti, attenuta al testo del Codice, calandolo nel contesto nazionale ove necessario, avendo, tra l'altro, acquisito preventivamente le posizioni degli operatori e delle associazioni dei consumatori nell'ambito dei rispettivi tavoli tecnici sul recepimento del Codice.

Non risulta, altresì, assolutamente condivisibile l'affermazione del rispondente secondo cui la proposta in consultazione non avrebbe centrato l'obiettivo di semplificare e razionalizzare gli oneri in capo agli operatori, introducendo obblighi già previsti dall'attuale disciplina regolamentare, prevedendone in alcuni casi anche l'applicazione retroattiva, con impatti rilevanti in termini di costi e sviluppi, senza nulla aggiungere in termini di trasparenza e tutela per gli utenti finali. Il rispondente si riferisce, ad esempio, agli oneri informativi dell'articolo 8-bis in tema di migrazioni e portabilità.

A tale proposito, rilevando anche in tal caso la genericità e assenza di supporto motivazionale delle affermazioni del rispondente, si fa rilevare, anche in replica alle osservazioni degli altri rispondenti, che il Regolamento in oggetto introduce una disciplina mediante la quale sono declinati i diritti degli utenti finali, in attuazione del Codice, pertanto si tratta di obblighi già esistenti e vigenti, ma con maggior chiarezza e rimuovendo le duplicazioni presenti nel testo normativo (ad esempio nell'Allegato 8 sulle informazioni contrattuali laddove si passa da una lista di circa 20 elementi a una lista, nell'articolo 4 del Regolamento, di circa 10 elementi).

Si fa riferimento, nello specifico del Regolamento, al diritto a stipulare un contratto (art. 3). Tale previsione non è contenuta in alcuna delle delibere già adottate, quale la n. 23/23/CONS e 156/23/CONS, le quali partono dal presupposto dell'applicazione di tale diritto, ad ogni buon fine già disciplinato dalla delibera n. 519/15/CONS e che, in questa sede, si va semplicemente a ribadire. Non vi è pertanto alcuna duplicazione, atteso che tale ultima delibera viene sostituita dalla presente. Alle informazioni contrattuali (art. 4). In tal caso il set di informazioni, derivante da una lista di carattere generale che riguarda tutti i contratti, naturalmente include le informazioni sulla qualità dei servizi che sono declinate, in modo particolare, nelle delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS. È ovvio che tali informazioni devono essere fornite una sola volta nel contratto, in attuazione del diritto di cui all'articolo 3 e tenendo conto dei dettagli implementativi di cui alle suddette delibere. Non si ravvede pertanto alcuna duplicazione. Ci si riferisce inoltre alla durata del contratto (art. 5), alla modifica contrattuale e al diritto di recesso (art. 6 e 7), ai ritardi o mancati pagamenti dei servizi (art. 7), alla cessazione del rapporto contrattuale (art. 8), alla disciplina generale della portabilità del numero (art. 8-bis), ai pacchetti di servizi (art. 8-ter), all'indicizzazione dei contratti (art. 8-quater).

Gli articoli dal 5 a seguire, evidentemente, trattano tematiche, fatta eccezione per l'indicizzazione, già disciplinate dalla delibera n. 519/15CONS e che richiedono un aggiornamento alla luce del nuovo Codice. D'altra parte, le disposizioni che possono comportare degli apprezzabili interventi iniziali sui sistemi degli operatori riguardano sostanzialmente gli oneri informativi di cui agli articoli 4, sui contratti, e di cui all'art. 8-bis, sulla portabilità del numero, di cui all'articolo 8-quater sui contratti indicizzati.

Le informazioni contrattuali riportate nell'articolo 4 derivano, previa semplificazione come sopra chiarito, da quanto disposto dal relativo articolo del Codice (articolo 98 septies decies). Sono, pertanto, già vigenti, seppur l'Autorità ha ritenuto opportuno, visto la complessità dell'Allegato 8, procedere a una razionalizzazione delle informazioni. In concreto l'elenco delle informazioni da fornire è riportato al comma 3 dell'articolo 4 e riguardano elementi che, per lo più, sono già oggi presenti nelle carte dei servizi e nei contratti, in base alle relative delibere, come ad esempio quelle riguardanti:

- i livelli di qualità dei servizi (obbligo già vigente), come disciplinati nelle su citate delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS,
- la libera scelta del terminale (obbligo già vigente ai sensi del regolamento sulla net neutrality, attuato con la delibera n. 348/18/CONS),
- i canoni e i contributi previsti da ciascuna offerta, già disciplinato nell'obbligo di trasparenza di cui alla delibera n. 256/16/CONS,
- la trasparenza delle fatture, obbligo, a livello di principio, già vigente nella regolamentazione di cui alla delibera n. 418/07/CONS e incluse tra le informazioni da fornire agli utenti ai sensi della delibera n.252/16/CONS,
- particolari condizioni tariffarie per numeri a pagamento, obbligo già vigente ai sensi del PNN di cui alla delibera n.8/15/CIR;
- i prezzi dei singoli elementi di un pacchetto di servizi, se offerti anche separatamente, obbligo già vigente ai sensi della delibera 252/16/CONS;
- i costi dei servizi di assistenza tecnica, questione su cui l'Autorità ha ricevuto numerose segnalazioni tramite modelli D e per le quali si è riscontrata una assenza di chiarezza nei confronti degli utenti tale da richiedere un chiarimento regolamentare;
- la durata del contratto, obbligo già vigente ai sensi della delibera n. 519/15/CONS;
- gli indennizzi in caso di ritardo nelle procedure di passaggio o attivazione di un nuovo servizio, obbligo già vigente ai sensi della delibera 347/18/CONS;
- il rimborso del credito residuo, obbligo già vigente ai sensi della delibera n. 487/18/CONS;
- gli oneri di risoluzione anticipata del contratto, obbligo già previsto dalla delibera n. 487/18/CONS;
- gli indennizzi, ove applicabile, in caso di mancato rispetto di un livello minimo di qualità, obbligo già introdotto dalla delibera n. 156/23/CONS e che ovviamente non va duplicato;
- le condizioni in caso di cessazione di pacchetti di servizi, elemento fondamentale per la trasparenza tariffaria, già previsto, seppur in modo meno chiaro, dalla delibera n. 252/16/CONS;
- le informazioni per i servizi offerti a utenti con disabilità, obbligo evidentemente già vigente nell'impianto normativo europeo e nazionale e nella delibera n. 290/21/CONS;
- le informazioni per la risoluzione delle controversie, obbligo già vigente ai sensi della delibera n. 179/03/CSP;

- le informazioni previste dal Regolamento sulla net neutrality, obbligo già vigente trattandosi di un regolamento e, comunque, declinato nelle delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS.

A quanto sopra si aggiunge la fornitura all'utente della **sintesi contrattuale** che, ad ogni buon fine, è un obbligo inderogabile in quanto espressamente previsto dal Codice. A conferma della vigenza di tale obbligo l'Autorità ha avuto modo di rilevare che gli operatori già prevedono nelle proprie offerte la messa a disposizione della sintesi contrattuale, seppur in modalità non sempre conforme. Ne deriva la necessità di un intervento regolamentare che fornisca dei chiari indirizzi, di dettaglio, al mercato su una questione di massima rilevanza per l'utente.

Il comma 8 dell'articolo 4 del Regolamento fa riferimento a informazioni già previste dalla delibera n. 252/16/CONS e alla possibilità di monitorare i consumi nel caso di offerte con traffico a volume o a tempo.

Da quanto sopra si rileva che gli oneri informativi, seppur razionalizzati in un unico articolo del Regolamento (il numero 4), rinviano ad obblighi nella maggioranza dei casi già disciplinati da delibere antecedenti al nuovo Codice (e che verranno sostituite dal presente Regolamento ove applicabile) o da delibere successive allo stesso (quali quelle sulla qualità dei servizi). Non si ravvisa, pertanto, alcun aggravio realizzativo per gli operatori ma, al contrario, una razionalizzazione, in un unico testo, degli obblighi di informazione contrattuale già presenti in diverse delibere che via via verranno abrogate, oltre che una semplificazione di quanto riportato in Allegato 8 al Codice.

Non è, pertanto, chiaro a quale aggravio e necessità di analisi di impatto faccia riferimento il rispondente atteso che trattasi di obblighi già previsti nel precedente quadro regolamentare e confermati, se del caso con maggiori dettagli, nel nuovo Codice e, pertanto, inderogabili.

Ulteriori elementi informativi sono previsti nell'articolo 8-bis e, anche in questo caso, derivano dalle previsioni del nuovo Codice che amplia la disciplina relativa alla trasparenza contrattuale nel caso delle procedure di passaggio degli utenti tra operatori. Le informazioni che nel citato articolo si chiede di fornire all'utente riguardano:

- la procedura di passaggio che sarà effettuata. Tale informazione appare essenziale alla luce del fatto che molte controversie che l'Autorità è chiamata a definire originano da una mancata comprensione o conoscenza, da parte dell'utente, della procedura che sarà attuata. A tale riguardo uno degli aspetti che genera un ampio contenzioso deriva dall'attivazione di un numero provvisorio di cui l'utente nella maggior parte dei casi non è a conoscenza. La misura, pertanto, contrariamente a quanto sostenuto, deriva dalla necessità di ridurre il tasso di contenzioso delle procedure di passaggio con evidente beneficio anche per gli stessi operatori. Trattasi pertanto di una misura tesa a risolvere un problema concreto, contrariamente a quanto paventato da un rispondente.
- Ulteriore elemento informativo richiesto riguarda la procedura che l'operatore recipient pone in essere a seguito di un KO dall'operatore *donating*. Su tale aspetto, che determina spesso un contenzioso tra utente e operatore, non esiste ad oggi una disciplina compiuta con la conseguenza che gli utenti restano in attesa, senza alcuna certezza, del completamento della procedura di portabilità. Dall'altro lato gli operatori prevedono processi differenti, con la conseguente mancanza di chiarezza informativa sulla complessiva durata

della procedura di passaggio, con conseguente disapplicazione di quanto previsto dalla stessa legge Bersani (massimo preavviso di cessazione o passaggio di 30 giorni) e dalle conseguenti delibere dell'Autorità. Trattasi, quindi, di un elemento aggiuntivo di trasparenza che l'Autorità ritiene indispensabile prevedere per una ulteriore deflazione del contenzioso e per una maggiore garanzia del rispetto dei diritti degli utenti finali.

- Il comma 2 del citato articolo introduce inoltre un ulteriore essenziale elemento informativo oggi non previsto e che determina una totale assenza della certezza, da parte degli utenti finali, quello di veder rispettato il proprio diritto al passaggio ad altro operatore nei tempi previsti dal decreto Bersani (30 giorni). In particolare, gli operatori dovranno essere trasparenti rispetto ai tempi di avvio della procedura di passaggio dopo aver ottenuto l'adesione al contratto da parte dell'utente. Trattasi, infatti, di una variabile temporale non disciplinata e gestita in modo eterogeneo dal mercato, come evidente dalla maggior parte di liti che giungono in definizione all'Autorità.

- Da ultimo il comma 3 prevede che l'operatore riporti gli indennizzi in caso di ritardi ingiustificati nella realizzazione della procedura di passaggio, obbligo tra l'altro già previsto dalla delibera n. 347/18/CONS.

In conclusione, l'Autorità ritiene che gli obblighi informativi previsti non costituiscano un aggravio rispetto a quanto già previsto dal precedente Codice e dalla regolamentazione vigente. Tali obblighi sono, infatti, attuativi del nuovo Codice seppur ripresi nel provvedimento in modo razionale e semplificato oltre che chiarito in alcune parti suscettibili di diverse interpretazioni. Tutti gli obblighi informativi oggi non previsti, in pochi casi, sono giustificati in quanto funzionali a risolvere diffuse problematiche che sfociano in contenziosi tra utenti finali e operatori nell'ambito delle procedure di passaggio.

L'Autorità, in relazione alla necessaria coerenza regolamentare, richiesta da un rispondente, intende ulteriormente argomentare che è certamente noto agli operatori, avendo gli stessi contribuito al tavolo tecnico sull'attuazione del Codice, che tutti i provvedimenti adottati o in corso di adozione, attuano le previsioni del Codice relative ai temi della trasparenza informativa, della tutela contrattuale e della qualità dei servizi in modo coerente e consequenziale. Tale approccio è stato adottato con le delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS le quali sono coerenti in relazione all'ambito oggettivo e soggettivo di applicazione e disciplina regolamentare. D'altra parte, indiscutibilmente, come nelle stesse chiarito, con l'adozione di tali provvedimenti l'Autorità ha abrogato una ampia serie di delibere stratificatesi negli anni, sin dal 2004, e ha razionalizzato gli obblighi regolamentari e, per l'effetto, gli oneri in capo agli operatori. Analogo approccio è seguito in questo procedimento laddove l'ambito soggettivo e oggettivo di applicazione dovrà, e non potrà essere altrimenti derivando dallo stesso Codice, essere coerente con le suddette delibere.

In conclusione, come prima ampiamente chiarito, l'intervento dell'Autorità è mirato a una generale semplificazione e razionalizzazione del quadro regolamentare, fermo restando il rispetto degli obblighi previsti da regolamenti europei e dal Codice. Di ciò, vi è un chiaro esempio nelle delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS laddove l'Autorità ha attuato una indiscutibile semplificazione della precedente stratificazione regolamentare. L'Autorità sta proseguendo in questo percorso con l'obiettivo di giungere alla adozione di uno o pochi testi unici della tutela dell'utente.

## Regolamentazione degli OTT

O.7 **OMISSIS** commentano un quesito relativo ai servizi di comunicazione “number independent” - “Applicazione del Regolamento ai soggetti che forniscono offerte per i servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero (c.d. OTT)”. Le società ritengono che i fornitori di servizi di comunicazione interpersonale “*number independent*” debbano avere i medesimi obblighi dei fornitori di servizi di comunicazione elettronica tradizionali nella misura in cui gli stessi possano qualificarsi come servizi sostitutivi di quelli tradizionali. È il caso, ad esempio, delle prestazioni qualificabili come «servizio di conversazione globale» (come definito dall’art. 2, punto 35 del Codice). Per l’effetto, ritengono che gli OTT che offrono servizi di comunicazioni elettroniche interpersonale di contenuto assimilabile a quello “tradizionale” debbano essere soggetti ad un regime autorizzatorio aventi caratteristiche analoghe a quello incombente sui fornitori di servizi PATS. Questa stessa posizione verrà espressa dalle scriventi **OMISSIS** nella consultazione proposta dal MIMIT avente per oggetto la rettifica del Codice in scadenza il 15 giugno p.v., la quale contiene un quesito di tenore analogo.

O.8 In merito agli OTT, **OMISSIS** condivide la decisione di estendere gli obblighi inerenti all’informativa contrattuale, alla trasparenza e alla pubblicazione dei requisiti di qualità anche ai content provider (OTT). Gli OTT sempre più si propongono come veri e propri fornitori di servizi alternativi a quelli offerti dagli operatori infrastrutturati. L’estensione degli obblighi sopra menzionati agli OTT è quindi indispensabile, sia al fine di assicurare un maggiore equilibrio competitivo ed un equo *level playing field* tra i soggetti interessati sia sotto il profilo della tutela del consumatore, al fine di assicurare lo stesso grado di tutela ai clienti, a prescindere da quale sia l’organizzazione e la maggiore o minore struttura del fornitore dei servizi di comunicazione.

O.9 **OMISSIS** - in merito agli OTT- commenta quanto segue. Ad avviso dell’operatore, l’Autorità correttamente considera incluse nel campo di applicazione del Codice gli OTT che forniscono servizi *number independent* (messaggistica, le chat, anche video, di gruppo), indipendentemente dalla interconnessione con la rete telefonica e dati pubblica. Il rispondente osserva che l’Autorità ritiene pacificamente applicabili agli OTT che forniscono servizi di comunicazione interpersonale, e che non sono microimprese, le misure di tutela relative all’informazione contrattuale, alla trasparenza e alla pubblicazione dei livelli di qualità; tuttavia, AGCOM ravvisa una semplificazione degli obblighi regolamentari visto che:

- si tratta di servizi di norma non a pagamento;
- non è possibile fornire garanzie di qualità non sussistendo, necessariamente, accordi di interconnessione con gli ISP.

Il rispondente ritiene, invece, necessario assoggettare anche gli OTT alla medesima regolamentazione valida per gli operatori di comunicazione elettronica; infatti, i servizi erogati tramite APP da alcuni OTT, nominalmente *number independent*, utilizzano indirettamente risorse di numerazione, come forma di identificativo dell’utente, assegnate a tali operatori e le reti di questi ultimi senza un accordo diretto con gli stessi e senza alcuna forma di remunerazione. La società ritiene che tale modalità, ovvero la fornitura di un servizio di comunicazione interpersonale che utilizza indirettamente risorse di numerazione, debba essere non solo declinato all’interno del Codice ma in generale soggetto ai medesimi obblighi cui sono soggetti i servizi degli operatori di comunicazione elettronica. Resta il

fatto che a parere di **OMISSIS** la possibilità di utilizzare numerazioni o ALIAS del Piano di Numerazione Nazionale debba restare in capo ai soli soggetti autorizzati ai sensi del Codice ossia agli operatori di comunicazione elettronica. In sintesi, tutti gli obblighi di qualsiasi tipo che saranno e/o sono in capo agli operatori di comunicazione elettronica dovrebbero essere imposti agli OTT i quali dovrebbero anche essere soggetti alla richiesta di una autorizzazione generale al MIMIT per poter operare nel nostro Paese.

Per l'effetto, tali OTT dovrebbero, altresì, riconoscere agli operatori una qualche forma di remunerazione per il servizio reso, altrimenti determinandosi un fenomeno di ingiustificato arricchimento vietato dall'ordinamento.

O.10 **OMISSIS** ritiene che i fornitori di servizi di comunicazione interpersonale "number independent" debbano avere i medesimi obblighi dei fornitori di servizi di comunicazione elettronica tradizionali nella misura in cui gli stessi possano qualificarsi come servizi sostitutivi di quelli tradizionali. È il caso, ad esempio, delle prestazioni qualificabili come «servizio di conversazione globale» (come definito dall'art.2, punto 35 del CECE-Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche). Per l'effetto ritiene che gli OTT che offrono servizi di comunicazioni elettroniche interpersonale di contenuto assimilabile a quello "tradizionale" debbano essere soggetti ad un regime autorizzatorio aventi caratteristiche analoghe a quello incombente sui fornitori di servizi di fonia aperti al pubblico (cd servizi PATS).

V.4 **AGCOM.** L'Autorità, al riguardo, rileva che la valutazione della sostituibilità dei servizi offerti dagli OTT che forniscono servizi *number independent* va svolta, sia in ambito comunitario che nazionale, nelle relative analisi di mercato. In questo provvedimento gli obblighi regolamentari devono attuare quanto stabilito dal Codice europeo e dalla relativa trasposizione nazionale che, allo stato, non appaiono - salvo dove diversamente specificato - applicare a tali servizi obblighi sovrapponibili a quelli dei servizi offerti tramite assegnazione della numerazione del PNN. Non si reputa, pertanto, di poter, in linea di principio, accogliere, pena in difetto la illegittimità del Regolamento, quanto proposto.

Si aggiunga che il requisito di prevedere la necessità di una autorizzazione generale per la fornitura di servizi cosiddetti *number independent* non può essere stabilito dal presente Regolamento. A tale proposito, si richiama che il paragrafo (44) della Direttiva chiarisce che *“Contrariamente alle altre categorie di reti e servizi di comunicazione elettronica quali definite nella presente direttiva, i servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero non beneficiano dell'uso delle risorse di numerazione pubbliche e non fanno parte di un ecosistema interoperabile il cui funzionamento è garantito pubblicamente. Pertanto, non è opportuno assoggettare tali tipi di servizi al regime di autorizzazione generale.”*

Parimenti il tema della remunerazione da parte degli OTT agli operatori esula dall'ambito di competenza di questo Regolamento.

Sull'applicabilità degli obblighi regolamentari si rinvia a quanto chiarito nel paragrafo della presente delibera n. 307/23/CONS "Applicazione del Regolamento ai soggetti che forniscono offerte per i

servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero (c.d. OTT)” che conferma analogo paragrafo (16 a seguire) della delibera n. 89/23/CONS.

### **Applicabilità del Regolamento a servizi media a pagamento**

O.11 **OMISSIS** precisa che, a suo avviso, il Codice non trovi applicazione ai servizi televisivi a pagamento. Ciò non esclude che **OMISSIS** stia valutando di implementare taluni obblighi previsti dal Codice anche alla parte di servizio TV su base meramente volontaria.

V.5 **AGCOM**. L'Autorità a tale riguardo rileva, come anche chiarito da pregressa giurisprudenza, che il Codice delle Comunicazioni Elettroniche non esclude i “*servizi radiotelevisivi a pagamento*” dalla nozione di “*servizi di comunicazione elettronica*”, visto che all’art. 2, comma 1, lett. fff), li definisce come “*i servizi, forniti di norma a pagamento su reti di comunicazioni elettroniche, che comprendono, con l'eccezione dei servizi che forniscono contenuti trasmessi utilizzando reti e servizi di comunicazione elettronica o che esercitano un controllo editoriale su tali contenuti, i tipi di servizi seguenti....3) servizi consistenti esclusivamente o prevalentemente nella trasmissione di segnali come i servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina e per la diffusione circolare radiotelevisiva*”. Quindi ogni attività di fornitura di servizi di comunicazione elettronica, senza distinzione in base all’oggetto, è soggetta alla disciplina dettata per il settore.

Pertanto, le società che offrono servizi radiotelevisivi a pagamento rientrano senz’altro nella categoria dei “*fornitori di servizi ad accesso condizionato*” e non in quella dei fornitori di meri contenuti (pacchetti), in quanto, ancor prima di consentire la visione del programma televisivo, forniscono all’utente il servizio di accesso propedeutico alla fruizione dei contenuti, costituito da una parabola, un decoder e da una smart card.

Ad escludere la possibilità di qualificare tali società quali mere fornitrici di contenuti, come tale espressamente sottratte alla nozione di servizio di comunicazione elettronica ai sensi della citata norma, interviene il rapporto diretto intercorrente tra le stesse e l’utente finale - mancante in presenza di un mero fornitore di contenuti che si avvale della mediazione di un soggetto terzo – trasmettendo le società, in forma codificata, i pacchetti aggregati direttamente presso l’abitazione dell’utente al quale viene consegnato il kit necessario alla ricezione delle trasmissioni.

In tale veste, le società risultano pertanto soggette al regime di autorizzazione generale di cui all’art. 1, comma 11, della legge n. 249 del 1997, in cui ricadono tutti i fornitori di servizi di comunicazione elettronica, ivi compresi i fornitori di servizi di radiodiffusione televisiva a pagamento. Attraverso la qualificazione delle società in parola quali fornitrici di un servizio televisivo ad accesso condizionato transita, quindi, l’applicazione, nei loro confronti, delle norme del Codice delle comunicazioni elettroniche e delle disposizioni di cui ai regolamenti attuativi dell’Autorità, incluso quindi il presente Regolamento, a nulla rilevando la circostanza che le stesse svolgano al tempo stesso anche attività di fornitura di contenuti televisivi o attività correlate e strumentali, soggiacendo esse all’applicazione Codice e del Regolamento, nella qualità di fornitori di servizio televisivo a pagamento che intrattengono rapporti con l’utente.

L’interpretazione seguita dal giudice amministrativo nazionale, peraltro, ha trovato piena corrispondenza in quanto affermato a suo tempo dalla sentenza della Corte di Giustizia dell’Unione Europea del 30 aprile 2014 (causa C 475/12) secondo la quale un servizio consistente nel fornire, a

titolo oneroso, un accesso condizionato a un “*bouquet*” trasmesso via satellite, che includa servizi di diffusione radiofonica e televisiva, rientra nella nozione di “*servizio di comunicazione elettronica*”. Come osservato dalla sentenza citata della CGUE, ai punti e 43 e 44 della motivazione, “[...] *la circostanza che la trasmissione del segnale avvenga attraverso un’infrastruttura non appartenente è irrilevante ai fini della qualificazione della natura del servizio. Infatti, rileverebbe a tal riguardo solo il fatto che la [n.d.r. la suddetta piattaforma] è responsabile nei confronti degli utenti finali della trasmissione del segnale che garantisce a questi ultimi la fornitura del servizio a cui sono abbonati*”; una “*...diversa interpretazione ridurrebbe in maniera considerevole la portata*” del quadro europeo delle comunicazioni e “*pregiudicherebbe l’effetto utile delle disposizioni in esso contenute e comprometterebbe, di conseguenza, la realizzazione degli obiettivi che tale quadro persegue*”.

In considerazione della piena applicabilità, alla tipologia di servizio televisivo a pagamento, sia delle direttive europee di riferimento che del Codice delle Comunicazioni Elettroniche, il presente Regolamento non costituisce altro che una disposizione specificativa ed attuativa di quanto è già puntualmente prescritto dal Codice, pertanto non può che concludersi, stante la pacifica applicazione di quest’ultima norma, per l’altrettanto pacifica applicazione alle società che offrono tali servizi televisivi della norma regolamentare.

### **Opportunità di un TESTO UNICO e chiarimenti sull’ambito soggettivo di applicazione del Regolamento**

O.12 **OMISSIS** ritiene che il Regolamento dovrebbe avere lo scopo di dare applicazione alle norme primarie con disposizioni di dettaglio coerenti con la loro *ratio* e ad un tempo consolidare la regolamentazione contenuta nelle delibere dell’Autorità stratificatesi nel tempo, per una più efficace ed agevole loro attuazione, limando il più possibile le incertezze applicative per una competizione non distorta. In via preliminare:

- a) auspica la produzione di un **testo unico** che gli operatori possano seguire nella predisposizione delle offerte e dei contratti. Un lavoro simile, che secondo il rispondente è stato efficacemente compiuto da ARERA, comporterebbe vantaggi sia per gli utenti che per gli operatori (anche solo per una minore esigenza di ricorrere a consulenti);
- b) qualora ciò non fosse ritenuto fattibile, si potrebbero quantomeno produrre “linee guida” interpretative e soprattutto illustranti le modalità applicative sui singoli temi, per riepilogare e coordinare tra loro le disposizioni regolamentari vigenti.
- c) chiede che quanto sopra indicato avvenga quantomeno per uno dei temi più rilevanti, ossia il tema dei costi di recesso, per il quale manca il necessario coordinamento con le disposizioni del decreto Bersani, circostanza già criticata da vari commentatori anche in relazione alla norma primaria (per via del generico rinvio di cui all’art. 98-septies decies comma 10); tema per il quale **OMISSIS** auspica che l’Autorità non ricalchi i difetti della norma primaria e chiarisca in un **unico testo**, i vincoli in capo agli operatori per ogni situazione regolata, o distinguendo a seconda che si tratti di: (i) ripensamento del consumatore (ii) recesso prima della scadenza, (iii) disdetta, (iv) recesso dopo la scadenza, (v) recesso per modifica, e (vi) recesso per discrepanza significativa (gli ultimi due prima e dopo la scadenza in virtù del comma 7), ricordi/precisi di volta in volta l’esatto ambito applicativo dei vincoli, avuto riguardo a: (i) la distinzione tra

contratti per adesione/negoziati (ii) tipologia di utenti, (iii) tipologia di servizio e loro inclusione in un pacchetto o meno.

Dal punto di vista strettamente formale, suggerisce di non usare in una nuova delibera - destinata a sostituire la precedente – la ripetizione di articoli con la stessa numerazione, e suffissi diversi (bis, ter, quater, etc.), ma procedere con una numerazione progressiva.

Da ultimo si ricorda che la delibera n. 519/15/CONS era accompagnata dalla delibera n. 520/15/CONS e sarebbe quindi utile integrare le relative disposizioni ove ancora ritenute applicabili.

O.13 **OMISSIS** preliminarmente ritengono utile andare nel verso della armonizzazione, attraverso la redazione di un **Testo unico**, comprensivo di tutta la disciplina a tutela del consumatore.

Fanno, altresì, presente che è importante chiarire l'ambito soggettivo di applicazione del Regolamento e la applicazione ai casi ivi contemplati del decreto Bersani e delle categorie dei contratti negoziati e dei contratti per adesione. A tale riguardo, chiedono di evitare che “ai soggetti ampiamente capaci” a livello commerciale si applichino obbligatoriamente le tutele previste dal Regolamento, dovendosi piuttosto indirizzare le previsioni normative alla tutela dei soggetti che hanno una bassa capacità negoziale, quali i consumatori. In tal senso, appare opportuno, ad opinione degli operatori, mantenere una netta e chiara distinzione a fronte delle diverse categorie di utenti e con riguardo alle diverse tipologie di rapporti contrattuali (per adesione o negoziati). Quanto sopra, anche al fine di scongiurare che l'impianto normativo (di tutela) che si intende assicurare al settore dei servizi di comunicazione elettronica, risulti particolarmente divergente dall'impianto normativo (di tutela) applicato in altri settori/mercati.

V.6 **AGCOM**. Preliminarmente, l'Autorità ritiene che la richiesta di **OMISSIS** sia condivisibile. Come si avrà modo di osservare nel corpo del Regolamento, sono stati **opportunamente** differenziati tutti i casi di:

- ripensamento del consumatore (art. 4, comma 1);
- disdetta (art. 8);
- recesso prima della scadenza senza portabilità (art. 8 comma 2 e rinvio al comma 10 dell'art 98 septies decies, fattispecie che varrà declinata nella consultazione pubblica per la modifica della delibera n. 487/18/CONS);
- recesso dopo la scadenza senza portabilità (art. 5, comma 5, e 8 comma 2);
- recesso con portabilità del numero (art. 8 comma 2);
- recesso per modifica unilaterale (art. 6);
- recesso per discrepanza delle prestazioni (art. 6.bis).

In merito alla delibera n. 520 cit., l'Autorità ritiene che essa, trattandosi di “orientamenti” inerenti alla conclusione per telefono di contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica, dovrà essere oggetto di uno specifico procedimento di revisione alla luce del nuovo contesto normativo e regolamentare e delle disposizioni del presente Regolamento, ad esempio nella parte relativa alla sintesi contrattuale.

Avuto riguardo ai **punti a) e b)** della replica di **OMISSIS**, oltre che della richiesta degli altri, si ritiene ragionevole la proposta di uno o pochi Testi Unici.

Avuto riguardo al **punto c)**, l’Autorità conferma che il proprio obiettivo regolamentare è quello di chiarire puntualmente la materia dei costi di recesso, stabilendo la disciplina generale in questo Regolamento e gli aspetti di maggior dettaglio nella prossima revisione delle Linee guida di cui alla delibera n. 487/18/CONS.

Parimenti l’Autorità intende ben chiarire l’ambito soggettivo e oggettivo di applicazione su cui si è già chiaramente espressa, in attuazione del Codice, nelle delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS per quanto compete (ii) tipologia di utenti, (iii) tipologia di servizio e loro inclusione in un pacchetto o meno. Si ritiene, tra l’altro che, in disparte dalle modifiche apportate in seguito alla consultazione, l’Autorità abbia già cercato di fornire chiarimenti sulla materia nello schema di Regolamento.

In merito, infine, alla replica di **OMISSIS**, come specificato nella delibera n. 89/23/CONS oltre che nella recente delibera n. 156/23/CONS<sup>1</sup>, l’ambito oggettivo e soggettivo di applicazione è ben chiarito nel Codice. D’altra parte, sulla base dell’esperienza nell’applicazione del nuovo Codice, l’Autorità non ravvede alcuna ragione per limitare le tutele contrattuali ai soli consumatori o ai contratti per adesione, atteso che non sussiste alcuna possibilità, oggettiva, di individuare quelli che il rispondente considera soggetti ampiamente capaci a livello commerciale o che hanno maggior potere contrattuale se non ricorrere alla definizione, stabilita dalla normativa, di micro, piccola, media o grande impresa richiamata nelle definizioni di questo Regolamento.

### **Il caso delle multiutility**

O.14 **OMISSIS** nel rispondere alla presente consultazione fa presente di essere una multiutility che opera in vari settori, non soltanto quello delle telecomunicazioni ma prevalentemente anche in quello del settore energetico, quindi energia e gas. In particolare, le offerte sono quindi composite, in parte afferenti a servizi di comunicazione elettronica ed in parte relative alla componente energia e gas. Entrambe le componenti sono ben differenziate all’interno dei contratti con l’utente e nella fatturazione al cliente finale, con l’indicazione del prezzo per la componente energia, del prezzo per la componente gas e del prezzo per la componente telecomunicazioni, oltre che del prezzo complessivo dell’offerta. Ciò premesso, proprio in considerazione della natura composita delle offerte di **OMISSIS**, la società chiede di specificare che il pacchetto (bundle) afferisce (solo ai) servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico (non anche a servizi energetici), giusta applicazione del considerando n. 283 della Direttiva n. 2018/1972. **OMISSIS** poi specifica che i due settori, energia e telecomunicazioni, sono differenti ed applicano regole differenti. Ad esempio, nel caso di variazione in aumento dei prezzi, nel “mondo Telco” la fattura rientra tra i canali di comunicazione delle variazioni, mentre ARERA impedisce espressamente di mettere la comunicazione in fattura. Sono peraltro differenti anche le tempistiche di preavviso.

V.7 **AGCOM**. L’Autorità ritiene che il considerando n. 283 individui chiaramente i bundle oggetto delle misure, ossia *“I pacchetti comprendenti almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, nonché altri servizi, quali*

---

<sup>1</sup> Cfr. Paragrafo V.g.5 e V.g.6 dell’Allegato B alla delibera n. 156/23/CONS.

*servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero accessibili al pubblico, trasmissione lineare e servizi da macchina a macchina o apparecchiature terminali”.*

Si prende atto dell’osservazione, che appare condivisibile, secondo cui servizi diversi da quelli di cui alla definizione del considerato 283, quali i servizi energetici, siano oggetto di condizioni particolari delle condizioni generali di contratto i cui effetti giuridici ed economici non si trasmettano necessariamente sulle condizioni particolari del contratto che riguardano la fornitura del pacchetto di cui al citato considerato.

I servizi diversi da quelli di cui al considerato 283 possono anche essere ricompresi, sotto un profilo formale, in un unico contratto o in un contratto connesso o collegato con i servizi di comunicazione elettronica. Tuttavia, essi hanno vita autonoma, in altri termini le specifiche disposizioni che si applicano ai servizi di comunicazione elettronica in materia di pacchetto non trovano applicazione per i servizi diversi (es. i servizi energetici). Questi ultimi servizi, infatti, dovranno fare riferimento alla disciplina specifica di settore che li riguarda.

### **Tempo di implementazione delle misure**

O.15 **OMISSIS**, in considerazione della complessità di eventuali adeguamenti dei sistemi che l’emananda regolamentazione imporrebbe in capo agli operatori, **OMISSIS** chiede l’introduzione di un periodo di implementazione pari ad almeno sei mesi. In via meramente subordinata, e sulla scorta di quanto già avvenuto in altri settori in presenza di implementazioni particolarmente gravose per gli operatori, chiede che nell’applicazione di eventuali sanzioni amministrative l’Autorità per i primi sei mesi dalla data di entrata in vigore del provvedimento tenga conto della fase di prima applicazione.

V.8 **AGCOM**. L’Autorità rileva che le misure di cui al presente Regolamento sono ben note da tempo al mercato in quanto previste dalla Direttiva n.1972/2018 e in quanto oggetto di discussione del “*Tavolo di confronto con gli stakeholders per la corretta e uniforme applicazione delle norme introdotte con il decreto legislativo 28 novembre 2021 n. 207*” riunitosi il 29 marzo e del 25 maggio 2022, cui anche la rispondente ha partecipato. L’Autorità, ad ogni buon fine, ritiene congruo un tempo di implementazione delle misure che comportano **sviluppi e interventi sui sistemi di 6 mesi**. Pertanto, si ritiene di introdurre un nuovo comma all’art. 12 (disposizioni finali), come di seguito indicato:

Le disposizioni del presente regolamento che comportano sviluppi e interventi sui sistemi sono implementate entro 6 mesi dalla sua entrata in vigore.

Resta inteso che gli obblighi sostanziali di cui al presente provvedimento che non dipendono dall’implementazione delle misure sono applicabili a far data dalla pubblicazione del provvedimento.

## **II. DEFINIZIONI (ART. 1)**

O.16 **OMISSIS** propone di modificare le seguenti definizioni: (i) disdetta; (ii) pacchetto; (iii) microimpresa e piccola impresa. Per disdetta, **OMISSIS** chiede di utilizzare la definizione civilistica del termine disdetta ovvero di attribuire a ciascuna parte, e non solo all’utente, la facoltà di non rinnovare il contratto giunto a scadenza. Per pacchetto, l’operatore chiede di adottare il significato economico che caratterizza il termine “bundle” o pacchetto per tenere conto che si tratta, in realtà, di un’opzione tariffaria, come indicato dalla stessa Direttiva 2018/1972 (cfr. considerando n. 221). **OMISSIS** precisa che per ‘pacchetto’ o ‘bundle’ si intende il caso in cui le aziende propongono

diversi prodotti o servizi come un'unica unità combinata, oppure quando questa unica unità combinata è offerta a un prezzo inferiore rispetto a quello che i clienti pagherebbero acquistando ciascun articolo separatamente. Per media e piccola impresa, **OMISSIS** chiede di adottare la stessa definizione di cui alla Raccomandazione della Commissione, del 6 maggio 2003, relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese, senza introdurre variazioni. Ciò garantirebbe, secondo la società, ulteriormente la coerenza e linearità dell'impianto normativo.

O.17 **OMISSIS propone** di chiarire la definizione di Micro e Piccole imprese specificando che i ricavi sono considerati globalmente e che la parola "addetti" significa dipendenti a livello globale e propone, altresì, di aggiungere una definizione di Grandi Imprese. Il suggerimento è di definire le Grandi Imprese come tutte le altre imprese che non siano Micro, Piccole o Organizzazioni no-profit.

O.18 **OMISSIS** chiede di specificare che il supporto durevole possa essere anche digitale e che per disdetta debba intendersi la comunicazione con la quale l'utente manifesta *ritualmente* all'operatore la propria volontà di non rinnovare il contratto alla scadenza del termine di durata dello stesso.

O.19 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene necessario specificare meglio cosa si intende per supporto durevole, indicando che il supporto sarà di tipo digitale, che sarà conservato nell'App dedicata al cliente nella sua area personale in una parte definita SUPPORTO DUREVOLE, scaricabile dall'utente sul proprio dispositivo. **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene altresì utile specificare chiaramente per quanto tempo le informazioni devono essere disponibili ed auspicabilmente per tutta la durata del rapporto che il consumatore ha con l'azienda (anche se nel tempo si modificano i contratti).

V.9 **AGCOM**. In relazione alla richiesta di un rispondente di modificare la **definizione di disdetta** in linea con il codice civile si richiama che nel Regolamento si è proposto quanto segue:

*"j) "disdetta", la comunicazione con la quale l'utente manifesta all'operatore la propria volontà di non rinnovare il contratto alla scadenza del termine di durata dello stesso".*

A tale riguardo, si rileva che la disdetta è lo strumento previsto dall'ordinamento che consente di impedire la rinnovazione di un rapporto giuridico a tempo determinato. Concretamente, si tratta di un atto unilaterale ai sensi dell'art. 1324 del c.c., di natura recettizia (cioè, che produce effetti quando giunge all'indirizzo del destinatario) con cui **una delle parti comunica la volontà di non dare prosecuzione al contratto in essere a far data dalla successiva scadenza**. Per la validità della disdetta, non è richiesta l'accettazione della controparte. Quanto alla forma, essa è solitamente libera, anche se molto spesso le parti possono aver concordato che debba avvenire con un mezzo che ne garantisca la ricezione da parte del destinatario (es. raccomandata). L'Autorità, pertanto, accoglie la richiesta e modifica la definizione come segue:

j) "disdetta", la comunicazione con la quale una delle parti <del>l'utente</del> manifesta all'operatore la propria volontà di non rinnovare il contratto alla scadenza del termine di durata dello stesso;
---

Per quanto riguarda la richiesta di un rispondente di modificare la **definizione di pacchetto**, si richiama che nel Regolamento si è proposto quanto segue:

**"pacchetto: vendita di due o più servizi e prodotti comprendenti almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, nonché altri servizi, quali servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero**

*accessibili al pubblico, trasmissione lineare e servizi da macchina a macchina o apparecchiature terminali, contenuti digitali o servizi digitali, forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato”.*

Si osserva che l’elemento che identifica il pacchetto è l’offerta degli elementi che lo compongono nel quadro dello stesso contratto o di contratti collegati.

Il caso in cui il prezzo complessivo possa essere inferiore ai singoli elementi acquistati separatamente rappresenta una delle possibilità incluse nella definizione dell’Autorità, possibilità che dipende dalla volontà dell’operatore ed è applicabile solo laddove i singoli elementi del pacchetto sono venduti anche singolarmente. Laddove ciò non accada, la definizione economica proposta dal rispondente non risulta applicabile. Inoltre, trattasi di una definizione che escluderebbe i casi in cui l’utente acquista un pacchetto con un costo pari o superiore alla somma dei singoli elementi.

L’Autorità non ravvede, pertanto, ragioni per utilizzare in ambito contrattuale la definizione economica che, invece, ha la sua ragion d’essere nell’ambito dei test di prezzo come disciplinati dalle analisi di mercato dei servizi all’ingrosso.

Per quanto riguarda la **definizione di media e piccola impresa**, un rispondente chiede di adottare la stessa definizione di cui alla Raccomandazione della Commissione, del 6 maggio 2003, relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese. L’Autorità ha proposto la seguente definizione:

*ee) “Microimpresa”: imprese con meno di 10 addetti e fatturato non superiore a 2 milioni di euro;*

*eee) “Piccola impresa”: impresa con meno di 50 addetti e fatturato non superiore a 10 milioni di euro;*

La raccomandazione 6-5-2003 n. 2003/361/CE, Raccomandazione della Commissione relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese, e il decreto del Ministero delle attività produttive del 18 aprile 2005, forniscono le seguenti definizioni:

*“Articolo 2 Effettivi e soglie finanziarie che definiscono le categorie di imprese.*

*1. La categoria delle microimprese, delle piccole imprese e delle medie imprese (PMI) è costituita da imprese che occupano meno di 250 persone, il cui fatturato annuo non supera i 50 milioni di EUR oppure il cui totale di bilancio annuo non supera i 43 milioni di EURO.*

*2. Nella categoria delle PMI si definisce **piccola impresa un’impresa che occupa meno di 50 persone e realizza un fatturato annuo o un totale di bilancio annuo non superiori a 10 milioni di euro.***

*3. Nella categoria delle PMI si definisce **microimpresa un’impresa che occupa meno di 10 persone e realizza un fatturato annuo o un totale di bilancio annuo non superiori a 2 milioni di euro.**”.*

L’Autorità, seppur non vi sia una differenza sostanziale con quanto sottoposto a consultazione pubblica, condivide la richiesta di applicare, senza modifiche, la definizione comunitaria in modo da far riferimento ad un testo normativo specifico. **La definizione viene, pertanto, conseguentemente modificata.**

L’Autorità non condivide, inoltre, la proposta del rispondente di introdurre **una definizione di grande impresa** in quanto le disposizioni del Regolamento si applicano ai consumatori, a cui ove specificato

si aggiungono e micro e piccole imprese, o, ove indicato agli utenti finali che includono le restanti imprese più grande che, pertanto, si deducono per differenza.

Per quanto riguarda la richiesta di alcuni rispondenti di specificare che il **supporto durevole** possa essere anche digitale, si richiama che l'Autorità ha proposto la seguente definizione di carattere generale:

*i) "supporto durevole", ogni strumento che permetta al consumatore o all'operatore 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;*

Il Codice del Consumo, art. 45, lett. l) prevede la seguente definizione: "*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*".

A tale riguardo l'Autorità chiarisce che a titolo esemplificativo può considerarsi supporto durevole , un documento cartaceo, una e-mail o un pdf inviato via e-mail o caricato in un *account* personale; laddove il contratto sia confermato dagli operatori mediante telefono, supporto durevole è la registrazione della telefonata purché il relativo supporto (chiavi USB, CD e DVD, file ecc.) venga indirizzato al consumatore perché questo possa conservarlo e utilizzarlo in futuro per la tutela dei suoi interessi (ciò sin dai primi casi di applicazione della normativa Consumer Rights : v. casi PS9880, PS9881, PS9982, PS9983, PS9981. Cfr. anche PS9696).

Secondo la CGUE 5 luglio 2012 C49/11, il mero sito Internet non è supporto durevole perché non garantisce la immutabilità. Similmente, la pronuncia della Cassazione del 16 febbraio 2004 n. 2912 rileva che le informazioni in una pagina web non sono supporto durevole perché sono "*non definitive*".

O.20 **OMISSIS**<sup>2</sup> ritiene non chiara l'utilità della **distinzione tra utente ed utente finale** nel Regolamento, considerato che nel corpo del documento non sembrano esservi distinzioni tra l'uno e l'altro termine. La società richiede, pertanto, l'eliminazione della definizione "utente finale". Inoltre, all'interno dell'art. 1, **OMISSIS** fa presente che non è stata ripresa o fornita alcuna definizione di contratto per adesione, certamente in linea con il Codice ma discostandosi dall'esigenza di chiarezza sollevata dagli operatori. **OMISSIS** chiede, infatti, se le Linee guida Bersani (Allegato A alla delibera n. 487/18/CONS) debbano ancora ritenersi applicabili e in quali casi.

V.10 **AGCOM**. In relazione alla richiesta di un rispondente di eliminare la definizione di **utente finale** si richiama che l'Autorità ha proposto quanto segue:

*c-bis) "utente finale", un utente che non fornisce reti pubbliche di comunicazione elettronica o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico o a gruppi chiusi di utenti;*

---

<sup>2</sup> Documento unico a firma di **OMISSIS**.

d) “utente”, la persona fisica o giuridica che utilizza o chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico e che non fornisce reti pubbliche di comunicazione o servizi di comunicazioni elettroniche accessibili al pubblico;

Come chiarito nella delibera n. 89/23/CONS, tali definizioni sono riportate alle lettere cccc) e dddd) di cui al comma 1 dell’art. 2 nel Codice. In aggiunta, il termine utente finale è utilizzato al punto 14) dell’art. 2 della Direttiva n. 2018/1972 che istituisce il Codice delle comunicazioni elettroniche europeo.

Non si ravvedono, pertanto, ragioni per eliminare la definizione che serve, per l’appunto, a chiarire che, ai fini del Codice e del Regolamento, l’utente coincide con l’utente finale (a titolo di esempio nella regolamentazione sui servizi di accesso all’ingrosso l’utente potrebbe non essere quello finale).

Per quanto riguarda la richiesta di un rispondente di aggiungere la definizione di **contratto per adesione**, si richiama che la stessa è riportata nelle Linee guida alla delibera n. 487/18/CONS nei seguenti termini:

*“Ai sensi dell’articolo 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 serie). Il contraente può, quindi, accettare in blocco le condizioni ovvero rifiutarle integralmente senza alcuna facoltà di trattativa.”*

L’Autorità ritiene che la nozione di contratti per adesione non inerisca, nello specifico, le categorie giuridiche del presente Regolamento.

O.21 **OMISSIS** chiede di specificare, nella definizione di pacchetto, che lo stesso comprende i soli servizi di comunicazione elettronica, come è ricavabile, sostiene l’operatore, dalla definizione di consumatore.

V.11 AGCOM. Sul punto, si rinvia alle osservazioni di cui alla **al par. V.9**.

O.22 **OMISSIS** propone di integrare le definizioni di disdetta e recesso, specificando che il contratto è per adesione, sul presupposto, ritiene la società, della distinzione intrinseca tra i contratti per adesione e contratti negoziati, che, per unanime giurisprudenza, rende meritevoli solo i primi di una tutela rafforzata, proprio in considerazione della oggettiva disparità di condizioni tra le parti contraenti, mentre nei secondi le parti, poste su un piano di piena parità, liberamente possono definire clausole e condizioni diverse da quelle standard rivolte alla generalità degli utenti.

V.12 AGCOM. L’Autorità non ritiene di accogliere la proposta di un rispondente che ritiene di applicare le definizioni di disdetta e recesso ai soli contratti per adesione. L’Autorità ritiene, infatti, che la definizione di disdetta e recesso sia applicabile, ai sensi del codice civile, oltre che tenuto conto dell’ambito oggettivo e soggettivo della tutela stabilita dal Codice che riguarda consumatori e particolari tipologie di imprese e associazioni, a qualunque tipo di contratto.

## **AMBITO SOGGETTIVO DI APPLICAZIONE DEL REGOLAMENTO (ART. 2)**

### ***Esclusione delle medie e grandi imprese***

O.23 **OMISSIS** incoraggia l’Autorità ad aggiungere alla proposta di regolamento un’affermazione generale che chiarisca che le disposizioni a tutela degli utenti finali (in particolare gli obblighi d’informazione, di cui all’art 4, e ius variandi/recesso, di cui all’art.6, non dovrebbero applicarsi ai clienti che siano Grandi Imprese (si propone di aggiungere una definizione di Grandi Imprese) in ragione: i) del loro potere contrattuale; ii) la natura altamente negoziata dei contratti e dei servizi «su misura « iii) degli investimenti operativi iniziali effettuati dagli operatori per servire i clienti che sono Grandi Imprese. In alternativa andrebbe aggiunta un’indicazione generale che chiarisca che le disposizioni a tutela degli utenti finali (in particolare gli obblighi di informazione di cui all’art.4 e ius variandi/recesso di cui all’art.6 non si applicano agli utenti finali nei contratti negoziati (o almeno alle Grandi Imprese).

O.24 **OMISSIS** ritiene che alcune disposizioni riguardanti, ad es., il diritto di recesso dopo la proroga automatica, la modifica delle tariffe, la trasparenza ed il confronto delle offerte oppure la qualità dei servizi necessitino di una declinazione diversa quando e se applicate ai grandi clienti. Per grande cliente o cliente business si intende, in questo contesto, l’utente finale diverso dal consumatore, microimpresa, piccola impresa ed organizzazione senza scopo di lucro. È fuori discussione che anche i grandi clienti abbiano diritto alla portabilità delle numerazioni mentre appare irrealizzabile, ad es., la richiesta di pubblicare sul web del fornitore le tariffe applicate piuttosto che la richiesta di informare circa le ‘migliori tariffe’ almeno una volta all’anno. Inoltre, avendo la Direttiva la finalità espressa di raggiungere l’applicazione armonizzata delle previsioni ivi contenute nell’UE, la società ritiene necessaria un’integrazione dell’istruttoria fin qui svolta per quanto riguarda l’applicazione o meno delle disposizioni a tutela degli utenti anche alle imprese di più grandi dimensioni.

O.25 **OMISSIS** chiede che vengano acquisite indicazioni circa se e come questa specifica sezione della Direttiva sia stata applicata nei confronti dei clienti affari, al fine di garantire a questa tipologia di clientela uno scenario coerente ed armonico dei propri diritti nell’ambito dell’UE. Ciò assicurerebbe anche ai fornitori di servizi che appartengono a gruppi internazionali un’interpretazione per quanto possibile compatta del nuovo quadro normativo nei diversi paesi europei dove operano.

A tal riguardo la società rileva che il considerando (21) della Direttiva recita come segue: “*Le autorità nazionali di regolamentazione e le altre autorità competenti nello svolgimento del proprio lavoro dovrebbero ispirarsi ad una serie armonizzata di principi e obiettivi e nell’assolvere i compiti ad esse assegnati dal presente quadro normativo dovrebbero, se necessario, coordinare la loro azione con quella delle autorità di altri Stati membri e con il BEREC*”. La società chiede, pertanto, di modificare l’articolo in parola come segue:

***“1. Il presente regolamento si applica ai contratti tra operatori e utenti finali, intesi quest’ultimi come i consumatori, microimprese, piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro.”***

Fermo restando quanto sopra, ed in subordine, la società richiama l’attenzione dell’Autorità sul fatto che la tipologia di utente finale “media impresa” andrebbe in ogni caso eliminata dall’articolo, poiché, come noto, la Commissione avrebbe equiparato al consumatore solo la microimpresa, la piccola impresa e l’organizzazione senza scopo di lucro. Ne deriva che la tipologia “media impresa” non possa essere omologata al consumatore. Chiede, altresì, di non applicare il Regolamento ai grandi

clienti/clienti business, intendendosi per tali ogni utente finale diverso dal consumatore, microimpresa, piccola impresa ed organizzazione senza scopo di lucro<sup>3</sup>.

O.26 **Le società OMISSIS** ribadiscono la necessità di eliminare dall'articolo il riferimento alle medie imprese, perché non previsto nel Codice.

O.27 **OMISSIS** chiede di ridefinire l'ambito di applicazione del Regolamento nel rispetto della normativa sovraordinata, dalla quale il Regolamento trae efficacia. Si ritiene, a tal fine, che accanto alla regola generale correttamente enucleata (*"Il presente Regolamento si applica ai contratti tra operatori e utenti finali"*), l'eccezione circa le disposizioni con ambito applicativo più circoscritto andrebbe riformulata, eliminando il riferimento alle "medie" imprese attualmente contenuto nel testo, che appare frutto di un refuso e comunque non risulta supportato da alcuna analisi circa presunte esigenze di tutela di tali categorie di imprese (anche secondo l'analisi svolta nella proposta di Delibera sembrano doversi piuttosto escludere, né sono mai menzionate nelle disposizioni successive). Ritiene che debbano avere portata più ristretta (rispetto a tutti gli utenti finali) quantomeno le seguenti disposizioni del Regolamento: artt. 3 e 4 (sugli obblighi informativi), 5 (durata), 6-bis (discrepanza significativa) 8 (cessazione), 8-ter (pacchetti), 8-quater (indicizzazione prezzi).

V.13 **AGCOM**. L'Autorità rileva che l'ambito soggettivo di applicazione è stato chiarito nelle sezioni 10, 11 e 12 della delibera n. 89/23/CONS, a cui si rinvia integralmente. Di seguito si richiama quanto ivi riportato. Ulteriore elemento che si chiarisce nello schema di Regolamento riguarda l'applicabilità delle norme del Codice alle diverse categorie di utenti finali.

#### **"Ambito applicativo del Regolamento (art.2 dello schema di Regolamento)**

##### Applicazione del Regolamento anche alle grandi imprese

*10. A tale ultimo riguardo un utile riferimento esplicativo è fornito dal considerando n. 259 della direttiva UE 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, laddove specifica quanto segue: "alcune di tali disposizioni in materia di tutela degli utenti finali che si applicano a priori solo ai consumatori, segnatamente quelle sulle informazioni contrattuali, sulla durata massima dei contratti e sui pacchetti, dovrebbero favorire non soltanto i consumatori, ma anche le microimprese e le piccole imprese, nonché le organizzazioni senza scopo di lucro quali definite nel diritto nazionale. Le categorie di imprese e*

---

<sup>3</sup> In uno specifico documento separato (prot. Agcom n. 0168255/2023), **OMISSIS** richiama il *gruppo di lavoro sugli utenti finali - End Users | BEREC (europa.eu)* - che "si concentra sulla promozione della scelta e della responsabilizzazione dei consumatori sviluppando politiche che aiutino i consumatori a compiere scelte più informate e garantiscano l'accesso ai servizi di comunicazione elettronica per tutti, compresi gli utenti con disabilità."; *la decisione dell'OFCOM pubblicata a maggio 2019, "Statement: Helping consumers get better deals - statement on end-of-contract notifications and annual best tariff information"* dove è specificato che i contratti utilizzati dai clienti business riguardano servizi più specializzati e tendono ad essere negoziati individualmente con ciascun fornitore; *la decisione dell'OFCOM di maggio 2011 circa l'attuazione del nuovo pacchetto di direttive UE del 2009 "Changes to General Conditions and Universal Service Conditions. Implementing the revised EU Framework"*, dove è evidenziato che nei contratti negoziati il diritto di recesso nel caso di modifiche contrattuali potrebbe non soddisfare le esigenze delle parti. In coerenza con questa posizione politica, nella recente *decisione del 2023 "Price rises in fixed term contracts"* l'OFCOM fornisce delle linee guida che sono applicabili esclusivamente a consumatori e piccole imprese: il fornitore dovrebbe informare queste categorie di utenti finali del loro diritto di recedere dal contratto senza penalità in caso di incremento dei prezzi. Al contrario, l'OFCOM considera meno probabile che i clienti business subiscano un pregiudizio sostanziale in caso di aumento dei prezzi, soprattutto se le condizioni (comprese le condizioni di variazione dei prezzi) sono state negoziate in contratti su misura. Ne deriva, dunque, una diversa applicazione della previsione di cui all'art. 105.4 del CECC in funzione della tipologia di utente finale coinvolto.

*organizzazioni hanno una posizione contrattuale comparabile a quella dei consumatori e dovrebbero pertanto godere dello stesso livello di tutela, a meno che rinuncino espressamente a tali diritti. Gli obblighi relativi alle informazioni contrattuali di cui alla presente direttiva, compresi quelli previsti dalla direttiva 2011/83/UE cui si fa riferimento nella presente direttiva, dovrebbero applicarsi a prescindere dall'esecuzione e dall'importo del pagamento che deve essere effettuato dal cliente. **Gli obblighi relativi alle informazioni contrattuali, compresi quelli contemplati dalla direttiva 2011/83/UE, dovrebbero applicarsi automaticamente alle microimprese, alle piccole imprese e alle organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse preferiscano negoziare termini contrattuali personalizzati con i fornitori di servizi di comunicazione elettronica.** Diversamente dalle microimprese, dalle piccole imprese e dalle organizzazioni senza scopo di lucro, **le imprese più grandi dispongono generalmente di un maggior potere contrattuale e pertanto non dipendono dagli stessi obblighi di informazione contrattuale validi per i consumatori**".*

*a. Informazioni contrattuali (art. 98 quater-decies), durata massima dei contratti e diritto di recesso (art. 98 septies-decies, comma 1) e offerte a pacchetti (art. 98 novies-decies)*

*11. Nelle materie indicate in oggetto, come anche chiarito nel considerando n. 259 sopra riportato, la direttiva trova applicazione sia per i **consumatori**, trattandosi di norme di maggior tutela, che per le "**microimprese, piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro**". Queste ultime entità, a differenza dei consumatori, possono tuttavia decidere di rinunciare al livello di tutela ivi stabilito, negoziando condizioni diverse con il fornitore. Perché la deroga possa avere un qualche effetto è necessario, tuttavia, che essa venga **approvata dall'impresa o organizzazione espressamente in sede di stipula.***

*Per le **c.d. grandi imprese**, la stessa direttiva (considerando n. 259, alinea finale) chiarisce che queste, proprio in ragione della loro dimensione (che consente loro un margine più ampio di trattativa), possano negoziare clausole diverse dal contenuto della direttiva **senza bisogno di deroga espressa.***

*Alla luce di quanto sopra, emerge che – nelle materie indicate – in applicazione del principio di massima armonizzazione di cui al cit. art. 101, il Regolamento troverà applicazione per i consumatori e per le **microimprese, piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro**, a meno che queste ultime non abbiano deciso in sede di negoziazione e con clausola espressa di derogarvi. **Il Regolamento non trova invece applicazione per le grandi imprese.***

*A supporto di quanto sopra rileva il fatto che, in ciascuno dei citati articoli, il legislatore nazionale si preoccupa di specificare che le disposizioni di volta in volta previste per i consumatori si applicano anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni. In maniera indiretta sono escluse le altre tipologie di imprese.*

*L'ambito soggettivo così individuato trova applicazione in ogni altro caso in cui norme specifiche del Codice prevedano la loro applicazione ai soli consumatori (es. Allegato 6 - parte A - richiamato dall'art. 98 del Codice in materia di controllo delle spese)."*

“

Pertanto, l'ambito di applicazione, in riferimento ai suddetti obblighi regolamentari, esclude **le imprese più grandi** che, alla luce dei chiarimenti di cui alla presente consultazione, includono medie e grandi imprese.

**b. Materie diverse dal punto sub a): Art. 98-octiesdecies (Passaggio a un altro fornitore e portabilità del numero), Art. 98-sedecies (Qualità dei servizi relativi all'accesso a internet e dei servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico) (ex art. 104 eec - art. 72 Codice 2003), Art. 98-quindecies (Trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni) (ex art. 103 eec - art. 71 Codice 2003);**

*12. In tutte le altre materie, di cui in oggetto, la direttiva appare trovare applicazione tout court per la generalità degli utenti finali. Lo stesso Codice fa diretto riferimento agli utenti finali nel fornire le specifiche disposizioni. In applicazione di tutto quanto sopra, nello schema di Regolamento allegato si prevede, all'articolo 2 (Ambito di applicazione), che:*

*1. Il presente regolamento si applica ai contratti tra operatori e utenti finali, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli a consumatori e a microimprese, piccole e medie imprese e organizzazioni senza scopo di lucro.”*

Ne consegue che nelle intenzioni dell'Autorità, al di fuori degli articoli che riguardano gli obblighi regolamentari di cui al paragrafo 11 della delibera n. 89/23/CONS<sup>4</sup>, il Regolamento si applica agli utenti finali intesi come consumatori, microimprese, piccole imprese, medie imprese e imprese più grandi, oltre alle organizzazioni senza scopo di lucro.

Per gli obblighi di cui al paragrafo 11 della citata delibera si fa riferimento ai consumatori e, ove indicato, alle micro, piccole imprese e associazioni senza scopo di lucro, escludendo le medie e grandi imprese (da intendersi come imprese più grandi).

L'Autorità ritiene, tuttavia, proprio al fine di evitare ulteriori dubbi, riformulare **l'articolo 2** eliminando il riferimento alle “medie” imprese come segue:

*Il presente regolamento si applica ai contratti tra operatori e utenti finali, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli a consumatori e a microimprese, piccole ~~e-medie~~ imprese e organizzazioni senza scopo di lucro.”*

D'altra parte, il paragrafo 11 della delibera n. 89/23/CONS è sul punto chiaro nel non citare le medie imprese (tuttavia non citate dalla Direttiva) e nell'escluderle in maniera indiretta a conferma del fatto che trattasi di un mero errore materiale: *“A supporto di quanto sopra rileva il fatto che, in ciascuno dei citati articoli, il legislatore nazionale si preoccupa di specificare che le disposizioni di volta in volta previste per i consumatori si applicano anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni. In maniera indiretta sono escluse le altre tipologie di imprese.”*

<sup>4</sup> a. Informazioni contrattuali (art. 98 quaterdecies), durata massima dei contratti e diritto di recesso (art. 98 septiesdecies, comma 1) e offerte a pacchetti (art. 98 noviesdecies).

### ***Esclusione dei contratti negoziati***

O.28 **OMISSIS** non concorda con l'interpretazione normativa fornita dall'Autorità nello schema di provvedimento posto in consultazione. L'Autorità fonda tale proposta sul considerando n. 259 della direttiva UE 2018/1972, nella parte in cui prevede che: *“alcune di tali disposizioni in materia di tutela degli utenti finali che si applicano a priori solo ai consumatori, segnatamente quelle sulle informazioni contrattuali, sulla durata massima dei contratti e sui pacchetti, dovrebbero favorire non soltanto i consumatori, ma anche le microimprese e le piccole imprese, nonché le organizzazioni senza scopo di lucro quali definite nel diritto nazionale. Le categorie di imprese e organizzazioni hanno una posizione contrattuale comparabile a quella dei consumatori e dovrebbero pertanto godere dello stesso livello di tutela, a meno che rinuncino espressamente a tali diritti”*. Dal testo della direttiva emerge chiaramente come l'obiettivo sia quello di garantire il medesimo livello di tutela anche a tali ulteriori categorie di utenti, nell'eventualità in cui la loro posizione contrattuale possa essere equiparata a quella di un consumatore che abbia sottoscritto un contratto per adesione, da intendersi come modulo precompilato, predisposto unilateralmente dall'operatore, al quale l'utente, in questo caso la parte contrattuale debole, possa aderire senza possibilità alcuna di modificarne il contenuto.

Diversa deve pertanto ritenersi l'ipotesi in cui l'utente abbia invece concluso con l'operatore un contratto c.d. negoziato, con tutte le tutele che ne derivano in termini di maggior potere contrattuale e di definizione dello schema contrattuale come esito della negoziazione. Si tratta infatti, come noto, di contratti ad hoc che richiedono una specifica progettualità in ragione della loro complessità e che, in quanto tali, prevedono una personalizzazione a seconda delle esigenze del singolo cliente ed una negoziazione con quest'ultimo rispetto sia al contenuto sia alle condizioni economiche del servizio e dunque al regime.

Tanto più che lo stesso considerando richiamato dall'Autorità prevede espressamente che le disposizioni siano estese automaticamente alle microimprese, alle piccole imprese e alle organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse preferiscano negoziare termini contrattuali personalizzati con i fornitori di servizi di comunicazione elettronica. Quello che avviene, appunto, in caso di conclusione di un contratto negoziato, il quale prevede in ogni sua fase, fin dalle trattative per la conclusione dello stesso, una gestione dedicata, con la redazione di un progetto tecnico relativo alla specifica configurazione richiesta dal cliente e la predisposizione di un preventivo che deve essere espressamente accettato dal cliente dopo il sopralluogo e in esito alla negoziazione. Solo una volta perfezionati tutti questi passaggi, il contratto può ritenersi concluso e vengono avviate le attività propedeutiche all'attivazione del servizio.

D'altra parte, proprio nella misura in cui fa riferimento alla possibilità di negoziazione, il nuovo Codice non inibisce ed anzi fa salva la distinzione (tradizionale nell'impianto civilistico) fra contratti per adesione e contratti negoziati. La modifica di qualificazione proposta non è dunque funzionale a consentire il rispetto di una previsione del Codice e si dimostra essere una limitazione non adeguata e non proporzionata. La rinuncia esplicita alle tutele riservate ai consumatori risulta proprio dalla scelta del contratto negoziato e non per adesione, che richiede per la progettualità e la struttura che presenta un regime anche giuridico differenziato.

Se effettivamente le esigenze della microimpresa sono dunque assimilabili a quelle dell'utente consumatore, è attraverso il contratto per adesione che potrà conservare il medesimo regime di tutela.

Diversamente, optando per un contratto negoziato, di fatto la microimpresa implicitamente rinuncia al contratto per adesione ed al regime di tutela che ad esso è proprio.

Questo anche alla luce della circostanza che nella definizione di “microimprese” rientrano comunque aziende con fatturato fino a 10 milioni, in posizione ontologicamente diversa rispetto al consumatore, che hanno comunque dimensioni considerevoli e l’apparato cognitivo e strutturale idoneo a gestire un contratto negoziato.

Si ritiene pertanto necessario fare salva, anche relativamente a tale delibera, la distinzione tra contratti per adesione e contratti negoziati, al fine di applicare le maggiori tutele previste in termini di informativa pre-contrattuale, durata del contratto e recesso, solo a quegli utenti che abbiano effettivamente concluso con l’operatore un contratto per adesione e che, in quanto tali, possano in qualche modo essere considerati parte contrattuale “debole”.

In tale ottica, si ritiene necessario riformulare anche l’articolo 1 del testo in consultazione nella parte in cui definisce l’“utente” e l’“utente finale”, in modo che sia chiara la differenza tra le due definizioni - anche considerato che entrambe vengono utilizzate alternativamente nei diversi articoli dello schema di provvedimento - ferma restando la necessità, per i motivi sopra illustrati, di circoscrivere l’ambito soggettivo di applicazione delle nuove previsioni ai soli utenti finali, siano essi consumatori o business, che abbiano sottoscritto un contratto per adesione.

Pertanto, ritiene che - in applicazione delle disposizioni del Codice, del codice civile (in materia di libertà di negoziazione e contrattuale), delle disposizioni comunitarie, nonché dello stesso considerando 259 - l’art. 2 vada riformulato come segue: *“Il presente regolamento si applica ai contratti tra operatori e utenti finali, da intendersi come consumatori, e a microimprese, piccole e medie imprese e organizzazioni senza scopo di lucro che abbiano stipulato con l’Operatore un contratto per adesione”*. Il Regolamento non si applica, invece, ai contratti conclusi tra operatori e soggetti diversi dai consumatori (clienti business) che abbiano concluso contratti negoziati.

**O.29 OMISSIS (di seguito anche OMISSIS)** ritiene che il Regolamento debba essere rivolto ai soli contratti per adesione. Ciò in considerazione del necessario coordinamento del Regolamento e lo stesso Codice con il Codice del consumo, che trova applicazione ai soli contratti per adesione stipulati da consumatori e microimprese. Pertanto, il Regolamento si applicherebbe solo qualora gli utenti finali intendano stipulare contratti per adesione, potendo gli stessi liberamente derogare al Regolamento e stipulare contratti negoziati su specifiche clausole.

Più nello specifico, **OMISSIS** precisa che nello schema proposto dall’Autorità, a meno di espresse eccezioni, viene meno la distinzione tra contratti per adesione e contratti negoziati, che trova la sua fonte, nell’ambito che qui ci occupa, nel c.d. decreto Bersani, di cui si riporta l’art. 1, comma 3, *“i contratti per adesione stipulati con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, devono prevedere la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell’operatore e non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni”*.

Il Regolamento disciplinerebbe, così, l’applicabilità delle norme del Codice alle diverse categorie di utenti finali. Secondo l’Autorità un utile riferimento esplicativo a tal fine sarebbe fornito dal considerando n. 259 della direttiva UE 2018/1972, laddove viene specificato quanto segue: *“alcune*

*di tali disposizioni in materia di tutela degli utenti finali che si applicano a priori solo ai consumatori, segnatamente quelle sulle informazioni contrattuali, sulla durata massima dei contratti e sui pacchetti, dovrebbero favorire non soltanto i consumatori, ma anche le microimprese e le piccole imprese, nonché le organizzazioni senza scopo di lucro quali definite nel diritto nazionale. Le categorie di imprese e organizzazioni hanno una posizione contrattuale comparabile a quella dei consumatori e dovrebbero pertanto godere dello stesso livello di tutela, a meno che rinuncino espressamente a tali diritti. Gli obblighi relativi alle informazioni contrattuali di cui alla presente direttiva, compresi quelli previsti dalla direttiva 2011/83/UE cui si fa riferimento nella presente direttiva, dovrebbero applicarsi a prescindere dall'esecuzione e dall'importo del pagamento che deve essere effettuato dal cliente. Gli obblighi relativi alle informazioni contrattuali, compresi quelli contemplati dalla direttiva 2011/83/UE, dovrebbero applicarsi automatica-mente alle microimprese, alle piccole imprese e alle organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse preferiscano negoziare termini contrattuali personalizzati con i fornitori di servizi di comunicazione elettronica. Diversamente dalle microimprese, dalle piccole imprese e dalle organizzazioni senza scopo di lucro, le imprese più grandi dispongono generalmente di un maggior potere contrattuale e pertanto non dipendono dagli stessi obblighi di informazione contrattuale validi per i consumatori”.*

Il Regolamento, pertanto, andrebbe a disciplinare i diritti per gli utenti finali e gli obblighi per gli operatori, in linea con il Codice, sulla base del criterio soggettivo più che della tipologia contrattuale. Ne consegue che si ritengono applicabili, ad esempio le tutele sulla durata dei contratti e sul recesso non in base al modello contrattuale, come indica la “legge Bersani”, bensì in base alla tipologia di utente finale di volta in volta interessato, consumatori, micro-imprese, etc..

L’Autorità afferma, dunque, che la norma sul recesso di cui all’art. 98-septies-decies, comma 4, del Codice, “*se il contratto prevede la proroga automatica di un contratto a durata determinata ....dopo la proroga l'utente finale ha il diritto di recedere dal contratto in qualsiasi momento con un preavviso di massimo un mese e senza incorrere in alcuna penale né costi di disattivazione, eccetto quelli addebitati per la ricezione del servizio durante il periodo di preavviso*”, si applica all’utente finale indipendentemente dal fatto che il contratto sia per adesione o negoziato, anche laddove analoga previsione della legge Bersani è funzionale (giustamente) a tutelare i soli contratti per adesione.

Secondo l’impostazione proposta dall’Autorità, quindi, ci sarebbero specifiche norme del Codice che prevedono la loro applicazione:

- ai soli consumatori (ad es. Allegato 6 - parte A - richiamato dall’art. 98 del Codice in materia di controllo delle spese);
- ai consumatori nonché alle microimprese, piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro, dove queste ultime possono decidere in sede di stipula di rinunciare al livello di tutela ivi stabilito, negoziando condizioni diverse con il fornitore, (ad es. all’art. 98-quaterdecies, comma 3, del Codice per la scheda di sintesi);
- alla generalità degli utenti finali (ad es. l’art. 98-septiesdecies, comma 4, del Codice per la “proroga automatica”).

TIM, pur apprezzando lo sforzo dell’Autorità di redigere un corpo unico dei contratti, sistematizzando le diverse fonti normative, ritiene che la differente tipologia contrattuale (contratto per adesione vs

contratto negoziato) resti un criterio fondamentale per definire il corretto ambito di applicazione del Regolamento.

La necessità di rivedere l'ambito applicativo nel senso indicato può desumersi proprio dal considerando n. 259 della direttiva UE 2018/1972 dove, in relazione agli obblighi relativi alle informazioni contrattuali, compresi quelli contemplati dalla direttiva 2011/83/UE, si precisa che gli stessi dovrebbero applicarsi automaticamente alle microimprese, alle piccole imprese e alle organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse preferiscano negoziare termini contrattuali personalizzati con i fornitori di servizi di comunicazione elettronica. Diversamente dalle specifiche categorie che il legislatore eurocomunitario ha inteso tutelare, le imprese più grandi dispongono generalmente di un maggior potere contrattuale, nonché di adeguate competenze professionali, e, pertanto, non fanno certo discendere le proprie scelte di acquisto dalla corretta esecuzione degli stessi obblighi di informazione contrattuale previsti per i contratti con consumatori.

Ne consegue che il Regolamento in materia di contratti dovrebbe disciplinare solo i diritti degli utenti, nonché gli obblighi degli operatori, nell'ambito dei contratti per adesione.

In questo senso, la stessa Autorità, nel richiamare l'applicazione di alcune disposizioni (per es. durata) anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che non abbiano espressamente acconsentito, in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni, indica che il contratto per i suddetti utenti finali debba prevedere le specifiche clausole che consentano l'espressa rinuncia mediante un modulo pre-compilato. Se il modulo è precompilato è evidente che si tratti di un contratto per adesione.

A sostegno della tesi in parola, si deve pensare anche alla disciplina dello *ius variandi* prevista dal comma 5 dell'art. 98-septies-decies e dall'art. 6 dello schema di regolamento.

Lo *ius variandi* costituisce un diritto potestativo di modificare o specificare unilateralmente il contenuto del contratto. Si tratta di un diritto che è esercitato mediante un negozio unilaterale recettizio di secondo grado, che può avere una efficacia modificativa del contratto su cui incide, ovvero anche un'efficacia dichiarativa, con svolgimento interno di tipo specificativo. A tal fine gli operatori devono informare gli utenti finali, con un preavviso non inferiore a 30 giorni, della modifica e del loro diritto di recedere senza incorrere in alcuna penale o costo di disattivazione se non accettano le nuove condizioni.

Diversamente, in un contratto liberamente negoziato l'operatore può comunicare qualsiasi proposta di modifica alla controparte, ma la stessa diventerà efficace solo previa accettazione espressa, ad integrazione del previgente accordo.

In ultimo, sempre a sostegno della necessità di rivedere l'ambito di applicazione del regolamento, la società rammenta che la disciplina sulla migrazione e sulla portabilità, indirettamente richiamata dall'art. 8 bis, riguarda le migrazioni standard; i c.d. "progetti speciali" dei grandi clienti esulano dal relativo ambito applicativo, in quanto le parti definiscono liberamente tempi e modalità per la migrazione delle linee, in considerazione dell'elevato numero di linee coinvolte.

Con riferimento all'ambito soggettivo di applicazione del regolamento, occorrerebbe specificare che le disposizioni che trovano applicazione anche alle microimprese, alle piccole imprese ed alle organizzazioni senza scopo di lucro riguardano l'adesione ad un'offerta monolinea, che rappresenta il contesto più simile a quello della clientela residenziale. Ciò anche in considerazione del fatto che

per gli operatori sarebbe veramente complesso identificare ex ante le caratteristiche soggettive tali da far ricadere un dato cliente affari in una categoria, piuttosto che in un'altra. Tali caratteristiche, infatti, sono note esclusivamente all'impresa e, quindi, la predisposizione delle offerte nelle modalità indicate dallo schema di regolamento non sarebbe di per sé di agevole applicazione.

Diversamente, l'Autorità potrebbe prevedere l'applicazione delle garanzie introdotte dal Codice alle offerte che effettivamente si rivolgono a quella categoria di utenti affari più prossimi, per necessità ed esigenze di tutela, alla clientela residenziale.

Infine, la società evidenzia un ultimo aspetto, poiché, in relazione all'ambito applicativo sono state inserite, a suo dire, in maniera immotivata anche le medie imprese, categoria di utenti mai citata, né dalla Direttiva 2018/1972, né dal CCE.

Tale inserimento può avere senso solo se l'ambito applicativo del regolamento è riferito esclusivamente ai contratti per adesione, stante l'evidenza che anche una media (o grande) impresa potrebbe, in linea di principio, aderire ad un'offerta generalizzata in base ad un contratto per adesione.

A parere dell'operatore, l'art. 2 dovrebbe essere così riformulato:

***“Il presente regolamento si applica ai contratti per adesione tra operatori e utenti finali, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli a consumatori e a microimprese, piccole e medie-imprese e organizzazioni senza scopo di lucro”.***

V.14 **AGCOM.** L'Autorità non ritiene condivisibile la ricostruzione normativa svolta da uno dei rispondenti alla luce di quanto chiarito nei paragrafi 10 e 11 della delibera n. 89/23/CONS a cui si rinvia.

Infatti, il passaggio di rilievo del considerando n. 259 della direttiva UE 2018/1972, che il rispondente omette, recita quanto segue:

***“...alcune di tali disposizioni in materia di tutela degli utenti finali che si applicano a priori solo ai consumatori, segnatamente quelle sulle informazioni contrattuali, sulla durata massima dei contratti e sui pacchetti, dovrebbero favorire non soltanto i consumatori, ma anche le microimprese e le piccole imprese, nonché le organizzazioni senza scopo di lucro quali definite nel diritto nazionale. Le categorie di imprese e organizzazioni hanno una posizione contrattuale comparabile a quella dei consumatori e dovrebbero pertanto godere dello stesso livello di tutela, a meno che rinuncino espressamente a tali diritti...”***

È evidente come la stessa Direttiva, come poi ripreso dal Codice, fa riferimento a una rinuncia espressa e, la eventuale negoziazione del contratto, non risulta, in ciò, assolutamente influente in quanto, comunque, si tratta di soggetti che, anche laddove negoziassero, lo farebbero in una “posizione contrattuale comparabile a quella dei consumatori”, come chiaramente sottolineato nella Direttiva.

La negoziazione quindi, contrariamente a quanto vorrebbe sostenere uno dei rispondenti, potrebbe andare, addirittura, a svantaggio della micro o piccola impresa proprio in virtù della posizione di debolezza rispetto all'operatore.

Su questo la Direttiva, nello stesso considerando, è altrettanto chiara:

*“Diversamente dalle microimprese, dalle piccole imprese e dalle organizzazioni senza scopo di lucro, le imprese più grandi dispongono generalmente di un maggior potere contrattuale e pertanto non dipendono dagli stessi obblighi di informazione contrattuale validi per i consumatori”.*

Pertanto, si ribadisce quanto concluso nel paragrafo 11 della delibera n. 89/23/CONS *“Nelle materie indicate in oggetto, come anche chiarito nel considerando n. 259 sopra riportato, la direttiva trova applicazione sia per i consumatori, trattandosi di norme di maggior tutela, che per le “microimprese, piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro”<sup>1</sup>. Queste ultime entità, a differenza dei consumatori, possono tuttavia decidere di rinunciare al livello di tutela ivi stabilito, negoziando condizioni diverse con il fornitore. Perché la deroga possa avere un qualche effetto è necessario, tuttavia, che essa venga approvata dall’impresa o organizzazione espressamente in sede di stipula.”.*

D’altra parte, non appare all’Autorità di prevedere, in pedissequa applicazione della normativa nazionale e comunitaria (e non potrebbe il regolatore fare altrimenti pena, in difetto, la nullità dell’atto), un onere apprezzabile in capo all’operatore nel richiedere a questi di acquisire una rinuncia espressa da parte dell’impresa. Laddove la negoziazione fosse, infatti, in buona fede e ritenuta conveniente per la parte più debole, quest’ultima non avrà alcuna remora a rinunciare a parte (quelle specificate nel Codice e nel Regolamento) delle tutele contrattuali previste dal Regolamento.

V.15 **AGCOM.** Un rispondente, nel richiamare la previsione di cui al comma 4 dell’articolo 3 del Regolamento e che di seguito si riporta per chiarezza espositiva:

*“Le informazioni di cui ai commi 1, 2, 3 e 5 sono fornite anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito, in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni. Il contratto per i suddetti utenti finali prevede le specifiche clausole che consentono la espressa rinuncia mediante modulo pre-compilato”*

sostiene che la presenza di un **modulo pre-compilato** per esprimere la rinuncia alla non applicazione di parti del Regolamento identifichi il contratto come “per adesione”.

Appare evidente che il contratto potrà essere soggetto a negoziazione solo in applicazione della volontà delle parti. La clausola di rinuncia espressa ad alcune tutele è un possibile passaggio formale presupposto, nella facoltà dell’utente, che non è stato introdotto per identificare la tipologia di contratto ma solo per offrire una garanzia di trasparenza e per evitare possibili contenziosi o, quantomeno, per far sì che a seguito di una eventuale lite sui diritti applicati vi sia, a disposizione di chi dovrà definirla, una documentazione chiara e inequivocabile sulla volontà dell’utente medesimo.

V.16 **AGCOM.** Un rispondente evidenzia che la disciplina sulla migrazione e sulla portabilità, indirettamente richiamata dall’art. 8-bis del Regolamento, riguarda le migrazioni standard; i c.d. “progetti speciali” dei grandi clienti esulano dal relativo ambito applicativo, in quanto le parti definiscono liberamente tempi e modalità per la migrazione delle linee, in considerazione dell’elevato numero di linee coinvolte.

A tale riguardo, si rileva che nella proposta di Regolamento si riportano una serie di previsioni, fermo restando il diritto alla portabilità del/dei numeri, di carattere generale per gli utenti finali che sono consumatori, micro e piccole imprese, e associazioni senza scopo di lucro e imprese più grandi.

Laddove anche una micro o piccola impresa necessitasse (o ritenesse convenienti) di progetti speciali per la gestione tecnica, come d'altra parte le imprese più grandi, questi possono costituire oggetto di un accordo tra le parti, con rinuncia all'applicazione delle tempistiche regolamentate delle procedure di passaggio come, tra l'altro, ormai prassi consolidata sin dall'avvio delle procedure di passaggio ai sensi delle delibere n. 274/07/CONS e n. 35/10/CIR.

V.17 **AGCOM**. Un rispondente, con riferimento all'ambito soggettivo di applicazione del Regolamento, ritiene che occorrerebbe specificare che le disposizioni che trovano applicazione anche alle microimprese, alle piccole imprese ed alle organizzazioni senza scopo di lucro riguardano l'adesione ad un'offerta monolinea, che rappresenta il contesto più simile a quello della clientela residenziale.

L'Autorità ritiene che la proposta di circoscrivere l'ambito soggettivo di applicazione del Regolamento alle microimprese, alle piccole imprese ed alle organizzazioni senza scopo di lucro che aderiscono a offerte monolinea sia contraria al dettato normativo, il quale non opera alcuna distinzione tra microimprese, piccole imprese ed organizzazioni senza scopo di lucro sulla base delle caratteristiche tecniche delle offerte sottoscritte. Solo gli utenti che aderissero ad offerte mono linea sarebbero destinatari delle tutele previste dal Codice, operando quindi una discriminazione verso i soggetti che aderissero ad offerte multilinea, che non si vedrebbero riconosciute le medesime tutele dei soggetti che aderiscono ad offerte mono linee.

L'Autorità non ritiene, pertanto, in alcun modo ricevibile tale richiesta atteso che, come ripetuto, ogni deroga alle tutele del Regolamento deve essere per espressa volontà della micro o piccola impresa o associazione senza scopo di lucro. Il Codice e la Direttiva, in alcun passaggio individuano il numero di linee oggetto del contratto come un elemento distintivo e caratterizzante le tutele applicabili.

### III. LIBERTÀ DI SCELTA (ART. 3)

#### **Ambito soggettivo art 3, comma 2**

O.30 **OMISSIS**<sup>5</sup> ritiene che la formulazione dell'art. 3, comma 2 sia critica dal punto di vista di coerenza con il Codice ed anche del successivo art.4 (cui rimanda). A parere di **OMISSIS**, prevedere che *“Gli operatori adeguano i propri modelli contrattuali e adottano tutte le misure necessarie affinché gli utenti finali dispongano, prima della conclusione del contratto, delle informazioni elencate nell'articolo 4...”* significa di fatto estendere in modo generalizzato gli obblighi di informazione previsti al successivo art. 4 a tutti gli utenti finali (persona fisiche e giuridiche) e non solo alle categorie di utenti finali di volta in volta interessati, puntualmente elencati dallo stesso articolo 4.

O.31 **OMISSIS** ritiene le tutele relative alla libertà di scelta degli utenti garantite mediante l'imposizione di specifici obblighi informativi a carico degli operatori, vadano circoscritte, come nel Codice, ai soli clienti “consumatori” (per i quali sono inderogabili), con estensione a “micro imprese”, “piccole imprese” e “organizzazioni senza scopo di lucro” salvo che gli stessi consentano di

---

<sup>5</sup> Contributo congiunto **OMISSIS**.

derogarvi. Nella disposizione **OMISSIS** chiede, pertanto, di correggere il riferimento indiscriminato agli “utenti finali”.

O.32 **OMISSIS** chiede all’Autorità:

- di eliminare dal testo finale l’articolo 3 per facilitare un’interpretazione uniforme del Regolamento, considerato il diverso ambito di applicazione soggettiva di questo articolo rispetto alla relativa disposizione del Codice (articolo 98-quarterdecies) e rispetto all’articolo 4 del Regolamento stesso;
- in subordine, di sostituire il termine “utenti finali” di cui ai commi 1 e 2 dell’articolo 3 con “consumatori, microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro” poiché come la stessa Autorità chiarisce nello schema di Regolamento, l’articolo 98-quarterdecies del Codice non si applica a tutti gli utenti finali. Infatti, l’articolo del Codice inizia così: “Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto o da un’offerta corrispondente...”.

O.33 **OMISSIS** chiede all’Autorità di inserire una clausola generale che chiarisca che gli obblighi informativi sono limitati ai clienti che siano consumatori e piccole imprese e non si applicano ai clienti che siano grandi imprese. Allo stesso modo, gli obblighi di informazione non dovrebbero essere applicati nei confronti di qualsiasi utente finale nei contratti negoziati. **OMISSIS** chiede altresì di inserire una clausola generale che chiarisca che una rinuncia a qualsiasi diritto di protezione dell’utente finale (ad eccezione dei consumatori) può essere negoziata liberamente in un contratto senza la necessità di utilizzare il formato pre-approvato.

O.34 **OMISSIS** ritiene che l’Autorità debba precisare espressamente, al terzo comma, il riferimento ai contratti per adesione, così da escludere che le previsioni ivi riportate possano estendersi anche ai contratti liberamente negoziati tra le parti.

V.18 **AGCOM**: Il citato comma 2 prevede che:

*Gli operatori adeguano i propri modelli contrattuali e adottano tutte le misure necessarie affinché gli utenti finali dispongano, prima della conclusione del contratto, delle informazioni elencate nell’articolo 4 del presente Regolamento, che devono essere riportate in modo chiaro, dettagliato e facilmente comprensibile.*

Evidentemente si tratta di un principio generale che gli operatori devono attuare in base alle puntuali prescrizioni dell’articolo 4.

I commi 1 e 2 dell’art. 3 del Regolamento, quanto alla loro applicazione soggettiva (utenti finali), costituiscono una mera trasposizione dei commi 1 e 2 della delibera n. 519/15/CONS. In quel caso, la delibera n. 519 rinviava, quale base normativa, all’art. 70 del Codice, laddove in questo caso il Regolamento rinvia all’art. 98 quater-decies del nuovo Codice.

Il comma 1 dell’articolo 3, pertanto, in linea con il precedente Regolamento, disciplina il diritto, in via generale, da parte dell’utente finale alla stipulazione di un contratto che riguarda la fornitura di servizi di comunicazione elettronica.

Il comma 2, nello specifico, fa riferimento al diritto, da parte di una categoria di utenti finali che sono, sulla base di quanto chiarito al paragrafo V.13, consumatori, micro e piccole imprese e associazioni

senza scopo di lucro, ad ottenere, prima della conclusione del contratto, delle informazioni specificate nell'articolo 4.

Si condivide, pertanto, sull'opportunità di meglio specificare l'ambito soggettivo di applicazione del comma 2 dell'articolo 3 del Regolamento che è pertanto così conseguentemente modificato:

*Gli operatori adeguano i propri modelli contrattuali e adottano tutte le misure necessarie affinché gli utenti finali i consumatori, le microimprese, le piccole imprese e le organizzazioni senza scopo di lucro dispongano, prima della conclusione del contratto, delle informazioni elencate nell'articolo 4 del presente Regolamento, che devono essere riportate in modo chiaro, dettagliato e facilmente comprensibile.*

Avuto riguardo alla richiesta, di un rispondente, di esclusione dei contratti negoziati si rinvia a quanto ampiamente replicato al punto V.14, oltre che a quanto indicato ai paragrafi V.10- V.13.

In riferimento alla modalità di attuazione della clausola di rinuncia a parte delle tutele previste dal Regolamento da parte di micro e piccole imprese o associazioni, si condivide che ciò costituisce un diritto di tali enti, in base a un principio di libera negoziazione tra le parti come meglio chiarito nelle repliche relative all'articolo 4.

### **Articolo 3 comma 3**

O.35 **OMISSIS** chiede di emendare l'art. 3, comma 3, specificando che “*se il cambiamento di operatore avviene contro la volontà dell'utente finale, l'operatore responsabile non pretende alcun corrispettivo per le prestazioni erogate e provvede in favore dell'utente finale, oltre alla corresponsione degli indennizzi dovuti, al rimborso delle somme da questi indebitamente corrisposte in ragione del trasferimento, ivi incluse quelle necessarie al ripristino delle condizioni tecniche e contrattuali preesistenti*”, laddove la volontà del consumatore vada effettivamente nel senso di richiedere il ripristino delle condizioni preesistenti.

V.19 **AGCOM**. L'Autorità ritiene corretto specificare che il ripristino delle condizioni iniziali avvenga su richiesta dell'utente.

Il comma 3 dell'articolo 3 è pertanto integrato aggiungendo, dopo “volontà dell'utente finale”, “*previa richiesta di quest'ultimo*”.

*Gli operatori adottano tutte le misure necessarie ad evitare la fornitura di servizi in assenza di un contratto consapevolmente e liberamente concluso dall'utente finale, in particolare nel caso in cui il contratto comporti il passaggio ad altro operatore e la portabilità del numero. Se il cambiamento di operatore avviene contro la volontà dell'utente finale, l'operatore responsabile non pretende alcun corrispettivo per le prestazioni erogate e provvede in favore dell'utente finale, oltre alla corresponsione degli indennizzi dovuti, al rimborso delle somme da questi indebitamente corrisposte in ragione del trasferimento, ivi incluse quelle necessarie, **previa richiesta di quest'ultimo**, al ripristino delle condizioni tecniche e contrattuali preesistenti.*

O.36 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**<sup>6</sup> ritiene che dalla formulazione del comma 3 non appare chiaro cosa accada se, in caso di cambio operatore senza la volontà dell'utente finale, non sia possibile ritornare alle condizioni tecniche e contrattuali preesistenti al cambio non voluto.

<sup>6</sup> Contributo congiunto **ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI**:

**L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** propone di aggiungere, al termine del comma stesso, la dicitura “se tecnicamente possibile” nonché prevedere un indennizzo economico da parte del recipient pari allo sconto che sarebbe stato applicato se l’offerta fosse rimasta correttamente in essere con l’operatore donor. **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** propone inoltre di sostituire l'espressione "contro la volontà dell'utente finale" con l'espressione "in assenza di volontà certificata dell'utente finale".

V.20 **AGCOM.** L’Autorità condivide che il ripristino delle condizioni iniziali di servizio avverrà nella misura in cui sia tecnicamente possibile. La seconda parte del comma 3 è pertanto modificata **come** segue:

*“Se il cambiamento di operatore avviene ~~contro la~~ **in assenza della** volontà **comprovata** dell’utente finale, l’operatore responsabile non pretende alcun corrispettivo per le prestazioni erogate e provvede in favore dell’utente finale, oltre alla corresponsione degli indennizzi dovuti, al rimborso delle somme da questi indebitamente corrisposte in ragione del trasferimento, ivi incluse quelle necessarie, **previa richiesta di quest’ultimo**, al ripristino delle condizioni tecniche e contrattuali preesistenti se tecnicamente possibile”.*

V.21 **AGCOM.** L’Autorità non ritiene, invece, percorribile la proposta di prevedere lo sconto sul canone atteso che ha già previsto, ai sensi del Codice e della vigente regolamentazione, la corresponsione degli indennizzi.

O.37 **OMISSIS** ritiene che la ratio sottesa all’introduzione di quest’articolo, ossia la tutela del principio di trasparenza a vantaggio di una scelta consapevole ed informata degli utenti, rappresenti uno degli elementi fondamentali del Regolamento. Pertanto, la società ritiene necessarie alcune integrazioni al presente articolo volte a rafforzarne l’efficacia. In particolare, occorre chiarire in modo inequivocabile, all’interno del comma 2, che gli operatori devono fornire le informazioni di cui all’art. 4 in modo chiaro, dettagliato e comprensibile per il consumatore medio tramite tutti i propri canali di vendita. A tal fine, **OMISSIS** ritiene utile introdurre una dicitura volta a precisare che tali informazioni devono essere comunicate non solamente all’interno dei modelli contrattuali, ma anche nell’ambito delle attività promozionali e di vendita telefoniche o attraverso canali di telemarketing o teleselling, anche in caso di vendita attraverso partner commerciali.

V.22 **AGCOM.** In relazione alla richiesta di un rispondente di introdurre una dicitura volta a precisare che le informazioni di cui all’articolo 4 devono essere comunicate non solamente all’interno dei modelli contrattuali, ma anche nell’ambito delle attività promozionali e di vendita telefoniche o attraverso canali di *telemarketing* o *teleselling*, anche in caso di vendita attraverso partner commerciali, fa presente che il tema della trasparenza informativa sarà oggetto di uno specifico provvedimento di revisione della delibera n. 252/16/CONS. Tuttavia, va specificato che alcuni dei principi richiamati dal rispondente sono già, avuto riguardo al *telemarketing* e *teleselling* ripresi nel Codice di condotta approvato con delibera n. 197/23/CONS oltre che nella successiva sezione V.26, relative ai contratti acquisiti mediante tale canale di vendita

O.38 **OMISSIS**, con riferimento al comma 3, ritiene ultronea e di difficile applicazione la disposizione riguardante il “rimborso delle somme da questi [dall’utente finale] indebitamente corrisposte in ragione del trasferimento [non voluto ad altro operatore], ivi incluse quelle necessarie al ripristino delle condizioni tecniche e contrattuali preesistenti”. **OMISSIS** ritiene sia superflua in

quanto l'obbligo di rimborso delle somme spese e di quelle necessarie per il ripristino è una conseguenza civilistica dell'attivazione di un servizio non richiesto. Inoltre, una simile disposizione, benché basata su un obbligo civilistico (pertanto di per sé già sussistente e vincolante per gli operatori), potrebbe dare luogo ad abusi e comportamenti opportunistici, soprattutto in sede di contenzioso CORECOM/AGCOM. La società propone pertanto, laddove venisse in ogni caso confermata, un temperamento del principio, ad esempio indicando che le spese devono essere documentate e comunque ragionevoli e proporzionate.

V.23 **AGCOM.** L'Autorità, in disparte da quanto previsto a livello generale dal Codice civile, ritiene - atteso che la corresponsione di tali indennizzi avviene, salvi casi di preventivi accordi tra le parti, in sede di contenzioso - necessaria una misura regolamentare che ben delimiti l'ambito soggettivo e oggettivo del procedimento. Avuto riguardo alla documentazione sottostante la richiesta dell'utente, la precisazione appare superflua in quanto, in caso di fallimento della conciliazione, la definizione della lite da parte dell'Autorità non può che basarsi su elementi e fatti accertati alla luce di criteri di ragionevolezza ed efficienza ed efficacia dell'azione amministrativa.

#### **IV. INFORMAZIONI CONTRATTUALI (ART. 4)**

O.39 **La OMISSIS** chiede di **(I)** applicare tale articolo ai soli consumatori e piccole imprese (l'articolo non si applica alle grandi imprese); **(II)** non applicare tale articolo nei confronti di qualsiasi utente finale nei contratti negoziati; **(III)** inserire una clausola generale che chiarisca che la rinuncia a qualsiasi diritto di protezione dell'utente finale (ad eccezione dei consumatori) può essere negoziata liberamente in un contratto senza la necessità di utilizzare il formato pre-approvato; **(IV)** considerare che con la parola "fornitori" utilizzata in tutto il Regolamento si intende indicare "Operatori".

O.40 **OMISSIS** chiede di **(I)** eliminare dal testo finale qualunque riferimento al concetto di "utente finale" al fine di rendere coerente il testo proposto nello schema di Regolamento con la Direttiva ed il Codice; **(II)** riportare fedelmente gli elementi principali dell'obbligo informativo di cui alla Direttiva, senza ulteriori prescrizioni, in ossequio al principio di armonizzazione che ha ispirato la Direttiva stessa (art. 101.1 della Direttiva); **(III)** eliminare dal **comma 4** il seguente testo: "*Il contratto per i suddetti utenti finali prevede le specifiche clausole che consentono la espressa rinuncia mediante modulo pre-compilato*", in ossequio al principio di libertà imprenditoriale.

V.24 **AGCOM.** In relazione alle richieste dei rispondenti di cui sopra, che riguardano l'ambito soggettivo di applicazione, si rinvia alle sezioni dei precedenti capitoli e, in particolare, al paragrafo V.13 in cui sono state già estesamente affrontate le relative questioni e per le quali l'Autorità ha già fornito le proprie valutazioni.

**In merito al modulo precompilato**, l'Autorità ritiene condivisibile, nel rispetto del principio di autonomia imprenditoriale, lasciare agli operatori le modalità attraverso cui dare attuazione alla disposizione Codicistica per cui "*Le informazioni di cui ai commi 1, 2, 3 e 5 sono fornite anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito, in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni*". Come noto, la norma lascia in capo a tali enti la possibilità di derogare alle disposizioni del Regolamento, ma non individua anche le modalità attraverso cui tale deroga possa realizzarsi. Pertanto, il modulo precompilato intercetta solo una delle modalità attraverso cui esercitare la rinuncia, potendo invece, l'ente in parola, anche derogare alle

norme del Regolamento in un modulo non precompilato dall'operatore ma liberamente negoziato tra le parti.

Alla luce di quanto sopra, **il comma 4** viene modificato, eliminando la seguente parte “ **mediante modulo pre-compilato**”.

L'Autorità, inoltre, nel rinviare a quanto disciplinato in merito alla nozione di “operatore”, ritiene condivisibile sostituire la parola “fornitori” con “operatori”, in ogni parte del Regolamento.

O.41 **OMISSIS ritiene** che il **comma 7**, così come formulato, costituisca una limitazione alla facoltà di notificare proposte di modifiche delle condizioni contrattuali sproporzionata e non conforme alle norme nazionali ed europee.

V.25 **AGCOM**. In relazione all'osservazione di cui sopra, si chiarisce che l'operatore può, ai sensi del Codice e del Regolamento, apportare modifiche contrattuali ai sensi del successivo articolo 6. Tuttavia, l'Autorità, anche alla luce dei paragrafi 50 a seguire della delibera n. 89/23/CONS, ritiene opportuno meglio chiarire la portata della misura.

In particolare, l'Autorità ritiene di poter replicare all'osservazione del rispondente con un richiamo a quanto segue, già riportato nel citato paragrafo 50:

*“E invero, il meccanismo dello *jus variandi* non può giustificare qualsivoglia intervento contrattuale dell'operatore. Sul punto, lo stesso Consiglio di Stato, in una propria pronuncia (n. 8024/2019), ha spiegato quanto segue: “*Ritiene il Collegio che, quantomeno nel quadro dei rapporti contrattuali caratterizzati da una forte asimmetria tra i contraenti, la ricostruzione in termini di bilateralità del meccanismo modifica-recesso sia fuorviante. Il contegno dell'utente che ometta di esercitare il recesso non è sufficiente a ricondurre la variazione disposta unilateralmente dall'operatore professionale ad un accordo. Il cliente “subisce” la modifica apportata ex uno latere e che egli non ha voluto. Ad impedire di riconoscere al silenzio il significato di accettazione delle nuove condizioni contrattuali sta una fondamentale considerazione: il recesso permette al titolare, non la conservazione delle condizioni contrattuali originariamente convenute, ma soltanto l'uscita dal rapporto; la difficoltà per gli utenti più vulnerabili di destreggiarsi sul mercato costituisce per essi un disincentivo significativo ad avvalersi della facoltà di exit*”.*

Da quanto sopra, lo stesso Giudice ha poi tratto la conclusione (esattamente pertinente anche nella fattispecie qui in esame, dove addirittura è stata innovata la modalità di pagamento dei servizi) secondo cui *“Per questi motivi, l'art. 70, comma 4, del Codice, non può applicarsi a qualsivoglia tipo di variazione del contenuto del contratto, dovendosi riconoscere in via ermeneutica due tipologie di limiti: in primo luogo, le modifiche unilaterali possono riguardare soltanto la variazione di condizioni già contemplate nel contratto; in secondo luogo, i mutamenti delle condizioni preesistenti non possono mai raggiungere il livello della novazione del preesistente rapporto obbligatorio.”*

O.42 **OMISSIS** formula una osservazione sulla **sintesi contrattuale (commi 5-6)** evidenziando che la proposta in consultazione, così come formulata, non può essere attuata in caso di adesione all'offerta da canale telefonico. L'operatore ritiene che, laddove il cliente sia impossibilitato ad accedere alla propria casella di posta elettronica, le informazioni e la relativa sintesi contrattuale possano entrare nella disponibilità di quest'ultimo, nel corso della telefonata, tramite l'accesso in tempo reale al sito web dell'operatore attraverso l'assistenza dell'operatore. Oppure, in alternativa,

l'operatore stesso, durante la conversazione, dovrà accertarsi che il cliente sia entrato in possesso ed abbia visto la Sintesi Contrattuale e le informazioni precontrattuali richiamate dal Regolamento. Nel corso della telefonata, naturalmente, verrà registrata su supporto durevole (vocal order) la conferma del cliente circa l'entrata in possesso dei documenti.

V.26 **AGCOM.** A tale riguardo l'Autorità ha già fornito ampi chiarimenti al paragrafo 27 della delibera n. 89/23/CONS, che di seguito, per quanto di interesse, si riporta.

*“A tale proposito si ritiene di interesse quanto riportato nel considerato 261 della direttiva europea, che ha istituito il nuovo Codice europeo, laddove chiarisce che Le informazioni fornite prima della stipula del contratto e il modello di sintesi dovrebbero costituire parte integrante del contratto finale.*

Si ritiene che la sintesi contrattuale debba essere disponibile, essendo prevista anche in caso di contratto a distanza, via web, laddove il cliente deve avere a propria disposizione la sintesi di contratto da visionare e accettare prima della sottoscrizione della proposta contrattuale; in caso di contratto via telefono potrà essere inviata all'utente tramite e-mail in modo da poterla visionare nel corso della telefonata o successivamente prima di effettuare l'ordine. Analogamente dovrà essere immediatamente disponibile nei punti vendita unitamente al contratto principale.”.

“Tale modello di sintesi contrattuale, come detto, deve essere fornito a tutti i consumatori prima della sottoscrizione del contratto.

Si pone l'accento sul requisito della contestualità, rispetto al contratto, della messa a disposizione della sintesi contrattuale e, in ogni caso, della necessaria presa visione da parte dell'utente prima della relativa sottoscrizione.

Nello specifico è previsto, nello schema di Regolamento, che “il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale”. Le modalità di conferma possono essere molteplici e si ritiene di lasciare al mercato di individuarle, fermo restando che il consenso dovrà restare prova (ad esempio, in caso di adesione via web non dovrà essere possibile procedere alla conclusione del contratto prima di aver confermato di aver preso visione della sintesi). È stato, pertanto, previsto nello schema di Regolamento il seguente comma:

*6. I fornitori soggetti agli obblighi di cui al comma 1 forniscono, mediante il modello sintetico di cui al Regolamento di esecuzione (UE) 2019/2243 della Commissione, del 17 dicembre 2019, la sintesi contrattuale gratuitamente ai consumatori, **prima della stipula del contratto, anche nel caso di contratti a distanza.** Qualora sia impossibile in quel momento, per ragioni tecniche oggettive, fornire la sintesi contrattuale, essa è fornita in seguito senza indebito ritardo; il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale.“*

Si riferisce, altresì, che nel considerato 261 della direttiva europea, che ha istituito il nuovo Codice europeo, si chiarisce che “*Le informazioni fornite prima della stipula del contratto e il modello di sintesi dovrebbero costituire parte integrante del contratto finale*”.

Si riferisce, inoltre, che – in merito alla forma del contratto – occorre rispettare le disposizioni del Codice del consumo di cui al d. lgs n. 206/2005, artt. 50 e 51, a mente dei quali (si riporta uno stralcio di tali articoli, per quanto di interesse):

*“50.1. Per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali il professionista fornisce al consumatore le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, su supporto cartaceo o, se il consumatore è d'accordo, su un altro mezzo durevole. Dette informazioni devono essere leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile.*

*50.2. Il professionista fornisce al consumatore una copia del contratto firmato o la conferma del contratto **su supporto cartaceo** o, se il consumatore è d'accordo, **su un altro mezzo durevole**, compresa, se del caso, la conferma del previo consenso espresso e dell'accettazione del consumatore in conformità all'articolo 59, comma 1, lettera o)”.*

*51.6. Quando un contratto a distanza deve essere concluso **per telefono**, il professionista deve confermare l'offerta al consumatore, **il quale è vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto**; in tali casi il documento informatico può essere sottoscritto con firma elettronica ai sensi dell'articolo 21 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modificazioni. Dette conferme possono essere effettuate, se il consumatore acconsente, anche su un supporto durevole.”*

Alla luce di quanto sopra, normalmente la sintesi contrattuale non è un documento giuridicamente scisso dal contratto ma ne è parte integrante, sicché il contratto **si conclude/perfeziona** solo a seguito della **conferma** della ricezione della sintesi contrattuale e della relativa accettazione nelle forme previste.

Solo nei casi in cui, per motivi tecnici, non sia possibile fornire la sintesi contrattuale, il Codice ammette una scissione tra formazione del contratto e sua efficacia: anche in tal caso, il contratto **diventa efficace/effettivo** solo a seguito della **conferma** della ricezione della sintesi contrattuale e della sua accettazione.

Ciò premesso, la proposta del rispondente secondo cui le informazioni e la relativa sintesi contrattuale possano entrare nella disponibilità dell'utente nel corso della telefonata, tramite l'accesso in tempo reale al sito web attraverso l'assistenza dell'operatore, deve essere compatibile con il requisito secondo cui “il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale” e con le disposizioni sopra richiamate del Codice del consumo. Le modalità di conferma possono essere molteplici e sono lasciate alla valutazione del mercato, salvo ove la legge disponga diversamente come nel caso del contratto telefonico, fermo restando che di queste dovrà restare prova; ad esempio, in caso di adesione via web, non dovrà essere possibile procedere alla conclusione del contratto prima di aver confermato di aver preso visione della sintesi.

Si aggiunga che, ad ogni buon conto, ai sensi del comma 2 dell'art. 4 del Regolamento, *Le informazioni sono fornite in modo chiaro e comprensibile su un supporto durevole o, se non è fattibile fornire le informazioni su supporto durevole, sotto forma di documento facilmente scaricabile messo a disposizione dal fornitore, anche tramite modalità digitali.*

O.43 **OMISSIS** ritiene indispensabile un'armonizzazione della disciplina regolamentare che eviti una sovrapposizione di obblighi in capo agli operatori eliminando gli elementi ridondanti, limitando

le informazioni da fornire al cliente in fase precontrattuale a quelle indispensabili a renderlo edotto circa le principali caratteristiche e condizioni dell'offerta. Tra l'altro, tutte le informazioni tecniche ed economiche inerenti al servizio risultano già contenute nella documentazione contrattuale, prima fra tutte le informazioni richieste a norma dell'art. 4, comma 1, del Regolamento (UE) 2015/2120.

V.27 **AGCOM**. Le osservazioni di **OMISSIS** sulla sovrapposizione di obblighi appaiono generiche. Quanto invece alle informazioni richieste a norma dell'articolo 4, comma 1, del Regolamento (UE) n. 2015/2120, si osserva che queste ultime sono solo indicate a seguito del richiamo alla normativa di dettaglio e non sono ripetute testualmente nel testo del Regolamento proprio per evitare sovrapposizioni ed inutili ridondanze.

O.44 **OMISSIS** non condivide la proposta dell'Autorità di introdurre *ulteriori oneri informativi* in capo agli operatori, in quanto ritiene che le misure già oggi previste siano idonee a perseguire l'obiettivo che l'Autorità si pone con tale nuova disposizione, in antitesi con gli obiettivi del Codice e con i canoni di proporzionalità ed adeguatezza. Propone, pertanto, una revisione dell'attuale art. 4, di natura semplificatoria. Inoltre, **OMISSIS** non condivide la proposta nella misura in cui, prevedendo tra le informazioni precontrattuali da fornire all'utente anche livelli minimi di qualità del servizio e specifici parametri di qualità garantiti, sembra introdurre il principio di un livello minimo di qualità del servizio previsto da contratto che, qualora non rispettato, dia diritto all'utente ad un indennizzo/rimborso o al recesso<sup>7</sup>.

Più in dettaglio, **OMISSIS** propone le seguenti modifiche al testo della bozza in consultazione.

Alla lettera i), punto 1, comma 3 dell'art 4, la rispondente propone la seguente modifica:

*3. Gli operatori forniscono almeno le seguenti informazioni:*

*1) nell'ambito delle principali caratteristiche di ogni servizio fornito:*

~~*i. i livelli minimi di qualità del servizio laddove siano previsti dall'Operatore nella misura in cui sono offerti e gli specifici parametri di qualità garantiti. Laddove non sia offerto alcun livello minimo di qualità del servizio, ciò deve essere comunicato; i livelli minimi di qualità del servizio sono forniti tenute conto di quanto disposto dall'Autorità nelle delibere inerenti alle carte dei servizi per l'accesso da postazione fissa e mobile;*~~

*ii. fermo restando il diritto degli utenti finali di utilizzare apparecchiature terminali di loro scelta, a norma dell'articolo*

V.28 **AGCOM**. L'Autorità non ritiene di accogliere la proposta in quanto si ritiene essenziale il richiamo alle specifiche delibere dell'Autorità che riguardano la qualità dei servizi da rete fissa e mobile.

O.45 Al punto 2, comma 3 dell'art 4, **la rispondente propone** di seguito la seguente modifica:

*2) nell'ambito delle informazioni sul prezzo, ove e nella misura applicabile, gli importi dovuti rispettivamente per l'attivazione del servizio di comunicazione elettronica e per i costi ricorrenti o legati al consumo; in particolare gli operatori forniscono, l'indicizzazione automatica delle offerte ove prevista:*

---

<sup>7</sup> Il Codice, alla luce di queste circostanze, si limita a prevedere che i livelli minimi di qualità del servizio siano da indicare nella misura in cui sono offerti e questo proprio considerando espressamente i limiti anche tecnici che condizionano i livelli di servizio. La delibera, per come formulata, travalicherebbe il dettato del Codice, imponendo livelli minimi di qualità e finirebbe per porsi come fattore distorsivo pregiudicando gli Operatori diversi dagli Operatori di accesso, ovvero quelli che non hanno accesso all'infrastruttura nella sua interezza, che potrebbero non essere in condizione di controllare interamente la rete e dunque rispondere dei livelli di qualità del servizio offerti agli utenti.

V.29 **AGCOM.** L’Autorità ritiene condivisibile integrare l’elenco delle informazioni sul prezzo con la presenza o meno dell’indicizzazione, visto che tale elemento comunque va inserito anche nella sintesi contrattuale. Pertanto, il punto 2) va integrato, con la lettera h, con il riferimento alla indicizzazione automatica delle offerte ove prevista (si veda il successivo paragrafo V.33).

O.46 Al punto 3) comma 3 dell’art. 4, **il rispondente propone** la seguente modifica:

*b. costi legati al passaggio dell’utenza ad altro operatore ~~e agli accordi di indennizzo e rimborso in caso di ritardi e abusi nel passaggio, nonché informazioni circa le rispettive procedure; [duplicazione di informazioni già pubbliche perché contenute in delibere AGCom]~~*

*c. informazioni sul diritto, di cui beneficiano i consumatori che utilizzano servizi prepagati, al rimborso, su richiesta, dei crediti residui in caso di passaggio, come stabilito all’articolo 98-octiesdecies, comma 6 del Codice;*

*d. oneri per risoluzione anticipata dal contratto, comprese le informazioni sull’apparecchiatura terminale e sul recupero dei costi in relazione alla stessa;*

*e. ~~termine entro il quale avverrà l’attivazione del servizio e delle modalità di corresponsione dell’indennizzo automatico se tale termine non viene rispettato [duplicazione di informazioni già pubbliche perché contenute in delibere AGCom]~~*

*4) le disposizioni relative all’indennizzo e al rimborso, ivi compreso, se del caso, un riferimento esplicito ai diritti dei consumatori applicabili qualora non sia raggiunto il livello di qualità del servizio previsto dal contratto;*

V.30 **AGCOM.** L’Autorità non condivide la proposta di eliminare l’informazione degli indennizzi, in quanto il relativo regolamento prevede anche l’applicabilità di indennizzi contrattuali, come stabilito all’art. 15 della delibera n. 347/18/CONS, che stabilisce che “*Gli operatori informano gli utenti, mediante apposita comunicazione da pubblicare sui rispettivi siti web e nelle condizioni di contratto, delle fattispecie per le quali è previsto l’indennizzo automatico e dei relativi importi, nonché delle modalità per richiedere gli ulteriori indennizzi*” .

O.47 **Il rispondente** in relazione al comma 4 propone quanto segue:

*4. Le informazioni di cui ai commi 1, 2, 3 e 5 sono fornite anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro ~~che abbiano stipulato un contratto per adesione, a meno che quindi esse non abbiano espressamente acconsentito, in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni. Il contratto per i suddetti utenti finali prevede le specifiche clausole che consentono la espressa rinuncia mediante modulo pre-compilato-~~*

V.31 **AGCOM.** L’Autorità non ritiene di accogliere tale proposta per le ragioni illustrate nel precedente paragrafo V.14.

O.48 **Il rispondente** in relazione al comma 5 propone quanto segue:

*5. Gli operatori forniscono ai consumatori, unitamente al contratto prima della sottoscrizione, anche in caso di contatto telefonico, una sintesi contrattuale concisa e facilmente leggibile. Tale sintesi individua i principali elementi degli obblighi di informazione in conformità del comma 1. Gli elementi principali comprendono almeno:*

*a) il nome, l’indirizzo e i recapiti del fornitore e, se diversi, i recapiti per eventuali reclami;*

*b) le principali caratteristiche di ciascun servizio fornito inclusi eventuali meccanismi di indicizzazione ~~che dovranno essere comunicati con le modalità previste dal successivo articolo 8-quater;~~*

V.32 **AGCOM.** L’Autorità non ritiene utile accogliere la precisazione atteso che le modalità di cui all’articolo 8-quater presentano un livello di dettaglio eccessivo per la sintesi. Gli operatori inseriranno le informazioni utili sull’indicizzazione secondo canoni di ragionevolezza e buona fede.

O.49 **OMISSIS** propone di inserire un comma che imponga agli operatori che prevedono o introducono nei propri contratti clausole di indicizzazione, l’obbligo di informare gli utenti in maniera chiara e comprensibile della presenza di tali clausole prima della conclusione del contratto. Di seguito le modifiche proposte: “3. ***Gli operatori forniscono almeno le seguenti informazioni:..... h. informazioni sulla presenza, laddove applicata, delle clausole relative all’adeguamento del prezzo e quali indici di riferimento verranno applicati.***

V.33 **AGCOM.** L’Autorità condivide la proposta del rispondente e integra il comma 3, punto 2) con la lettera h.

*h. informazioni sulla presenza, laddove applicata, delle clausole relative all’adeguamento del prezzo e quali indici di riferimento verranno applicati.*

O.50 Sotto un diverso profilo, **la società ritiene** altresì auspicabile la modifica del **comma 7**, al fine di assicurare una maggiore chiarezza di quest’ultimo ed evitare interpretazioni che possano limitare eccessivamente la libertà commerciale degli operatori. Di seguito la modifica proposta:

“Le informazioni di cui ai commi 3 e 5 diventano parte integrante del contratto. **Gli operatori non possono apportare modifiche di carattere novativo** ~~e non sono modificate~~ prima della scadenza del termine di cui all’articolo 5, commi 1 e 2, se non con l’accordo esplicito delle parti contrattuali. Resta salva la possibilità degli operatori di introdurre modifiche unilaterali secondo ~~fatto salvo~~ quanto previsto dall’art. 6, comma 2 del presente Regolamento”.

V.34 **AGCOM.** L’Autorità non ritiene che la modifica proposta aggiunga elementi di maggior chiarezza al comma in questione la cui portata è stata, tra l’altro, chiarita in risposta alla precedente osservazione di un operatore proprio sul comma 7 (paragrafo V.25).

O.51 **Le società OMISSIS** suggeriscono di individuare una sola sintesi che contenga ogni informazione necessaria, senza frammentare e sovrapporre le indicazioni. La sintesi di cui al Regolamento di esecuzione UE 2019/2243, prevista dal comma 6, contiene già una serie di informazioni e di rimandi che potrebbero renderla la base di ogni indicazione da rendere all’utenza.

Più in particolare, le società propongono i seguenti emendamenti: **(I) al comma 1**, di prevedere per l’operatore solamente l’onere di informare il cliente dell’obbligo di quest’ultimo di cessare il rapporto con il precedente fornitore del servizio oggetto del trasferimento o attraverso l’informativa pre-contrattuale o mediante rinvio alla documentazione informativa di cui al successivo punto 5.

V.35 **AGCOM.** In relazione alla suddetta proposta del rispondente, l’Autorità prende atto del fatto che, effettivamente, in alcuni casi sottoposti nell’ambito delle conciliazioni o definizioni, quando il passaggio dell’utente al nuovo operatore non include tutti i servizi, in modo volontario o per errore, l’operatore *donating* continua a fatturare per il servizio per il quale non ha ricevuto la richiesta di migrazione. In tal caso, laddove l’intenzione dell’utente fosse stata quella di recedere da tutti i servizi, una comunicazione in tal senso al *donating* avrebbe evitato il disservizio. Ulteriore casistica che origina contenziosi è quella in cui l’utente migra a seguito di *ius variandi*. In tal caso l’operatore

*donating* non deve applicare costi di recesso. Tuttavia, in assenza di comunicazione dell'utente questi non è in grado di conoscere le motivazioni della migrazione.

A tale riguardo l'Autorità, al fine di evitare la doppia fatturazione che si genera a seguito di una richiesta di migrazione che, contrariamente alla volontà dell'utente, non comporta la cessazione di tutti i servizi con il *donating*, ritiene opportuno quanto segue.

Una possibile soluzione è quella di prevedere, nell'ambito delle procedure di passaggio, che la richiesta del *recipient* contenga, **in un campo opportuno, l'indicazione della volontà del cliente di cessare tutti i servizi con il *donating***. Ovviamente dovrà essere cura dell'operatore *recipient* acquisire dal cliente, per iscritto, nelle modalità previste, l'effettiva volontà contrattuale.

L'Autorità, pertanto, si riserva di avviare delle specifiche riunioni del tavolo tecnico sulle procedure di passaggio tra operatori al fine di definire le specifiche tecniche di tale comunicazione.

## DISPOSIZIONI FINALI

2. *L'Autorità si riserva di avviare specifiche riunioni del Tavolo tecnico sulle procedure di passaggio al fine di definire le specifiche tecniche per la comunicazione da parte dell'operatore *recipient* all'operatore *donating* della volontà dell'utente finale di recedere o meno da tutti i servizi. L'Autorità, pertanto, ritiene opportuna una modifica del comma 1 che disciplini tale fattispecie:*

1. Nel caso di contratti che comportano il trasferimento ad altro operatore, gli operatori, prima della conclusione del contratto, informano gli **utenti finali** ~~i consumatori~~ della conseguente cessazione del rapporto con il precedente fornitore del servizio oggetto del trasferimento, **laddove costoro confermino la volontà di cessare tutti i servizi di quest'ultimo**, e i della circostanza che l'eventuale esercizio del diritto di recedere ai sensi dell'articolo 52 del Codice del consumo non comporta il ripristino automatico di tale rapporto contrattuale.

Nel caso dello *ius variandi*, come già previsto al comma 3 dell'art. 6 l'utente finale dovrà informare l'operatore *donating*.

O.52 Le società **OMISSIS**, con riferimento al **comma 2, chiedono** di precisare<sup>8</sup> - in merito alla accessibilità ai disabili - se essa **debba essere garantita per il solo documento inviato all'utenza o se si riferisca anche al sito internet dell'operatore;**

V.36 **AGCOM**. In relazione al suddetto quesito, l'Autorità ribadisce che il presente provvedimento e l'articolo 4 riguardano le informazioni contrattuali nella disponibilità dell'utente finale mediante le modalità previste dall'operatore per la promozione e vendita dei servizi. Pertanto, nessuna precisazione appare necessaria.

O.53 Le società **OMISSIS**, con riferimento al **comma 3, n.1, lett. i), chiedono** di chiarire l'espressione "***laddove non sia offerto alcun livello minimo di qualità del servizio, ciò deve essere comunicato***" e definire se i "livelli minimi" debbano riguardare le prestazioni fornite con l'offerta di base (per la connettività, art. 7 della delibera n. 244/08/CSP) o, invece, la verifica della qualità del servizio reso ad uso dell'utente finale (art. 8 della delibera n. 244/08/CSP);

<sup>8</sup> "Le informazioni sono fornite in un formato accessibile per gli utenti finali con disabilità conformemente al diritto dell'Unione che armonizza i requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi".

V.37 **AGCOM**. In relazione al quesito suddetto si chiarisce che vanno indicati, laddove previsti dalle delibere dell’Autorità, i livelli minimi di qualità (a tale riguardo, si fa presente che le delibere citate sono state abrogate dalle successive delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS). In caso non siano previsti, va informato l’utente di tale circostanza.

O.54 Le società **OMISSIS**, con riferimento al comma 3, n. 4<sup>9</sup>, chiedono di specificare se si faccia riferimento a Misurainternet;

V.38 **AGCOM**. In merito a tale quesito l’Autorità chiarisce che nel succitato comma si fa riferimento alla delibera n. 156/23/CONS e a tutte le delibere che prevedono o prevederanno analoghi indennizzi.

O.55 Le società **OMISSIS** con riferimento al comma 4, chiedono di specificare le caratteristiche del modulo precompilato, se esso debba riprendere una per una le informazioni di cui ai commi 1, 2, 3 e 5, dando la possibilità al cliente di stabilire l’applicabilità o meno di ogni singola disposizione. Nel corso dell’audizione, gli operatori suggeriscono di eliminare l’obbligo di redazione di tale modulo, onde consentire loro di gestire più liberamente le modalità del contratto negoziato;

V.39 **AGCOM**. Come già chiarito nel paragrafo V.24 in esito alla presente consultazione l’Autorità ritiene che ogni operatore abbia la libertà di predisporre, o meno, il modulo con l’indicazione delle previsioni regolamentari a cui la micro o piccola impresa intende rinunciare. La previsione di un documento schematico, ad ogni buon conto, consente di facilitare soggetti non esperti nella comprensione di quali sono le specifiche clausole derogatorie del contratto.

O.56 Le società **OMISSIS (VI)** con riferimento al comma 6, chiedono di verificare<sup>10</sup> se il rinvio al comma 1 (che si occupa del trasferimento ad altro operatore) costituisca un refuso, che discende dall’art. 98 quater decies paragrafo 4 e, in tal caso, di eliminare il riferimento al comma 1, così da applicare il comma 6 alla conclusione di qualsivoglia contratto.

V.40 **AGCOM**. L’Autorità, preso atto che trattasi di un refuso, essendo il comma di interesse il 2, accoglie la richiesta.

6. I fornitori soggetti agli obblighi di cui al comma ~~1~~ **2** forniscono, mediante il modello sintetico di cui al Regolamento di esecuzione (UE) 2019/2243 della Commissione, del 17 dicembre 2019, la sintesi contrattuale gratuitamente ai consumatori, prima della stipula del contratto, anche nel caso di contratti a distanza. Qualora sia impossibile in quel momento, per ragioni tecniche oggettive, fornire la sintesi contrattuale, essa è fornita in seguito senza indebito ritardo; il contratto diventa efficace quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale.

O.57 **OMISSIS** propone di modificare il comma 5 (sintesi contrattuale), nel rispetto del livello di autonomia nelle modalità operative di fornitura della sintesi, come di seguito: ”gli operatori forniscono ai consumatori, *prima della sottoscrizione e* unitamente al contratto ~~prima della sottoscrizione, anche in caso di contatto telefonico,~~ una sintesi contrattuale concisa e facilmente

<sup>9</sup> “Le disposizioni relative all’indennizzo e al rimborso, ivi compreso, se del caso, un riferimento esplicito ai diritti dei consumatori applicabili qualora non sia raggiunto il livello di qualità del servizio previsto dal contratto”.

<sup>10</sup> I fornitori soggetti agli obblighi di cui al comma 1 forniscono, mediante il *modello sintetico* di cui al Regolamento di esecuzione (UE) 2019/2243 della Commissione, del 17 dicembre 2019, la sintesi contrattuale gratuitamente ai consumatori, prima della stipula del contratto, anche nel caso di contratti a distanza.

leggibile. *In caso di conclusione telefonica del contratto, gli operatori devono dimostrare di aver informato i consumatori della sintesi contrattuale anche mediante pubblicazione su proprio sito internet e di aver provveduto ad inviarne copia al cliente, anche mediante la sua area riservata*”.

V.41 **AGCOM.** L’Autorità, al riguardo, rinvia a quanto già chiarito al paragrafo V.26.

O.58 **OMISSIS propone** di modificare i seguenti commi: **(D) il comma 1** in quanto conterrebbe una imposizione non necessaria e comunque sproporzionata. Ciò in quanto l’esercizio del diritto di recesso in questione è disciplinato dal Codice del Consumo, e dunque non è certo che la relativa disciplina sia integrabile da disposizioni regolatorie dell’Autorità. In secondo luogo, nel merito, l’esercizio del diritto di recesso per sua natura non comporta il ripristino di situazioni preesistenti e, dunque, non può sussistere dubbio o equivoco sul punto.

V.42 **AGCOM.** L’Autorità ritiene l’osservazione poco centrata in quanto la prima parte del comma non riguarda il ripensamento ma il recesso dall’operatore donating a seguito della migrazione della linea e del numero telefonico, materia trattata dal Codice delle comunicazioni.

O.59 **OMISSIS**, in relazione al comma 2 rileva che lo stesso impone all’operatore di richiamare esplicitamente l’attenzione del consumatore sulla disponibilità del documento contenente le informazioni sull’offerta e sull’importanza di scaricarlo a fini di documentazione, riferimento futuro e riproduzione identica. Ritiene che si tratta di una previsione onerosa e di dubbia utilità pratica, posto che già oggi il documento di sintesi è inserito nel kit contrattuale, viene fornito su supporto durevole ed il cliente conferma di averne preso visione;

V.43 **AGCOM.** Nel prendere atto del fatto che alcuni operatori già inseriscono la sintesi contrattuale all’interno del kit contrattuale, su supporto durevole e conferma di presa visione, fa presente che il comma in questione è tratto da una previsione contenuta nell’art. 98-quater decies del Codice e che, per omogeneità stilistica, è ripresa dal Regolamento. Pertanto, la richiesta di eliminazione non può essere condivisa.

O.60 **OMISSIS**, con riferimento al comma 3.2. lettera c) laddove impone all’operatore di fornire all’utenza *“strumenti per salvaguardare la trasparenza delle fatture e monitorare il livello dei consumi”* osserva che, a suo avviso, appare una previsione piuttosto criptica, tanto più che tali strumenti dovrebbero essere forniti su supporto durevole o scaricabile. Sarebbe molto opportuno un chiarimento sui contenuti e una conseguente riformulazione, tenendo conto che gli strumenti per il monitoraggio dei livelli dei consumi sono già previsti da altre disposizioni regolamentari vigenti, oltretutto resi disponibili dagli operatori ma anche dai produttori di terminali.

V.44 **AGCOM.** In relazione alla trasparenza nelle fatture l’Autorità ritiene opportuno rinviare a quanto già previsto dalla delibera n. 418/07/CONS. In aggiunta l’Autorità si riserva di avviare uno specifico procedimento di revisione del suddetto regolamento.

O.61 **OMISSIS**, con riferimento al comma 4.5, lettera c, che si riferisce al caso di servizio *“fornito a fronte di un pagamento diretto in denaro”*, chiede di chiarire a quali servizi ci si riferisce.

V.45 **AGCOM.** L’Autorità chiarisce che ci si riferisce a tutti i servizi offerti nell’ambito del contratto per i quali è previsto un costo di attivazione e un costo ricorrente o legato al consumo.

O.62 **OMISSIS** evidenziano la criticità del **comma 4**<sup>11</sup>, il quale conferma che gli obblighi informativi di cui all'art. 4 non si applicano in modo generalizzato a tutti gli utenti finali persone fisiche o giuridiche, così come previsto dal Codice, ma solo a quelli di volta in volta interessati.

V.46 **AGCOM**. L'Autorità, in relazione all'osservazione di cui sopra, rinvia a quanto già chiarito sull'ambito soggettivo di applicazione del Regolamento al punto V.18

O.63 **OMISSIS** propone le seguenti modifiche: **(I) il comma 5, lett. f)**<sup>12</sup> prevede l'obbligo di includere nel documento una sintesi delle informazioni "di cui al comma 3, punto 8)" ossia quelle previste all'art. 4 co. 1 del Reg. (UE) 2015/2120 ("Regolamento Open Internet"). In realtà, il Codice all'art. 98 quater-decies co. 3 lett. f) prevede che la sintesi debba contenere un riferimento non a tutto l'art. 4 co. 1 del Regolamento Open Internet ma solo alle lett. d) ed e). Richiede, quindi, di modificare l'art. 4 co. 5 lett. f) del Regolamento indicando espressamente che la sintesi debba riportare solo le informazioni di cui alle citate lett. d) e e) dell'art. 4 comma 1 del Regolamento Open Internet in linea con quanto previsto dall'art. 98 quater-decies del Codice<sup>13</sup>;

V.47 **AGCOM**. L'Autorità osserva che l'articolo 98 quater decies del Codice prevede quanto segue:

*"f) con riguardo ai servizi di accesso a internet, una sintesi delle informazioni richieste a norma dell'articolo 4, paragrafo 1, lettere d) ed e), del regolamento (UE) 2015/2120".*

L'Autorità, pertanto, nel recepire l'osservazione di **OMISSIS**, integra il punto 8) del comma 3 come segue:

"8) i fornitori di servizi di accesso a Internet pubblicano anche le informazioni richieste a norma dell'articolo 4, comma 1, **lettere d) ed e)**, del regolamento (UE) 2015/2120."

O.64 **OMISSIS**, **con riferimento al comma 7 laddove** fa salvo "*quanto previsto dall'art. 6, comma 2 del presente Regolamento*", ritiene che si dovrebbe rinviare **a tutto l'art. 6 del Regolamento** e non solo al comma 2 in quanto, anche in caso di modifica delle informazioni contenute nella sintesi, troverà applicazione l'intera disciplina di cui all'art. 6 sulle modifiche contrattuali;

V.48 **AGCOM**. L'Autorità, nel ritenere condivisibile l'osservazione, apporta la seguente modifica al comma 7:

*"Le informazioni di cui ai commi 3 e 5 diventano parte integrante del contratto e non sono modificate prima della scadenza del termine di cui all'articolo 5 commi 1 e 2, se non con l'accordo esplicito delle parti contrattuali fatto salvo quanto previsto dall'art. 6, ~~comma 2~~ del presente Regolamento".*

<sup>11</sup> "Le informazioni di cui ai commi 1, 2, 3 e 5 sono fornite anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito, in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni".

<sup>12</sup> Gli elementi principali (della sintesi) comprendono almeno: "*con riguardo ai servizi di accesso a Internet, una sintesi delle informazioni di cui al **comma 3, punto 8)** [*“i fornitori di servizi di accesso a Internet pubblicano anche le informazioni richieste a norma dell'articolo 4, comma 1, del regolamento (UE) 2015/2120”*].*

<sup>13</sup> Si rammenta, in proposito, che le norme a tutela dei consumatori previste dalla Direttiva (UE) 2018/1972 sono di armonizzazione massima, come espressamente previsto dall'art. 101, e, dunque, gli Stati membri e le Autorità nazionali non possono introdurre nel diritto nazionale disposizioni in materia di tutela degli utenti finali che divergano da quanto previsto nel Codice, ivi incluse disposizioni più rigorose. Non possono, quindi, essere aggiunti obblighi informativi diversi e ulteriori rispetto a quanto previsto dalla Direttiva (UE) 2018/1972.

O.65 **OMISSIS**, con riferimento alle modalità di fornitura della sintesi, osserva che nello schema di Regolamento (p. 19) si prevede che la stessa, per i contratti telefonici, “*potrà essere inviata all’utente tramite e-mail in modo da poterla visionare nel corso della telefonata o successivamente prima di effettuare l’ordine*”. In via preliminare, il rispondente rileva che l’invio della sintesi a mezzo e-mail nel corso della telefonata è particolarmente oneroso dal punto di vista tecnico e peggiora l’experience lato cliente. Sotto questo profilo, ritiene che le modalità di fornitura della sintesi, in caso di contratto a distanza, debbano essere lasciate all’autonomia dei singoli operatori e che il Codice – che si ribadisce essere normativa di armonizzazione massima in materia di tutela dei consumatori – non consenta una disciplina di dettaglio delle modalità di invio della sintesi. Quanto previsto nella delibera in relazione al contratto concluso via telefono può al più costituire un esempio di come possa essere fornita la sintesi all’utente, ma non dovrebbe impedire all’operatore di adottare modalità alternative se in linea con le disposizioni del Codice.

V.49 **AGCOM**. L’Autorità osserva che al paragrafo 27 della delibera n. 89/23/CONS l’Autorità ha indicato quanto segue:

*“Si ritiene che la sintesi contrattuale debba essere disponibile, essendo prevista anche in caso di contratto a distanza, via web, laddove il cliente deve avere a propria disposizione la sintesi di contratto da visionare e accettare prima della sottoscrizione della proposta contrattuale; in caso di contratto via telefono **potrà essere inviata all’utente tramite e-mail in modo da poterla visionare nel corso della telefonata o successivamente prima di effettuare l’ordine**. Analogamente dovrà essere immediatamente disponibile nei punti vendita unitamente al contratto principale”..”.*

Tale modello di sintesi contrattuale, come detto, deve essere fornito a tutti i consumatori prima della sottoscrizione del contratto. Si pone l’accento sul requisito della contestualità, rispetto al contratto, della messa a disposizione della sintesi contrattuale e, in ogni caso, della necessaria presa visione da parte dell’utente prima della relativa sottoscrizione. Nello specifico è previsto, nello schema di Regolamento, che “*il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale*”. **Si ribadisce che le modalità di conferma possono essere molteplici e si ritiene di lasciare al mercato di individuarle, salvo quanto previsto dalla vigente normativa in materia**, fermo restando che del consenso dovrà restare prova (ad esempio, in caso di adesione via web non dovrà essere possibile procedere alla conclusione del contratto prima di aver confermato di aver preso visione della sintesi). È, quindi, già previsto nel Regolamento che le modalità di invio e di conferma sono lasciate al mercato, nel rispetto delle norme vigenti, e che la e-mail è indicata come un esempio (“potrà” essere inviata).

O.66 **OMISSIS** osserva che, nello schema di Regolamento (p. 19), l’Autorità specifica che “*la sintesi contrattuale non debba riguardare gli adeguamenti tariffari nell’ambito della vigenza contrattuale*”. Sky apprezza il chiarimento e ritiene che naturalmente si debbano considerare inclusi nel concetto di adeguamento tariffario anche le ipotesi di variazione del contratto su richiesta del cliente stesso, ad esempio in caso di acquisto di un prodotto o sottoscrizione di un nuovo servizio o di un’opzione.

O.67 **OMISSIS** propone le seguenti modifiche: **al comma 1** occorre chiarire che con “trasferimento” si intende la migrazione di cui alla delibera n. 274/07/CONS e, presumibilmente, anche la Mobile Number Portability, poiché solo tali fattispecie comportano la cessazione automatica

del rapporto. Nel caso della Number Portability c.d. pura, permane attiva la risorsa di accesso associata dal DN per la quale è necessario l'invio di una specifica comunicazione di recesso.

V.50 **AGCOM.** L'Autorità ritiene condivisibile la precisazione. A tale riguardo, come già chiarito in relazione ad analoga osservazione, è opportuno che gli operatori consentano di specificare, nelle proposte contrattuali, se il cliente intende migrare solo il numero telefonico (NP pura) o anche la linea di accesso (quindi il servizio dati). In tal caso, l'operatore *recipient* dovrà inviare all'operatore *donating* la relativa coerente richiesta di passaggio secondo le procedure vigenti. L'operatore *donating* cesserà anche la linea di accesso solo nel caso in cui avrà ricevuto la relativa richiesta di migrazione. L'Autorità ritiene opportuno, tuttavia, che il cliente sia informato nel modello contrattuale del fatto che, se intende cessare anche la linea di accesso dovrà indicarlo esplicitamente nella proposta contrattuale. Si rinvia a tale proposito a quanto chiarito su analoga questione e alla modifica del comma 1 dell'articolo 4 sopra indicata al punto V.35.

O.68 **OMISSIS** propone, con riferimento al comma 4, dal momento che in sede di sottoscrizione contrattuale viene data la possibilità all'utente finale di selezionare l'opzione appositamente dedicata a tale fattispecie, con un esplicito rimando alla disposizione delle Condizioni Generali di Fornitura e doppia sottoscrizione in quanto clausola vessatoria ex artt. 1341 e 1342, di non inserire il modulo precompilato come opzione di *default*. La ratio della disposizione sottesa, infatti, è tutelare l'utente finale senza l'aggravio di ulteriori documentazioni da far sottoscrivere ma fornendo sempre l'informativa richiesta, garantendo parimenti il diritto di rinunciare alle suddette disposizioni. Peraltro, il Codice delle Comunicazioni Elettroniche nemmeno richiede una specifica modalità di rinuncia a tali disposizioni, richiedendo solo che agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro sia garantito il diritto ad "espressamente acconsentire a non applicare tali disposizioni", lasciando gli operatori liberi quanto alle modalità di applicazione di tale diritto.

V.51 **AGCOM.** Si condividono le argomentazioni dell'operatore e si rinvia al V.24.

O.69 **OMISSIS** specifica, in riferimento al comma 5 (sintesi contrattuale) che, per requisito della contestualità, rispetto al contratto, della *messa a disposizione* della sintesi contrattuale e, in ogni caso, della necessaria presa visione da parte dell'utente prima della relativa sottoscrizione, si intende che le modalità di conferma possono essere molteplici e si ritiene di lasciare al mercato di individuarle, fermo restando che del consenso dovrà restare prova (ad esempio, in caso di adesione via *web* non dovrà essere possibile procedere alla conclusione del contratto prima di aver confermato di aver preso visione della sintesi). In merito alla comunicazione al cliente durante una contrattualizzazione via telefono è essenziale che siano previste forme di comunicazione al cliente alternative all'invio delle e-mail (ad esempio, invio tramite sms).

V.52 **AGCOM.** L'Autorità condivide l'osservazione dell'operatore nei limiti di quanto già in precedenza chiarito al paragrafo V.49.

O.70 **OMISSIS** esprime - in via generale- un commento in merito al comma 5 (sintesi contrattuale): ritiene che la sintesi contrattuale non debba essere espressamente accettata all'atto dell'adesione ad un'offerta, né che l'operatore debba dare prova della presa visione della stessa da parte del cliente. Il Codice configura, infatti, un mero obbligo di messa a disposizione della sintesi contrattuale, che deve essere fornita al cliente prima che lo stesso sia vincolato dal contratto.

L'accettazione espressa è sì prevista anche dal Codice, ma solo in una fattispecie residuale, ovvero quando, per comprovate ragioni tecniche, non sia stato possibile fornirla al cliente prima dell'adesione all'offerta. In quest'ultimo caso, si ritiene che l'accettazione possa essere acquisita anche con una formula di silenzio assenso, mutuata per analogia dal diritto di ripensamento del Codice del consumo (es. decorsi 15 giorni dalla comprovata presa visione della scheda da parte del cliente). Non invece appare plausibile ritenere che, in linea generale, sia prevista una espressa accettazione della sintesi contrattuale e che, in assenza di tale consenso espresso, gli effetti del contratto rimangano sospesi.

Nello schema di regolamento sembrerebbe che l'Autorità sia orientata a prevedere che la sintesi sia accettata dal cliente prima della sottoscrizione della proposta contrattuale. **OMISSIS** ritiene che tale interpretazione sia ultronea rispetto alla direttiva ed alle indicazioni fornite dalla Commissione, nonché rispetto al dettato dello stesso Codice.

La sintesi contrattuale deve essere messa a disposizione del cliente prima che lo stesso sia vincolato dal contratto. L'operatore non è tenuto a dar prova che di questo. La presa visione della scheda, men che meno l'accettazione della stessa, sono confinate dalla stessa novella legislativa alla sola fattispecie di impossibilità di fornirla al cliente prima che lo stesso sia vincolato dal contratto. In tali casi, e solo in essi, l'efficacia del contratto è subordinata all'accettazione (ex post) della sintesi contrattuale.

Preme al rispondente ricordare che l'art. 98-quaterdecies, al quarto comma, prevede l'invio della scheda di sintesi prima della stipula del contratto e stabilisce che, qualora sia impossibile farlo in quel momento per ragioni tecniche oggettive, essa è fornita senza indebito ritardo: in tal caso "il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale".

Come noto, la stipulazione del contratto, il perfezionamento del contratto, l'efficacia giuridica e la validità del contratto sono aspetti diversi di un rapporto negoziale.

I contratti nel settore delle telecomunicazioni, tipicamente, si perfezionano e diventano efficaci con l'accettazione dell'operatore della richiesta dei servizi da parte del cliente, comunicata secondo quanto previsto dalle condizioni di contratto.

La molteplicità dei canali di commercializzazione (negozi, Web, call center inbound ed outbound, agenti, etc.) con i diversi sistemi informativi coinvolti possono, in alcuni casi specifici, rendere difficoltoso per motivi tecnici l'invio della scheda di sintesi prima della "stipula del contratto".

La complessità dei sistemi può comportare, quindi, che l'invio della scheda possa avvenire quando il cliente ha già ricevuto la conferma d'ordine, che rappresenta il momento di perfezionamento dell'accordo. Il contratto, però, secondo il CCE, sarebbe solo perfezionato, ma non efficace, perché il cliente dovrebbe "confermare" il proprio accordo.

Nel valutare la portata di questa previsione, occorrerebbe considerare anche che gli attuali sistemi di vendita non contemplano la sospensione dell'efficacia dopo l'invio della conferma d'ordine, né appare possibile implementare questa innovazione senza incorrere in notevoli investimenti, a fronte di casistiche comunque residuali.

In conclusione, si chiede di specificare che, laddove eccezionalmente, soprattutto per motivi tecnici, la sintesi sia inviata dopo la stipula del contratto, la conferma del cliente possa essere resa anche con

un meccanismo di silenzio assenso, definendo un termine temporale di “sospensione” (eventualmente, anche disponibile alla possibilità di rinuncia espressa da parte del cliente) alla stregua di quanto previsto nel Codice del Consumo in materia di diritto di ripensamento.

V.53 **AGCOM**. L’Autorità, nel rinviare al par. V.49 non ritiene la posizione del rispondente condivisibile per le ragioni che seguono. Il comma 4 dell’articolo 98 quater-decies prevede, letteralmente, quanto segue:

*“I fornitori soggetti agli obblighi di cui al comma 1 forniscono, mediante il modello sintetico di cui al Regolamento di esecuzione (UE) 2019/2243 della Commissione, del 17 dicembre 2019, la sintesi contrattuale gratuitamente ai consumatori, **prima della stipula del contratto**, anche nel caso di contratti a distanza. Qualora sia impossibile in quel momento, per ragioni tecniche oggettive, fornire la sintesi contrattuale, essa è fornita in seguito senza indebito ritardo; **il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale.**”*

Le parti evidenziate in grassetto sono esplicite nel richiedere che, ai fini della validità, efficacia o effettività del contratto, il consumatore nei modi previsti, debba confermare il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale. Né risulta, in alcuna parte del Codice, che tale conferma sia circoscritta ai casi in cui il consumatore non ha ricevuto la sintesi prima dell’adesione all’offerta, essendo richiesta sempre.

Il sopra citato comma 4 prevede che qualora sia impossibile prima della stipula del contratto, per ragioni tecniche oggettive, fornire la sintesi contrattuale, essa è fornita in seguito senza indebito ritardo; tale precisazione del Codice assolve al compito di consentire agli operatori un margine di flessibilità e, allo stesso tempo, di stabilire che la sintesi contrattuale deve comunque essere inviata al consumatore.

**Il passaggio del comma 4**, precedente a quello evidenziato in grassetto, fa riferimento, al caso in cui sussistano “problemi di natura tecnica” che impediscano la immediata consegna della sintesi. Anche in tal caso, il contratto non è efficace se l’utente non ha confermato il proprio accordo a seguito della ricezione della sintesi. Se il contratto è stato stipulato per via telefonica, a seguito della ricezione della sintesi, esso andrà confermato per iscritto in modo che ne resti prova, come tra l’altro stabilito dall’art. 51 del Codice del consumo.

Tutto quanto premesso, si riferisce che la sintesi contrattuale, infatti, rappresenta lo strumento aggiuntivo che il Codice introduce per aumentare la garanzia che l’utente abbia ben compreso le caratteristiche salienti dell’offerta. Pertanto, laddove l’operatore inducesse l’utente ad aderire all’offerta prima di aver messo a disposizione la sintesi contrattuale, permarrebbe il diritto dell’utente a prenderne visione in un momento successivo e confermare la propria volontà di stipula del contratto.

Nel paragrafo 27 della delibera n. 89/23/CONS l’Autorità ha già chiarito quanto segue:

*“Le informazioni contrattuali sintetiche, siano esse in formato cartaceo o disponibili elettronicamente, devono essere disponibili prima della stipula del contratto, anche nel caso di contratti a distanza, e devono essere conformi alle pertinenti prescrizioni in materia di accessibilità e secondo lo schema definito dal Regolamento (UE) 2019/2243”.*

A tale proposito si ritiene di interesse quanto già richiamato e riportato nel considerato 261 della direttiva europea, che ha istituito il nuovo Codice europeo, laddove chiarisce che *Le informazioni fornite prima della stipula del contratto e il modello di sintesi dovrebbero costituire parte integrante del contratto finale.* “.

La proposta del rispondente non appare in linea con tale considerazione laddove ritiene che la sintesi contrattuale, unitamente al contratto, debba essere accettata esplicitamente solo in alcuni casi. Se la sintesi contrattuale fa giuridicamente parte integrante del contratto ciò deve essere vero in ogni caso e, pertanto, va accettata dal cliente in ogni caso.

Nella delibera n. 89/23/CONS si aggiunge, nello stesso paragrafo, quanto segue:

*“Si ritiene che la sintesi contrattuale debba essere disponibile, essendo prevista anche in caso di contratto a distanza, via web, laddove il cliente deve avere a propria disposizione la sintesi di contratto **da visionare e accettare** prima della sottoscrizione della proposta contrattuale; in caso di contratto via telefono potrà essere inviata all’utente tramite e-mail in modo da poterla visionare nel corso della telefonata o successivamente prima di effettuare l’ordine. Analogamente dovrà essere immediatamente disponibile nei punti vendita unitamente al contratto principale.* “.

*“Tale modello di sintesi contrattuale, come detto, deve essere fornito a tutti i consumatori prima della sottoscrizione del contratto. Si pone l’accento sul requisito della contestualità, rispetto al contratto, della messa a disposizione della sintesi contrattuale e, in ogni caso, della necessaria presa visione da parte dell’utente prima della relativa sottoscrizione. Nello specifico è previsto, nello schema di Regolamento, che “il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale”. Le modalità di conferma possono essere molteplici e si ritiene di lasciare al mercato di individuarle, fermo restando che il consenso dovrà restare prova (ad esempio, in caso di adesione via web non dovrà essere possibile procedere alla conclusione del contratto prima di aver confermato di aver preso visione della sintesi). È stato, pertanto, previsto nello schema di Regolamento il seguente comma:..”.*

O.71 Più dettaglio, **OMISSIS** riferisce che l’art. 4 fornisce l’elenco delle informazioni che devono essere rese al consumatore prima che sia vincolato da un contratto.

Le stesse informazioni sono fornite anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito, in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni. In relazione all’attuazione di tale previsione, concorda con la disposizione per cui il contratto (per adesione) debba prevedere un modulo pre-compilato, tramite cui i suddetti utenti finali possano manifestare la propria volontà di avvalersi della facoltà attribuitagli dal legislatore eurounitario.

In relazione al contenuto delle singole informazioni “obbligatorie”, apprezza lo sforzo compiuto dall’Autorità nel cercare di sistematizzarle in uno specifico elenco, che comunque, per alcuni aspetti, si sovrappone inevitabilmente alle informazioni previste dal Codice del Consumo, peraltro integrato recentemente con il recepimento della Direttiva Omnibus. Il rischio di porre in capo all’operatore l’obbligo di conformarsi a due normative fra di loro non strettamente coordinate è, naturalmente, concreto ed andrà opportunamente gestito in sede di eventuali attività di vigilanza.

Preme poi alla società rispondente sottolineare che l'estensione del diritto all'informazione in capo al consumatore va temperata, da una parte, con la complessità dell'insieme delle informazioni richieste, peraltro disciplinate da molteplici delibere, con le conseguenti possibili ambiguità interpretative (il livello della qualità, la velocità di upload e download minima, la velocità normalmente disponibile, la velocità di upload e download massima stimata e pubblicizzata, l'accessibilità delle informazioni a disposizione per gli utenti disabili, la portabilità e la migrazione, il modem libero, l'Internet aperta, etc.), e, dall'altra, con i concorrenti obblighi informativi previsti dalla regolamentazione emanata in base al precedente Codice.

Data la complessità del novero delle informazioni e la stratificazione dei provvedimenti regolamentari, la società auspica che si possa addivenire ad una radicale semplificazione degli obblighi informativi:

- in fase precontrattuale vi è l'obbligo di fornire le informazioni di cui al comma 3, art. 4 dello schema di Regolamento su supporto durevole o sotto forma di documento facilmente scaricabile anche tramite modalità digitali;
- in fase precontrattuale vi è obbligo di fornire la sintesi contrattuale di cui al comma 4, art. 4 dello schema di Regolamento su supporto durevole o sotto forma di documento facilmente scaricabile anche tramite modalità digitali;
- Trasversalmente sono vigenti tanto l'obbligo di pubblicazione delle schede di trasparenza tariffaria in una sezione specifica del sito dell'Operatore, quanto l'obbligo di invio delle stesse ai fini del motore di comparazione.

Auspica, pertanto, che l'Autorità voglia trovare il giusto equilibrio tra il diritto all'informazione e l'onere informativo, distinguendo tra le informazioni essenziali e quelle meno rilevanti. Ciò anche a vantaggio dell'utente stesso che, "travolto" da tale messe di informazioni nella delicata fase pre contrattuale, troverebbe oggettivamente difficile selezionare quelle essenziali, indispensabili per poter assumere una decisione di acquisto pienamente consapevole ed informata.

Al fine di agevolare l'encomiabile percorso di razionalizzazione e semplificazione della normativa intrapreso dall'Autorità, la società si riserva, in una successiva fase, di inviare una proposta con evidenza delle ridondanze e sovrapposizioni, in modo che si possa ulteriormente accelerare l'auspicata convergenza verso un corpo di regole il più possibile chiaro e certo.

V.54 **AGCOM**. In relazione alla manifestata esigenza di semplificazione e razionalizzazione si rinvia in primo luogo a quanto già rappresentato al paragrafo V.3.

Ciò premesso l'Autorità invita gli operatori a non confondere gli oneri di trasparenza generalizzata, di cui alla delibera n. 252/16/CONS e di cui all'art. 98 quindicesimo, dagli obblighi di informazione contrattuale. A tale ultimo riguardo, come già chiarito al paragrafo V.3, l'Autorità ha operato una razionalizzazione e semplificazione delle informazioni previste in Allegato 8 al Codice. Le informazioni di cui all'articolo 4 sono, pertanto, quelle ritenute essenziali per gli utenti.

O.72 Ciò premesso, **OMISSIS** si sofferma sulla **sintesi contrattuale**. Il Codice introduce l'obbligo di prevedere, in fase di sottoscrizione del contratto, un documento di sintesi contrattuale riepilogativo delle informazioni di cui all'art. 98-quaterdecies, comma 1. Il modello di sintesi contrattuale deve fornire gli elementi principali del contratto, che devono essere facilmente accessibili e comprensibili.

L'Autorità riporta che le informazioni di sintesi riguardano le caratteristiche di ciascun servizio, i relativi costi una tantum e ricorrenti, la durata del contratto, il rinnovo e la risoluzione, le misure per i disabili e le informazioni previste dal regolamento sulla net neutrality: (i) la velocità di upload e download minima; ii) la velocità normalmente disponibile; (iii) la velocità di upload e download massima stimata e pubblicizzata. In particolare, la società evidenzia che oggi, sia per la rete fissa, sia per la rete mobile, l'informazione fornita è relativa al profilo nominale di velocità dell'offerta (sia per il caricamento, sia per lo scaricamento dei dati). **OMISSIS** ritiene che la definizione di "velocità dichiarata" possa coincidere con il profilo nominale dell'offerta e che questa sia l'unica informazione che dovrebbe essere inclusa nella scheda di sintesi prevista dal CCE.

Le altre informazioni sulla velocità (banda normalmente disponibile e banda massima per le reti fisse; banda massima stimata per le reti mobili) assumono minor rilievo nei processi di scelta e confronto posti in essere dai clienti. Tali ulteriori informazioni andrebbero, di fatto, solo ad appesantire il contenuto della scheda di sintesi, privandola di efficacia informativa per il cliente (c.d. overflow informativo), e non dovrebbero, quindi, esservi incluse, pur continuando ad essere rese disponibili al cliente nell'ambito delle informative precontrattuali e contrattuali di maggior dettaglio.

Con riferimento al più ampio tema della velocità, l'aspetto più importante resta comunque quello di individuare una metodologia di definizione univoca per tutti gli operatori e che sia rappresentativa delle reali performance delle reti.

V.55 **AGCOM**. Le informazioni sulle velocità dell'offerta richiamate dal Codice e dal Regolamento sono quelle previste alla lettera d) dell'articolo 4, comma 1, del Regolamento sulla *net neutrality*:

*“una spiegazione chiara e comprensibile della velocità dei servizi di accesso a Internet minima, normalmente disponibile, massima e dichiarata di caricamento e scaricamento per le reti fisse o la velocità dei servizi di accesso a Internet massima stimata e dichiarata di caricamento e scaricamento per le reti mobili, nonché il potenziale impatto di deviazioni significative dalle rispettive velocità di caricamento e scaricamento dichiarate sull'esercizio dei diritti degli utenti finali di cui all'articolo 3, paragrafo 1”.*

Il significato e il formato di tali informazioni sono stati definiti nelle delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS. Di queste informazioni l'operatore deve fornire, nella sintesi contrattuale, un estratto. L'Autorità ritiene che gli operatori possano, pertanto, far riferimento alle informazioni fornite in Allegato 1 alle succitate delibere.

In proposito si rammenta che la delibera n. 156/23/CONS prevede che gli operatori pubblichino sul proprio sito web e rendano disponibile all'utente prima della conclusione del contratto un prospetto che riporti, per ciascun profilo tecnico di ciascuna offerta su rete fissa che include l'accesso a Internet, le informazioni contenute nel citato allegato, che diventa parte integrante del contratto. Con la delibera n. 23/23/CONS, l'Autorità ha previsto che gli operatori pubblichino sul proprio sito web e rendano disponibile all'utente prima della conclusione del contratto un prospetto che riporti, per ciascuna offerta mobile che include l'accesso a Internet, le informazioni contenute nel citato allegato 1.

O.73 **OMISSIS** rileva che l'Autorità ha poi incluso, tra le informazioni della sintesi, quelle relative all'eventuale indicizzazione dei prezzi delle offerte sulle quali, però, la società rinvia alle osservazioni

formulate in relazione all'art. 8-quater. Le informazioni contrattuali sintetiche, siano esse in formato cartaceo o disponibili elettronicamente, devono essere disponibili prima della stipula del contratto, anche nel caso di contratti a distanza, e devono essere conformi alle pertinenti prescrizioni in materia di accessibilità e secondo lo schema definito dal Regolamento (UE) 2019/2243.

A tale proposito l'Autorità chiarisce che le informazioni fornite prima della stipula del contratto e il modello di sintesi dovrebbero costituire parte integrante del contratto, fatto salvo quanto previsto dall'art. 6, comma 2 del presente Regolamento. La società concorda con la previsione che rende possibile per l'operatore, nei limiti previsti dal primo comma dell'art. 6, di poter comunicare specifiche modifiche con la facoltà per gli utenti di recedere dal contratto o di cambiare operatore, senza incorrere in alcuna penale o costi di disattivazione.

La società concorda sul fatto che la sintesi contrattuale possa assumere diverse forme essendo prevista anche in caso di contratto a distanza: da Web dovrà essere disponibile nel funnel di acquisto, laddove il cliente la deve avere a propria disposizione da visionare e scaricare; in caso di contratto via telefono, potrà essere inviata all'utente tramite e-mail, in modo da poterla visionare nel corso della telefonata o successivamente prima di effettuare l'ordine. La sintesi poi potrà essere resa disponibile elettronicamente (es. via e-mail) laddove si sia in presenza di forme di adesione digitali. Analogamente dovrà essere immediatamente disponibile nei punti vendita, unitamente al contratto.

Con riferimento all'ambito soggettivo delle misure, alla luce dell'estensione degli obblighi informativi anche per i clienti micro e piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro, la società riporta che l'attuazione di questa prescrizione non può non tener conto della complessità operativa dei processi di commercializzazione di un'offerta, in particolare se si tratta dell'acquisto contestuale di più servizi o della stessa offerta per più linee.

Secondo **OMISSIS** si dovrebbe poi debitamente valutare anche la circostanza che l'operatore non può avere visibilità ex ante delle caratteristiche soggettive dei clienti potenziali e, quindi, la verifica della loro sussistenza non dovrebbe costituire un obbligo in capo allo stesso.

Occorrerebbe quindi specificare che le disposizioni che trovano applicazione anche ai soggetti in questione riguardano l'adesione ad un'offerta monolinea, che rappresenta il contesto più simile a quello della clientela consumer. Andrebbe, inoltre, valutata la possibilità di dare attuazione a questo obbligo con una modalità che mutui, per analogia, quanto già previsto nel Codice per le offerte con durata contrattuale di 12 mesi, ovvero imponendo agli operatori di commercializzare almeno un'offerta con le caratteristiche richieste, lasciando poi al mercato la scelta di quale sottoscrivere tra le varie disponibili nei portafogli d'offerta di ciascun operatore.

V.56 **AGCOM**. In relazione alla richiesta di circoscrivere la misura, in termini soggettivi, a offerte monolinea si rinvia a quanto già chiarito, da ultimo, nel paragrafo V.17.

O.74 **OMISSIS** concorda invece con l'orientamento dell'Autorità, nella parte in cui si propone che la sintesi contrattuale non debba riguardare gli adeguamenti tariffari nell'ambito della vigenza contrattuale. Con la medesima logica, la società auspica che AGCOM voglia precisare che l'invio della scheda di sintesi dovrebbe essere previsto solo per le nuove attivazioni e solo per le offerte di accesso ad Internet (escludendo quindi trasformazioni, opzioni per l'acquisto di prodotti o servizi aggiuntivi, essendo in questi casi il cliente già legato da un rapporto contrattuale con l'operatore).

Tutto ciò premesso e argomentato, la società propone la seguente riformulazione dei commi 5 e 6 del presente articolo:

*“5. Gli Operatori forniscono ai consumatori, unitamente al contratto, **avente per oggetto l’attivazione di un’offerta di accesso ad Internet**, prima della sottoscrizione, anche in caso di contatto telefonico, una sintesi contrattuale concisa e facilmente leggibile. Tale sintesi individua i principali elementi degli obblighi di informazione in conformità del comma 1. Gli elementi principali comprendono almeno: a) il nome, l’indirizzo e i recapiti del fornitore e, se diversi, i recapiti per eventuali reclami; b) le principali caratteristiche di ciascun servizio fornito inclusi eventuali meccanismi di indicizzazione; c) i rispettivi prezzi per attivare il servizio di comunicazione elettronica e per i costi ricorrenti o legati al consumo, qualora il servizio sia fornito a fronte di un pagamento diretto in denaro; d) la durata del contratto e le condizioni di rinnovo e risoluzione; e) la misura in cui i prodotti e i servizi sono progettati per gli utenti finali con disabilità; f) con riguardo ai servizi di accesso a Internet, una sintesi delle informazioni di cui al comma 3, punto 8.”*

V.57 **AGCOM**. L’Autorità non ritiene opportuno né possibile restringere l’ambito oggettivo di applicazione delle tutele per gli utenti attesa la varietà di contratti e le possibili evoluzioni. Il presente provvedimento deve indicare le regole di carattere generale applicabile alla generalità dei contratti di fornitura di servizi di comunicazione elettronica.

O.75 In relazione al comma 6 **OMISSIS** propone quanto segue:

*“6. I fornitori soggetti agli obblighi di cui al comma 1 forniscono, mediante il modello sintetico di cui al Regolamento di esecuzione (UE) 2019/2243 della Commissione, del 17 dicembre 2019, la sintesi contrattuale gratuitamente ai consumatori, prima della stipula del contratto, anche nel caso di contratti a distanza. Qualora sia impossibile in quel momento, per ragioni tecniche oggettive, fornire la sintesi contrattuale, essa è fornita in seguito senza indebito ritardo; **in tali casi**, il contratto diventa efficace quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale. **La conferma si intenderà acquisita decorsi quindici giorni dalla comprovata presa visione della sintesi da parte del cliente”**.*

V.58 **AGCOM**. Per i motivi sopra esposti, l’Autorità non ritiene di accogliere il proposto meccanismo di silenzio assenso in quanto non previsto dal Codice. Si rinvia a tale proposito a quanto chiarito, da ultimo, nel paragrafo V.49.

O.76 In considerazione delle argomentazioni sopra esposte, **OMISSIS** chiede alla Autorità di tenere in massima considerazione le proposte integrative formulate in relazione al comma 4, limitando per gli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro l’applicazione degli obblighi informativi con riferimento alle sole offerte monolinea, al comma 5, circoscrivendo l’applicazione della scheda di sintesi alle sole nuove attivazioni di offerte di accesso ad Internet ed al comma 6, prevedendo una formula di silenzio assenso, mutuata dal diritto di ripensamento, in caso di invio della scheda di sintesi successivamente alla sottoscrizione del contratto.

V.59 **AGCOM**. L’Autorità rinvia a quanto sopra chiarito in merito alla richiesta, che non si ritiene di accogliere, di prevedere un meccanismo di silenzio assenso. Resta inteso che le misure di formazione e conclusione contrattuale definite o specificate nel presente Regolamento, fatto salvo

quanto già previsto dalla normativa vigente, si applicano ai contratti che saranno stipulati dalla sua entrata in vigore.

O.77 **OMISSIS** auspica, per quanto possibile, indicazioni ancora più operative e concrete e un coordinamento (dinamico) con altre delibere. Così ad es. quando si riepilogano gli obblighi informativi sarebbe utile ricordare per le singole voci, almeno in sintesi il contenuto dell'obbligo informativo, eventuali vincoli attuativi se ve ne sono e, in ogni caso, le specifiche disposizioni contenute in altre delibere che vanno considerate perché limitano/condizionano le scelte degli operatori in ordine all'attuazione dell'obbligo informativo. Nel seguito formula una serie di osservazioni e proposte.

In particolare, per il comma 3, punto 1):

- (lett. "i.") occorrerebbe chiarire per i diversi servizi gli eventuali **livelli minimi di qualità** da offrire obbligatoriamente in forza di altre disposizioni dell'Autorità, se ritenute ancora conformi al Codice, quantomeno richiamandole espressamente,
- (lett. "i.") occorrerebbe chiarire i **parametri di qualità per i diversi servizi da comunicare necessariamente** all'utente ai fini della conclusione del contratto, e l'eventuale formato da usare allo scopo, in forza di altre disposizioni dell'Autorità, se ritenute ancora conformi al Codice, quantomeno richiamandole espressamente
- (lett. "ii.") occorrerebbe esplicitare direttamente il contenuto dell'obbligo di cui **all'art. 3 par. 1 del Reg. 2015/2120 (sul cd. modem libero)** e richiamare la delibera dell'Autorità che disciplina nel dettaglio il suo rispetto

V.60 **AGCOM**. L'Autorità, nel rinviare ai paragrafi V.28 e V.55, riferisce che la delibera in parola attiene agli obblighi di informazione applicabili ai contratti. Il punto i. riguarda i parametri e i livelli minimi di qualità definiti nelle rilevanti delibere dell'Autorità che, come detto, ad oggi sono, ad esempio per la telefonia e la connettività su rete fissa e mobile, le delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS. A ciò si aggiungono le delibere sul servizio assistenza clienti, e quant'altro sarà disciplinato dall'Autorità in materia di carte dei servizi. Analogo discorso vale per il punto ii. che fa riferimento alle disposizioni comunitarie sul modem libero. L'Autorità ritiene opportuno evitare, ove non espressamente richiesto, di citare le norme di riferimento ovvero riproporre il loro contenuto testuale. Esplicitare direttamente nell'articolato gli obblighi specifici contenuti in altre delibere o in altre disposizioni appare infatti una tecnica sconsigliabile, sia perché le disposizioni rinviate potrebbero subire dei cambiamenti sia perché la ratio del presente articolo non è quella di entrare nel merito del contenuto delle discipline richiamate ma solo di effettuare una lista degli obblighi informativi in coerenza con le disposizioni comunitarie e nazionali.

O.78 **OMISSIS**, per il comma 3, punto 2) chiede i seguenti chiarimenti:

- (lett. "a.") per le **informazioni sui prezzi** occorrerebbe rinviare, per i vincoli di contenuto e di forma che ne discendono, alle specifiche disposizioni della delibera che disciplina la "trasparenza tariffaria" (sempre chiarendo l'ambito applicativo);
- (lett. "c.") per gli strumenti volti a salvaguardare la **trasparenza delle fatture e a monitorare il livello dei consumi**, occorrerebbe chiarire se vi sono specifici strumenti da garantire e richiamare la relativa disciplina di dettaglio menzionando le specifiche

disposizioni dell’Autorità, se ritenute ancora conformi al Codice (sempre chiarendo l’ambito applicativo).

V.61 **AGCOM.** L’Autorità ritiene che anche in tal caso valgono le considerazioni generali di cui sopra. Le disposizioni di dettaglio sulla trasparenza tariffaria e sul monitoraggio del livello dei consumi sono definite nelle delibere nn. 396/10/CONS e 256/16/CONS e potranno essere oggetto di una revisione regolamentare.

O.79 **OMISSIS** in relazione al comma 3, punto 3) riporta quanto segue:

(lett. “a.”) per “*ogni utilizzo minimo o durata minima richiesti per beneficiare di condizioni promozionali*” sarebbe utile ricordare, almeno in nota, che le offerte promozionali non possono essere sempre utilmente condizionate ad una durata minima poiché nei contratti per adesione soggetti alla Bersani, ci sono limiti al recupero dello sconto se non viene soddisfatta la condizione (e chiarire se e come si applichino oggi tali limiti); allo stesso tempo sarebbe importante chiarire che per il limite dei 24 mesi la previsione del Codice prevale sulla previsione della Bersani e cioè, da una parte, ne estende la portata (prima circoscritta alle sole offerte promozionali di un insieme di servizi e prodotti) ma, dall’altra, ammette per microimprese, piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro la possibilità di derogarvi espressamente;

- (lett. “b.”) per i “*costi legati al passaggio dell’utenza*”, occorrerebbe chiarire se vi sono limiti da considerare e quali;
- (lett. “b.” – “e.”) occorrerebbe chiarire **se vi sono vincoli da rispettare e, in caso positivo, indicare quali e da quali disposizioni discendano;**

V.62 **AGCOM.** L’Autorità rappresenta che, come sopra già chiarito, lo scopo dell’articolo 4 è quello di elencare la tipologia e il contenuto delle informazioni contrattuali senza entrare nello specifico merito che è definito, ove necessario, nei successivi articoli del presente Regolamento, nelle specifiche delibere o norme di legge a cui si rinvia. Per quanto riguarda gli sconti e la durata minima si richiama, ad esempio, che ad oggi è in vigore la delibera n. 487/18/CONS che potrà essere oggetto di revisione regolamentare. Ulteriori indicazioni sui limiti in relazione ai costi di recesso, in aggiunta a quanto contenuto nella suddetta delibera, sono, ad esempio e senza voler essere esaustivi, contenuti nell’art. 5, comma 5, del presente Regolamento, che rinvia all’articolo 98 septies decies comma 4 del Codice; nonché all’art. 98 septies decies, comma 10 (cd decreto Bersani) che costituisce la base normativa della delibera n. 487/18/CONS, attualmente ancora vigente (lett. b); in merito alle procedure nel passaggio tra operatori, ulteriori indicazioni sono fornite, ad esempio, nelle disposizioni di cui all’art. 8-bis del presente Regolamento e nella suddetta delibera per i costi di recesso.

O.80 **OMISSIS**, con riferimento al comma 4 ritiene che la **sottoscrizione di un modulo** a parte sia inutilmente gravosa e che dovrebbe bastare una sottoscrizione specifica in calce a idonea dicitura. Ciò specie in un’ottica di agevolare il ricorso a modalità digitali per la conclusione del contratto (sarebbe l’ennesima complicazione per l’operatore e l’utente che intendano valersi di modalità digitali di conclusione del contratto, poiché già deve raccogliere dal Cliente: il modulo NP, il modulo Elenchi, far caricare al cliente copia del suo documento di identità, etc..). In ogni caso, **OMISSIS** chiede che la previsione secondo la quale la espressa rinuncia debba essere fornita “mediante modulo per compilato” sia circoscritta dall’Autorità ai soli contratti per adesione. Per i contratti per adesione con microimprese, piccole imprese e organizzazione senza scopo di lucro dovrebbe bastare la specifica

approvazione della clausola. Per i contratti negoziati il consenso espresso è in realtà già nella firma dell'accordo e, a tutto voler concedere, dovrebbe bastare un'apposita sottoscrizione della clausola negoziata che prevede la deroga alla disposizione normativa (come per le vessatorie nei contratti per adesione).

V.63 **AGCOM**. Come già riferito nel par. V.24V.35, l'Autorità ritiene di eliminare dal comma il riferimento al modulo precompilato.

O.81 **OMISSIS**, con riferimento ai commi 5 e 6 segnala che il richiamo al "**comma 1**" contenuto in tali commi appare inconferente / frutto di un refuso. **OMISSIS** chiede di chiarire espressamente che per le micro-piccole imprese e le organizzazioni senza scopo di lucro l'obbligo di fornire la "sintesi" del contratto possa essere assolto assicurando i contenuti riepilogati nel comma 5, senza i vincoli di forma del Regolamento di cui al comma 6, che dovrebbe essere applicato ai soli clienti consumatori.

V.64 **AGCOM**. L'Autorità condivide in merito all'errore materiale del richiamo del comma 1 (al comma 5) e, per l'effetto, la disposizione viene modificata come già in precedenza chiarito al paragrafo V.40. Per quanto riguarda l'applicabilità del modello sintetico contenente la sintesi contrattuale di cui al comma 4 art. 98 quater decies del Codice, come ripreso al comma 6 citato dell'articolo 4 del Regolamento, si evidenzia che l'obbligo del fornitore è rivolto ai consumatori.

O.82 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** propone le seguenti modifiche: **(I) al comma 1**, sul tema della portabilità a seguito di contatto telefonico, chiede che il Regolamento espliciti con maggiore chiarezza che, in caso di ripensamento, costituisca onere del cliente di richiedere al precedente operatore di applicare le condizioni contrattuali preesistenti. Occorre informare il consumatore della procedura da seguire per ripristinare le condizioni precedenti. **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** inoltre propone che all'atto della sottoscrizione di un contratto che preveda la portabilità, effettuato a distanza, nella registrazione per autorizzare il nuovo contratto, venga prevista l'accettazione da parte dell'utente di ciò che avviene in caso di ripensamento o, se ha accettato, di non effettuare quanto previsto dall'art. 53 del CdC;

V.65 **AGCOM**. L'Autorità ritiene utile specificare, come richiesto, che il cliente dovrà richiedere al precedente operatore di applicare le condizioni preesistenti laddove tecnicamente possibile. Il comma 1, oggetto di precedente modifica, viene pertanto modificato come segue:

*1. Nel caso di contratti che comportano il trasferimento ad altro operatore, gli operatori, prima della conclusione del contratto, informano **gli utenti finali i-consumatori** della conseguente cessazione del rapporto con il precedente fornitore del servizio oggetto del trasferimento, **laddove costoro confermino la volontà di cessare tutti i servizi con quest'ultimo**, e della circostanza che l'eventuale esercizio del diritto di recedere ai sensi dell'articolo 52 del Codice del consumo non comporta, **laddove richiesto dall'utente all'operatore donating**, il ripristino automatico di tale rapporto contrattuale.*

O.83 **ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**. **(II) al comma 3,1, i)**, per le connessioni ad Internet i livelli minimi corrispondono alla velocità minima garantita ed attualmente questo parametro, se non rispettato, permette di recedere senza costi dal contratto. È indispensabile che

l'informazione di tale dato (anche per realizzare una corretta comparazione) sia sempre presente ovunque si promuova un servizio e che graficamente sia identico a quello per eventuali indicazioni della massima velocità possibile.

V.66 **AGCOM**. L'Autorità ritiene condivisibile che le informazioni sulle velocità di connessione a Internet, come previste dalle delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS, siano riportate nelle proposte contrattuali con caratteri chiari e delle stesse dimensioni.

O.84 **ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI. (III) al comma 3,2, a)**, nella telefonia mobile, nei casi di connessione ad Internet senza limiti o per elevati Gb, spesso è prevista, dopo una certa soglia, la limitazione della velocità di connessione. L'associazione ritiene che tale informazione debba essere specificata con chiarezza e quindi indicata in questo comma.

V.67 **AGCOM**. Nel ritenere condivisibile la precisazione, l'Autorità modifica l'informazione da fornire come segue:

comma 3.

Punto 2)

“i dettagli del piano o dei piani tariffari specifici previsti dal contratto e, per ciascun piano tariffario, i tipi di servizi offerti, compresi, se del caso, i volumi delle comunicazioni (quali MB, minuti, messaggi) inclusi in ciascun periodo di fatturazione e il prezzo per unità supplementare di comunicazione, **con la specificazione di eventuali limitazioni alla velocità di connessione superata una certa soglia di volume di banda;**

O.85 **ALCUNE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI** propongono le seguenti modifiche: **(I) al comma 2**, in merito alle informazioni inviate in modo chiaro e comprensibile su supporto durevole (o scaricabili dall'utente) si ritiene che l'operatore debba dotarsi di idoneo mezzo che ne certifichi la ricezione e la presa visione da parte dell'utente, ad esempio la conferma di lettura e-mail o un alert di avvenuta apertura del file nella parte riservata.

V.68 **AGCOM**. L'Autorità al comma 6 ha già chiarito che il contratto diventa efficace quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale. Nel paragrafo 27 della delibera n. 89/23/CONS l'Autorità ha, in particolare, già chiarito quanto segue:

*“Tale modello di sintesi contrattuale, come detto, deve essere fornito a tutti i consumatori prima della sottoscrizione del contratto. Si pone l'accento sul requisito della contestualità, rispetto al contratto, della messa a disposizione della sintesi contrattuale e, in ogni caso, della necessaria presa visione da parte dell'utente prima della relativa sottoscrizione.”.*

Nello specifico è previsto, nello schema di Regolamento, che “*il contratto diventa effettivo quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale*”. Le modalità di conferma possono essere molteplici, salvo ove la legge disponga diversamente, e si ritiene di lasciare al mercato di individuarle, fermo restando che del consenso dovrà restare prova.

Si condivide, pertanto, che l'operatore debba dotarsi di idoneo mezzo che ne confermi la ricezione e la presa visione da parte dell'utente, secondo le modalità ritenute più idonee al processo di acquisto.

O.86 **ALCUNE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI - (II) al comma 6**, propone di modificare l'ultima frase come di seguito “*il contratto diventa efficace quando il consumatore ha confermato il*

*proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale in modo certo ed inequivocabile, per iscritto o con modalità che ne certifichino la volontà e la cui conferma sia messa a disposizione/inviata all'utente".*

V.69 **AGCOM.** Nel condividere la *ratio* della precisazione l'Autorità ritiene che, come già chiarito dalla delibera n. 89/23/CONS, dell'accordo dell'utente sulla sintesi contrattuale, dopo averne preso visione, deve rimanerne prova. Ad esempio, nel caso di adesione via web non dovrà essere possibile, se non si è flaggato un opportuno box di presa visione, procedere con l'acquisto. Nel caso di verbal order in caso di contratto telefonico l'utente potrà dichiarare di aver preso visione della sintesi contrattuale oltre a inviare l'accettazione in forma scritta prevista dal Codice del Consumo.

O.87 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI.** Con riferimento al **comma 3, punto 3), lettera d)** del Regolamento, ritiene che, tra le informazioni sugli oneri per la risoluzione del contratto, vadano aggiunte anche quelle relative alla restituzione degli sconti. Propone di allineare la terminologia alla delibera 487 laddove si parla di costi di recesso e restituzione della scontistica.

V.70 **AGCOM.** L'Autorità ritiene preferibile una indicazione generale che poi viene declinata nella delibera di dettaglio, quale oggi la citata delibera n. 487/18/CONS.

O.88 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** propone le seguenti modifiche: **(I) al comma 2,** va tolta la parte che consente in casi particolari di non inviare le informazioni su un supporto durevole: "*se non è fattibile fornire le informazioni su supporto durevole*";

V.71 **AGCOM.** L'Autorità riferisce che la modifica non può essere accolta perché il riferimento alla possibilità che non sia fattibile fornire le informazioni su supporto durevole è previsto esplicitamente dal Codice.

O.89 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI.**

**(II) al comma 3, punto 1), lettera i,** ritiene che vada tolta la scritta "*laddove non sia offerto ALCUN LIVELLO MINIMO DI QUALITÀ DEL SERVIZIO, CIÒ DEVE ESSERE COMUNICATO*";

V.72 **AGCOM.** Nel rinviare a quanto chiarito nei paragrafi V.28 e V.37 ritiene che tale informazione sia utile per la trasparenza nei confronti dell'utente in tutti quei casi in cui la regolamentazione non prevede soglie minime di qualità o quando l'operatore, nei casi in cui sia tenuto a indicare la soglia minima che fornisce, non è in grado di garantirla. A titolo di esempio, l'Autorità nella delibera n. 156/23/CONS stabilisce che l'operatore deve pubblicare la velocità minima di connessione garantita. Laddove non fosse in grado di garantire un valore dovrà informarne l'utente in fase di descrizione dell'offerta nei siti e nel contratto stesso, oltre che nella sintesi contrattuale, in modo che possa comparare l'offerta con altre offerte che, invece, la garantiscono.

O.90 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** osserva che

**(III) al comma 3, punto 1), lettera ii,** si ribadisce il diritto teorico degli utenti a utilizzare apparecchiature terminali di loro scelta, ma non si stabilisce alcun principio per rendere effettivo questo diritto enunciato dal regolamento (UE) 2015/2120 e dalla delibera n. 348/18/CONS, ma praticamente rimasto inapplicato. A tale riguardo, ad avviso della

associazione, è indispensabile che ogni offerta sia sempre pubblicizzata in modo duplice: con o senza modem<sup>14</sup>.

V.73 **AGCOM.** L'Autorità osserva che il comma 4 dell'articolo 3 della delibera n. 348/18/CONS prevede che *“In caso di offerte che prevedano l'abbinamento di servizi di accesso ad Internet con servizi aggiuntivi che utilizzano la rete IP, i fornitori di accesso alla rete garantiscono agli utenti finali la possibilità di scegliere ed utilizzare le apparecchiature terminali senza oneri economici aggiuntivi non giustificati da vincoli tecnici opportunamente motivati, né pregiudizi in termini di ritardi, interruzioni, impedimenti o deterioramenti nella qualità e nell'accesso ai servizi compresi nell'offerta commerciale.”...”...”...*

Il punto ii) del Regolamento, citato, dall'associazione, prevede che: *“fermo restando il diritto degli utenti finali di utilizzare apparecchiature terminali di loro scelta, a norma dell'articolo 3, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2015/2120, le condizioni, compresi i contributi, imposte dal fornitore all'utilizzo delle apparecchiature terminali fornite”.*

L'Autorità ritiene, al riguardo, che la fornitura dell'informazione sul costo del terminale fornito consenta di comprendere il costo dell'offerta senza il terminale. A tale riguardo l'art 4, comma 1 lettera b) della delibera n. 348/18/CONS prevede che *“I fornitori di servizi di accesso ad Internet formulano, per ciascuna offerta commerciale che prevede la fornitura dei servizi di accesso alla rete Internet in abbinamento con un'apparecchiatura terminale, un'offerta corrispondente che non includa quest'ultima ed i relativi costi. In alternativa, rendono opzionale la fornitura dell'apparecchiatura terminale.”*

O.91 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che **(IV) al comma 3, punto 2), lettera f**, vada ribadito che per l'assistenza ai clienti, il canale attraverso il quale può segnalare un disservizio, un difetto del prodotto, inoltrare un reclamo, la telefonata deve essere gratuita (o comunque con prezzi non superiori alla tariffa base normalmente prevista).

V.74 **AGCOM.** L'Autorità fa presente che la questione dei costi dell'assistenza clienti è oggetto della consultazione pubblica avviata con delibera n. 436/22/CONS, a cui si rinvia.

O.92 **ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI.**

---

<sup>14</sup> “Va invertita la logica, contenuta a titolo di esempio nell'art. 3, punto 4 della delibera Agcom 348/18/CONS, secondo la quale va garantita agli utenti finali la possibilità di scegliere ed utilizzare le apparecchiature terminali scelta dall'utente senza oneri economici aggiuntivi. Se io non acquisto o noleggio il modem proposto dall'operatore, il canone della compagnia telefonica va ridotto e l'offerta proposta dovrebbe costare meno. Non serve a niente stabilire che non costi addirittura di più.... L'art. 4, punto 1, lettera b della delibera Agcom 348/18/CONS, nel consentire di rendere opzionale la fornitura dell'apparecchiatura terminale come un'alternativa all'obbligo di formulare per ciascuna offerta una corrispondente che non include l'abbinamento con un'apparecchiatura terminale, di fatto consente di non rendere evidente che il modem della compagnia non è sempre indispensabile e permette di mascherare, mischiandolo insieme alle altre innumerevoli componenti dell'offerta e delle condizioni economiche, il prezzo del modem, spesso pubblicizzato con l'espressione "già incluso nel costo mensile dell'offerta" (offerta Tim WiFi Power Smart ad esempio), prezzo occultato anche grazie al fatto che non è mai presentato nella sua totalità ma solo sotto forma di rata mensile. Non per niente l'alternativa alla disposizione è diventata la regola generale, alternativa che cogliamo l'occasione per suggerirVi di eliminare, modificando la delibera 348/18/CONS. Inoltre, va aggiunta la difficoltà, per chi ha già un suo modem, di poter confrontare le offerte di più compagnie telefoniche, visto che quasi tutte pubblicizzano le offerte con il modem incluso e diventa un'impresa scorporare il prezzo dell'apparecchiatura dal resto dell'offerta. Un limite alla confrontabilità è un limite alla concorrenza.

(V) in merito al **comma 3, punto 3), lettera b**, relativo agli indennizzi e ai costi legati al passaggio dell'utenza ad altro operatore, ritiene che questi andrebbero previsti anche al punto 2), ossia insieme all'ambito delle informazioni sul prezzo.

L'associazione ritiene che anche i costi legati al passaggio dell'utenza ad altro operatore (**comma 3, punto 3, lettera b**) o gli oneri per la risoluzione anticipata del contratto (**comma 3, punto 3, lettera d**), sempre a suo dire accuratamente nascosti dalle compagnie, debbano essere evidenziati non solo nell'ambito delle informazioni sulle condizioni di rinnovo e risoluzione (ossia al comma 3, punto 3), ma anche al punto 2, nell'ambito delle informazioni sul prezzo, in modo che ogni volta che sia indicato il prezzo che va pagato per passare alla compagnia ci sia sempre, accanto, anche quello per abbandonarla: solo così i costi di recesso, ritenuti esorbitanti e ingiustificati, diventando un criterio utilizzato dal consumatore per scegliere l'operatore, potranno abbassarsi.

V.75 **AGCOM**. L'Autorità ritiene che la giusta evidenza degli indennizzi al comma 3, punto 3) lettera b e d sia sufficiente per il consumatore, il quale potrebbe incorrere in informazioni sovrabbondanti laddove fossero ripetute in sezioni contrattuali non idonee.

O.93 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene necessario che gli indennizzi siano previsti non solo in caso di ritardi o abusi nel passaggio, ma anche per tutti i disservizi, attivazione di servizi non richiesti, interruzione della linea telefonica o della connessione, etc..

V.76 **AGCOM**. Fermo restando quanto già previsto nel regolamento indennizzi, si rappresenta che, in virtù del principio di massima armonizzazione della Direttiva, l'Autorità non può, in attuazione del Codice, introdurre obblighi non previsti. Il regolamento indennizzi, tra l'altro, di cui alla già richiamata delibera n. 347/18/CONS, stabilisce i criteri per il calcolo degli indennizzi applicabili nella definizione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche. Nella decisione delle controversie di cui al comma 1 si applicano gli indennizzi contrattuali se più favorevoli per l'utente rispetto al regolamento. Ne consegue che, comunque, in base a tale regolamento, in disparte dagli indennizzi già contrattualmente previsti per differenti fattispecie, l'utente è comunque a livello regolamentare tutelato rispetto alle principali cause di disservizio.

O.94 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI (VI)** con riferimento **al comma 5, lettera a)**, osserva che tra gli elementi principali che gli operatori devono fornire ai consumatori, non basta indicare genericamente "*i recapiti per eventuali reclami*", ma va specificato che questi recapiti devono includere obbligatoriamente: una e-mail semplice, una pec, un indirizzo fisico a cui poter spedire il reclamo, web form sul sito della compagnia, un numero di telefono gratuito. La materia, invero, è già disciplinata, per quanto riguarda il recesso, dall'articolo 1, comma 3 bis, del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito, con modificazioni, dalla legge 2 aprile 2007, n. 40, laddove si prevede che le modalità del recesso "*devono seguire le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto*". Si tratta, quindi, di rafforzare tale disposizione, stabilendo praticamente le modalità e di estenderle ai reclami.

V.77 **AGCOM**. L'Autorità ritiene ragionevole l'osservazione. Si rileva, a tale riguardo, che la delibera n. 437/22/CONS ha avviato una consultazione pubblica sull'assistenza clienti. In tale sede sono fornite specifiche indicazioni sulla modalità di gestione dei reclami. Si ritiene, comunque, opportuno chiarire che le informazioni per il cliente devono essere conformi alla delibera che verrà adottata in esito al procedimento suddetto.

O.95 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** propone le seguenti modifiche: **(I) al comma 5 (sintesi contrattuale)** ritiene necessario stabilire – come per i contratti conclusi a distanza richiamati nel successivo comma 6 – un meccanismo per cui, prima della conclusione via telefono del contratto, l'Operatore invii all'utente finale (via email, whatsapp o altro canale telematico facilmente accessibile anche da uno smartphone) un documento contenente la predetta sintesi o, laddove non sia possibile in quel momento, che debba fornire la stessa informativa, mediante i medesimi canali di cui sopra, senza indebito ritardo, condizionando, in tal caso, il momento di perfezionamento del contratto al successivo invio da parte dell'utente finale di una conferma scritta o telefonica (accettazione).

V.78 **AGCOM.** Si rinvia, per quanto ivi richiesto, a tutto quanto chiarito sulla sintesi contrattuale e, da ultimo, al par. V.53 .

O.96 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** con riferimento **al comma 7**, in merito alla possibilità che le informazioni di cui ai commi 3 e 5 possano essere modificate solo con l'accordo esplicito delle parti tranne che nei casi di cui all'art. 6, comma 3 (diritto di recesso in caso di ius variandi), rileva come la norma sia assolutamente contraddittoria dal punto di vista logico, poiché da un lato si afferma l'immodificabilità dei richiamati aspetti contrattuali se non per mutuo consenso delle parti, dall'altro però si consente all'Operatore di evitare il vincolo del previo ed espresso consenso dell'utente finale attraverso la 'scappatoia' del diritto di recesso senza costi né penali.

V.79 **AGCOM.** L'osservazione non è condivisibile. L'Autorità ha già chiarito al paragrafo 50 della delibera n. 89/23/CONS quanto segue.

*“E invero, il meccanismo dello *jus variandi* non può giustificare qualsivoglia intervento contrattuale dell'operatore. Sul punto, lo stesso Consiglio di Stato, in una propria pronuncia (n. 8024/2019), ha spiegato quanto segue: “Ritiene il Collegio che, quantomeno nel quadro dei rapporti contrattuali caratterizzati da una forte asimmetria tra i contraenti, la ricostruzione in termini di bilateralità del meccanismo modifica-recesso sia fuorviante. Il contegno dell'utente che ometta di esercitare il recesso non è sufficiente a ricondurre la variazione disposta unilateralmente dall'operatore professionale ad un accordo. Il cliente “subisce” la modifica apportata ex uno latere e che egli non ha voluto. Ad impedire di riconoscere al silenzio il significato di accettazione delle nuove condizioni contrattuali sta una fondamentale considerazione: il recesso permette al titolare, non la conservazione delle condizioni contrattuali originariamente convenute, ma soltanto l'uscita dal rapporto; la difficoltà per gli utenti più vulnerabili di destreggiarsi sul mercato costituisce per essi un disincentivo significativo ad avvalersi della facoltà di exit”.*

Da quanto sopra, lo stesso Giudice ha poi tratto la conclusione (esattamente pertinente anche nella fattispecie qui in esame, dove addirittura è stata innovata la modalità di pagamento dei servizi) secondo cui *“Per questi motivi, l'art. 70, comma 4, del Codice, non può applicarsi a qualsivoglia tipo di variazione del contenuto del contratto, dovendosi riconoscere in via ermeneutica due tipologie di limiti: in primo luogo, le modifiche unilaterali possono riguardare soltanto la variazione di condizioni già contemplate nel contratto; in secondo luogo, i mutamenti delle condizioni preesistenti non possono mai raggiungere il livello della novazione del preesistente rapporto obbligatorio.*

In base a quanto statuito dal Consiglio di Stato, i mutamenti delle condizioni preesistenti non possono mai raggiungere il livello della novazione del preesistente rapporto obbligatorio.

Il comma 7, pertanto, non fa altro che richiamare quanto previsto dal Codice, sullo ius variandi, diritto che comunque l'operatore deve esercitare secondo i dettami della consolidata giurisprudenza prima richiamata, secondo cui nel caso di novazione contrattuale occorre l'accordo dell'utente finale in opt in.

**O.97 UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** propone le seguenti modifiche e osservazioni:

**(I) al comma 3, 1, lett. ii),** sarebbe opportuno per quanto possibile, introdurre l'onere per l'operatore di fornire un elenco dei terminali compatibili con il loro sistema ed eventualmente le istruzioni per il settaggio delle stesse (in via di fatto alcuni operatori operano già in tal senso).

V.80 **AGCOM.** In linea con il generale principio di armonizzazione citato, l'Autorità non può aggiungere nuovi oneri informativi rispetto a quanto già previsto dal Codice.

**O.98 L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene, con riferimento **al comma 3, 2, lett. e), che** sarebbe opportuno un richiamo agli operatori sul costo degli apparecchi terminali opzionali che dovrebbe essere ragionevole ed adeguato al corrente costo di mercato delle apparecchiature e senza costituire, come molte volte capitato nella pratica, un costo eccessivo per il consumatore per sanzionare, in via di fatto, il suo recesso anticipato.

V.81 **AGCOM.** La richiesta non può essere accolta in quanto si andrebbe a introdurre un obbligo di controllo di prezzo in un mercato concorrenziale. Laddove un operatore proponesse terminali eccessivamente costosi rispetto al valore di mercato l'utente può scegliere un differente operatore oppure procurarsi un terminale in modo autonomo, ai sensi del regolamento sulla net neutrality e della delibera n. 348/18/CONS.

**O.99 L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI:**

- **(III) al comma 3, 2, g),** occorrerebbe dettagliare i mezzi per ottenere le informazioni aggiornate sulle tariffe, perché i clienti 90 volte su 100 non sono coscienti della tariffa;
- **(IV) al comma 3, 3, d),** ritiene tale informativa è essenziale, in quanto i clienti 90 volte su 100 non sono consapevoli di ciò che devono fare all'esito della risoluzione anticipata. Come associazione registra numerosissime pratiche conciliative aperte per la risoluzione di queste questioni. Se fossero chiare le condizioni sin dall'inizio, si andrebbero a deflazionare i reclami e il contenzioso.

V.82 **AGCOM.** In relazione al primo bullet non ritiene che vi debbano essere oneri per ottenere informazioni aggiornate sulle tariffe che comunque devono essere comunicate in attuazione degli obblighi di trasparenza oggi disciplinati dalla delibera n. 252/16/CONS, articolo 3 comma 5<sup>15</sup>, e che costituirà oggetto di revisione ai sensi del nuovo Codice.

**O.100 L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI:**

---

<sup>15</sup> 5. *Almeno una volta l'anno, l'operatore comunica all'utente in forma scritta tutte le condizioni economiche sottoscritte, fermo restando il diritto del consumatore di conoscerle in qualsiasi momento e gratuitamente.*

(V) **al comma 3, 3, e**, con riferimento al termine entro il quale avviene l'attivazione del servizio e delle modalità di corresponsione dell'indennizzo automatico se tale termine non viene rispettato, l'associazione auspica la definizione degli importi fissi prestabiliti, come, ad esempio, per la fase della definizione delle conciliazioni.

(VI) **al comma 4**, per una miglior tutela del consumatore, si consiglia di non inserire la possibilità di rinunciare con il modulo pre-compilato.

V.83 **AGCOM**. Quanto alla corresponsione dell'indennizzo automatico, l'Autorità rinvia a quanto già chiarito, da ultimo, al V.76. In merito al modulo precompilato, come già indicato nel prg.V.24, questo riferimento è eliminato.

#### O.101 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI:**

(VII) **al comma 6**, sarebbe da aggiungersi la sanzione per l'operatore in caso di mancata fornitura di detta sintesi contrattuale al consumatore, prima della formale contrattualizzazione del rapporto; ciò costituirebbe un giustificato motivo del recesso entro un termine di durata maggiore rispetto a quello stabilito per il recesso nei contratti telefonici e/o al di fuori dei locali commerciali.

V.84 **AGCOM**. Ai sensi del comma 6, la mancata fornitura della sintesi contrattuale rende il contratto non perfezionato/inefficace. Per cui appare poco opportuno nel caso di specie parlare di recesso, trattandosi quest'ultimo di un istituto applicabile ad un contratto efficace a seguito di una determinata condotta dell'operatore prevista a livello normativo o regolamentare.

O.102 **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI (VIII) con riferimento al comma 8, ritiene che** l'informativa al consumatore dovrebbe essere fornita anche relativamente al costo addebitato da eventuali servizi extra forniti da terzi ma fatturati direttamente dall'operatore tipo gli acquisti sulla piattaforma Google play.

V.85 **AGCOM**. L'Autorità ritiene che la richiesta esuli dall'ambito di applicazione del comma in questione che si riferisce a servizi di accesso a Internet o di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico fatturati a consumo o a volume.

### **V. DURATA (ART. 5)**

#### **Costi di disattivazione dopo la proroga contrattuale**

O.103 **OMISSIS** rappresenta che il comma 5 dell'art. 5, insieme al comma 1 dell'art. 8, vincolano l'applicabilità dei costi di disattivazione a eventi temporali e/o a vicende contrattuali ("dopo la proroga automatica", "in caso di disdetta") il cui verificarsi determina, di fatto, l'impossibilità per l'Operatore di addebitare i costi relativi alla cessazione. Una simile previsione appare, secondo l'operatore, scardinare completamente l'impianto normativo e regolamentare attualmente in vigore, basato, in primis, sul c.d. Decreto Bersani e, in subordine, sulle misure regolamentari che ne sono derivate (in specie la delibera n. 487/18/CONS), senza un reale e valido fondamento nel nuovo Codice; anzi, quest'ultimo risulta disatteso poiché in esso si legge, al comma 10 dell'articolo dall'art. 98-septies decies, che "Restano ferme le disposizioni di cui all'art. 1 del decreto legge 31 gennaio 2007 n. 7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007 n. 40". **OMISSIS** ricorda che le

disposizioni del Decreto Bersani richiamate - e fatte salve - dal succitato comma 10 e, in particolare l'art. 1, comma 3, fissano il principio generale, ormai consolidato, secondo cui non possono essere imputate all'utente finale che richiede la disattivazione o il trasferimento dell'utenza "spese non giustificate da costi degli operatori". Tale previsione si traduce, nella prospettiva degli operatori, nel riconoscimento del diritto di recuperare i costi di recesso laddove tali costi siano stati realmente sostenuti (risultando dunque "giustificati"). Né il dettato normativo in questione pone dei vincoli temporali o condizionali alla possibilità di applicare i costi in questione, se effettivamente sostenuti, e quindi giustificati e giustificabili. Appare quindi quanto meno arbitrario ritenere "superato e sovrascritto il principio generale espresso nel Decreto Bersani" poiché è proprio il legislatore nazionale a volere salvaguardare tale principio, facendone espresso richiamo nel Codice; e ciò è ancor più vero se si considera che il comma 10 in questione è stato inserito nel Decreto legislativo, 8 novembre 2021, n. 207, a integrazione di quanto previsto nel corrispondente articolo 105 della Direttiva (UE) 2018/1972, a conferma di quanto fosse importante per il legislatore nazionale. Alla luce di questo, ad avviso della società, l'impostazione derivante dalla previsione del Regolamento proposto appare irragionevole in quanto vincolerebbe il diritto degli operatori al recupero dei costi di disattivazione/migrazione al momento temporale in cui il recesso viene esercitato (cioè solo prima della scadenza del primo impegno), senza però che questa distinzione temporale sia prevista in alcun modo dalla normativa europea di rango superiore (la Direttiva UE) né tantomeno dalla legge di rango primario attualmente vigente (il Decreto Bersani), che, oltretutto, lo stesso articolo del Codice fa salva. A tal fine, **OMISSIS** propone di riformulare l'articolo 5, comma 5 del presente Regolamento, così da operare un diretto coordinamento tra quanto previsto al comma 10, in merito alla salvaguardia della disciplina del Decreto Bersani, e quanto previsto dal comma 4 dell'art. 98-septies decies del Codice, nel seguente modo (modifiche in grassetto): "se il contratto prevede la proroga automatica di un contratto a durata determinata per servizi di comunicazione elettronica (...), dopo la proroga l'utente finale ha il diritto di recedere dal contratto in qualsiasi momento con un preavviso di massimo un mese e senza incorrere in alcuna penale né costi di disattivazione, eccetto quelli addebitati per la ricezione del servizio durante il periodo di preavviso, **e ferme restando l'applicazione delle spese giustificate da costi dell'operatore**".

O.104 **OMISSIS** riferisce che Codice dispone che, dopo la proroga, il cliente può recedere senza costi di disattivazione. L'Autorità afferma che tale previsione supera il principio generale espresso nella "Legge Bersani", laddove, nel sancire il diritto del fornitore di vedersi riconoscere un onere per i costi di disattivazione, non è presente la distinzione tra primo periodo di impegno contrattuale (massimo 24 mesi) ed eventuale, successiva, proroga. **OMISSIS** rileva che secondo l'Autorità tale lettura sembrerebbe essere ulteriormente rafforzata dal considerato 274 della direttiva laddove stabilisce che "È altresì possibile prorogare automaticamente i contratti per i servizi di comunicazione elettronica. In questi casi gli utenti finali dovrebbero avere il diritto di risolvere il contratto senza sostenere nessun costo dopo la scadenza del periodo contrattuale.". **OMISSIS** non concorda con questa interpretazione, evidenziando che i costi di disattivazione sono sempre sostenuti dall'operatore, a prescindere dal momento in cui cessa il rapporto contrattuale. Secondo **OMISSIS** non si deve poi dimenticare che la formulazione della disposizione sopra citata è stato il compromesso dell'esperienza di Paesi europei, tanto diversi nella regolamentazione dei contratti per adesione, per cui da una parte vi erano Paesi con contratti a tempo determinato (anche senza rinnovo) e pagamento dei c.d. canoni a scadere e, dall'altra, Paesi, come l'Italia, con contratti caratterizzati da un primo

periodo di “impegno” e successivo rinnovo a tempo indeterminato, con facoltà di recesso in qualsiasi momento e possibilità di addebitare solo eventuali spese commisurate al valore del contratto ed ai costi sostenuti per dismettere o trasferire la linea telefonica. A parere di **OMISSIS**, nella formulazione dello schema di Regolamento, vi è stata un’inopportuna eliminazione dei costi di dismissione dopo il primo periodo di impegno contrattuale, che non è giustificata da alcuna ratio giuridica. Ciò anche in considerazione dell’espressa salvezza delle disposizioni del c.d. Decreto Bersani, che viene sancita al comma 10 dell’art. 98-septiesdecies del Codice.

O.105 **OMISSIS** ritiene che il comma 5 dell’articolo in questione, così come formulato, non consentirebbe all’operatore di recuperare i costi di disattivazione nei casi di recesso esercitato dal cliente dopo la fine dell’impegno contrattuale iniziale, ossia dopo la proroga automatica del contratto medesimo. A tal proposito, secondo la società, appare indispensabile garantire il diritto dell’operatore di richiedere la corresponsione dei costi di disattivazione (ossia i costi di recesso) indipendentemente dal momento in cui cessa il contratto e, dunque, sia nella fase precedente alla scadenza del primo impegno contrattuale, sia successivamente alla stessa, ossia nel periodo di proroga automatica del contratto. **OMISSIS** afferma che la ratio di tale richiesta va ricondotta, in primis, alla natura dei costi sostenuti dall’operatore per dismettere o trasferire l’utenza; essi infatti, come esplicitato anche nelle vigenti Linee Guida di cui alla delibera n. 487/18/CONS, sono “(...) spese che remunerano i costi realmente sostenuti dall’azienda, [pertanto] l’entità di tali spese, in linea generale, non dipende dal momento in cui il diritto di recesso è esercitato”, trattandosi di costi che l’operatore sostiene sempre e comunque in fase di chiusura del rapporto contrattuale. Ad avviso dell’operatore, la legittimità di tale diritto è confermata, altresì, dall’applicabilità del Decreto Bersani<sup>1</sup> che, oltre ad essere ancora in vigore, è anche fatto espressamente salvo dallo stesso articolo 98 septies decies, comma 10, del Codice delle comunicazioni elettroniche secondo cui “Restano ferme le disposizioni di cui all’art. 1 del decreto legge 31 gennaio 2007 n. 7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007 n. 40”.

**OMISSIS** ritiene evidente, pertanto, che nella riformulazione del quadro regolamentare l’Autorità debba tenere conto delle vigenti previsioni legislative (in primis il “Decreto Bersani”) e non adottare previsioni regolamentari che si pongano in contrasto, o che comunque non risultano in linea, con le vigenti norme di rango primario. Pertanto, **OMISSIS** invita l’Autorità a mantenere – così come previsto nelle vigenti Linee Guida e in conformità con il vigente dettato legislativo – il diritto dell’operatore di richiedere i costi di chiusura del contratto senza limitarlo ad uno specifico arco temporale, scongiurando in tal modo eccessive insostenibili perdite economiche da parte degli operatori.

O.106 **OMISSIS**, in merito ai costi di dismissione e trasferimento dell’utenza, riferisce che il comma 5 sembra prevedere che non è possibile richiedere tali costi successivamente alla proroga automatica di un contratto a durata determinata. In proposito **OMISSIS** rileva che i costi di dismissione e trasferimento della linea sono costi che gli operatori sostengono sempre a prescindere dal momento in cui il consumatore decide di esercitare il recesso e che non generano alcun utile non potendo, in base alla regolamentazione vigente, essere superiori ai costi effettivamente sostenuti. Questi costi rappresentano un elemento del corrispettivo e dovrebbero, dunque, essere sempre recuperabili dall’operatore in qualunque momento sia esercitato il recesso. In altre parole, l’operatore dovrebbe poter imputare al cliente i costi di dismissione/trasferimento sia nel primo periodo di impegno contrattuale, sia a seguito del rinnovo automatico. Ad avviso della società, il rischio, altrimenti, è che

l'operatore al fine di recuperare i costi sostenuti per la dismissione/migrazione debba aumentare i corrispettivi. **OMISSIS** sostiene che la possibilità di imputare tali costi in ogni fase del rapporto contrattuale è perfettamente in linea con il nuovo quadro legislativo, visto il richiamo presente all'art. 98 septies-decies del Codice al Decreto Bersani, il quale non fa distinzioni in base al momento di esercizio del recesso da parte del consumatore.

O.107 **OMISSIS**, in merito ai costi di recesso, ritiene opportuno rilevare come il nuovo Codice abbia fatto salva l'applicazione della legge Bersani (art. 98 septies decies comma 10) in quanto compatibile con il principio di armonizzazione di cui all'art. 101 del Codice Europeo, che all'art. 105, comma 1, conferisce agli Stati membri il compito di provvedere affinché non si abbiano condizioni e procedure che disincentivino i clienti a cambiare fornitore e quindi recedere dal contratto, e, al successivo comma 6, espressamente considera che le ipotesi nelle quali l'utente ha diritto di recedere anticipatamente possano essere definite dal diritto nazionale. La società ritiene, dunque, che contrariamente a quanto indicato dall'Autorità, sia possibile addebitare i costi di recesso nei casi di rinnovo dei contratti a tempo indeterminato alla luce del fatto che si tratta di costi documentati e che l'operatore sopporta in ogni caso a prescindere dal fatto che il recesso avvenga nei primi 24 mesi di durata contrattuale o nell'eventuale seconda fase di rinnovo a tempo indeterminato. Tali costi infatti, come noto, sono spese vive che l'operatore sostiene per la dismissione o migrazione della linea il cui mancato recupero costituirebbe un ingiustificato aggravio per i fornitori di servizi.

O.108 **OMISSIS** ritiene essenziale, pena la compromissione del divieto di operare sottocosto, poter applicare, anche ai contratti automaticamente prorogati, un importo corrispondente ai costi effettivamente sostenuti, incluso quello corrisposto all'operatore wholesale. L'operatore fa notare che i costi di disattivazione del servizio non vengono recuperati nel tempo, ma sono costi fissi conseguenti alla attività di disattivazione cui l'operatore va incontro, qualsiasi sia il momento in cui il cliente chiede di essere disattivato o di essere migrato. Secondo **OMISSIS**, impedirne il recupero sul cliente finale determina uno squilibrio, non sostenibile economicamente, perché impone ingiustamente all'operatore retail di sostenere in proprio, oltre ai costi interni, anche i costi wholesale pagati agli operatori che vendono tali servizi per l'attività di dismissione della linea. Conseguentemente, afferma la società, i contratti terminati oltre il periodo di vincolo (24 mesi) devono poter prevedere il ribaltamento verso l'utente finale dei costi sostenuti dall'operatore retail verso l'operatore wholesale. Se tale orientamento non fosse accolto, secondo l'operatore, si dovrebbe prevedere l'azzeramento dei costi di dismissione per i contratti prorogati automaticamente anche lato wholesale per evitare una distorsione ingiusta di mercato: l'operatore retail continua, infatti, a sostenere sia i propri costi vivi sia i costi wholesale e, dovendo necessariamente acquistare a livello wholesale, è costretto ad imputare tali costi ad un flusso di cassa in uscita, al contrario di quanto fa l'operatore incumbent, esentato dal sopportare tali flussi di cassa. Di conseguenza è in linea con il rispetto della piena competizione nel mercato prevedere l'azzeramento di tali costi a livello wholesale, se non se ne vuole prevedere il ribaltamento sul cliente finale.

O.109 **OMISSIS** ritiene opportuno, anche al fine di non generare contraddizioni, che tutti i temi relativi ai costi di recesso e disdetta vengano espunti dal presente regolamento e trattati in modo specifico in sede di revisione delle "Linee guida sui costi di Recesso", che come indicato da codesta Autorità sarà oggetto di un successivo procedimento. La revisione della regolamentazione in parola, in coerenza con quanto previsto dalla cosiddetta Legge Bersani, dovrebbe comunque assicurare,

secondo l'operatore, la sostenibilità economica delle attività di dismissione e migrazione mediante il recupero almeno dei costi "vivi" sostenuti dai gestori indipendentemente dal momento in cui il cliente esercita il recesso e, dunque, sia nella fase precedente che successiva alla scadenza del primo impegno contrattuale. **OMISSIS** ritiene iniquo affermare il principio che tali costi, laddove equi e ragionevoli, possano essere lasciati a carico dei gestori, che sarebbero chiaramente danneggiati, a livello di ecosistema, da una simile decisione.

O.110 **OMISSIS** segnala l'esigenza di prevedere, anche in caso di proroga contrattuale, l'addebito al cliente dei costi di disattivazione della linea. Inoltre, afferma la società, non è prevista alcuna disciplina rispetto al recesso durante la durata minima contrattuale. Tale assenza di previsioni deve essere interpretata come una maggiore libertà conferita agli operatori di predeterminare e concordare con il cliente la richiesta di costi di recesso e dismissione dell'utenza. Tale approccio è confermato dalla collocazione del comma 7 dell'art. 98 septies decies del Codice, il quale in questo Regolamento è posto al paragrafo 2 dell'art. 6-bis e si applica solamente in caso di ius variandi o di mancato rispetto delle prestazioni contrattuali promesse. **OMISSIS** sostiene che la collocazione non sia di poco conto in quanto sembra escludere che, in generale, in caso di recesso prima della scadenza naturale, all'operatore sia precluso l'addebito di costi di recesso. **OMISSIS** ritiene che, in ottemperanza a criteri di mutua certezza e trasparenza informativa, dovrebbe comunque essere mantenuta, a prescindere dal momento interruttivo del rapporto di fornitura e con espresso riferimento ai soli rapporti contrattuali non negoziati, la possibilità di applicare un contributo economico basato sull'entità dei costi da sostenere. Giova, in ogni caso ricordare, ad avviso dell'operatore, che le previsioni in materia di recesso non sono applicabili a contratti negoziati.

O.111 **OMISSIS**, con riferimento al comma 5, chiarisce che, pur prevedendo una proroga automatica del contratto alla scadenza dei 12 mesi dall'attivazione, tuttavia, non applica al Cliente recedente alcun importo a titolo di contributo per il recesso.

O.112 In merito al recesso, **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che l'utente finale non dovrebbe essere soggetto ad alcun preavviso, ma dovrebbe poter recedere immediatamente senza spese alcune.

V.86 **AGCOM**. L'Autorità non reputa di poter accogliere la richiesta di una associazione rispondente (**OMISSIS**) secondo cui l'utente finale non dovrebbe essere soggetto ad alcun preavviso, ma dovrebbe poter recedere immediatamente senza spese alcune, atteso che il preavviso massimo di un mese è previsto dal comma 4 dell'articolo 98 septies-decies del Codice.

L'Autorità, inoltre, non ritiene di accogliere le richieste degli operatori rispondenti che richiedono il riconoscimento dei costi di recesso in qualunque momento questo avvenga.

In primo luogo, si rileva che l'Articolo 105, comma 3, della Direttiva citata prevede quanto segue:

*“3. Se un contratto o una normativa nazionale prevede la proroga automatica di un contratto a durata determinata per servizi di comunicazione elettronica diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina, gli Stati membri provvedono affinché, dopo tale proroga, l'utente finale abbia il diritto di risolvere il contratto in qualsiasi momento con un preavviso di massimo un mese, determinato dagli Stati membri e senza incorrere in alcun costo eccetto quelli addebitati per la ricezione del servizio durante il*

*periodo di preavviso. Prima della proroga automatica del contratto, i fornitori informano l'utente finale, in modo chiaro e tempestivo e su un supporto durevole, circa la fine dell'impegno contrattuale e in merito alle modalità di risoluzione del contratto. Inoltre, i fornitori offrono contestualmente consulenza agli utenti finali in merito alle migliori tariffe relative ai loro servizi. I fornitori offrono agli utenti finali tali informazioni in merito alle migliori tariffe almeno una volta all'anno."... ".... "...*

Si rileva che la norma è chiara nello stabilire che l'utente, dopo la proroga automatica del contratto, ha diritto di recedere dal contratto con un preavviso massimo di un mese e senza dover sostenere costi, fatti salvi quelli per la fornitura del servizio, voce e dati, durante il periodo di preavviso.

Si ribadisce, a tale riguardo, quanto chiarito nella delibera n. 89/23/CONS al paragrafo 32:

*"Si chiarisce, nel citato comma, che dopo la proroga il cliente **può recedere senza costi di disattivazione o penali**. Tale previsione supera e sovrascrive il principio generale espresso nella "legge Bersani" laddove, nel riconoscere il diritto del fornitore di vedersi riconoscere un onere per il recesso, non è presente la distinzione tra primo periodo impegno contrattuale (massimo 24 mesi) ed eventuale proroga.*

*Tale lettura è ulteriormente rafforzata dal considerato 274 della direttiva laddove stabilisce che "È altresì possibile prorogare automaticamente i contratti per i servizi di comunicazione elettronica. **In questi casi gli utenti finali dovrebbero avere il diritto di risolvere il contratto senza sostenere nessun costo dopo la scadenza del periodo contrattuale.**" "*

Un rispondente pone, tuttavia, un problema di coordinamento con il comma 10 dell'articolo 98 quater decies del Codice laddove stabilisce che *Restano ferme le disposizioni di cui all'art. 1 del decreto legge 31 gennaio 2007 n. 7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007 n. 40.*

Si richiama quanto riportato al paragrafo 13 della delibera n. 89/23/CONS:

*"Come premesso, la "legge Bersani" definisce il perimetro delle tutele in base alla caratteristica del contratto: per adesione o negoziato. Si fa, nello specifico, riferimento alle seguenti previsioni che riguardano il diritto di recesso e la durata massima contrattuale, della citata norma:*

*3. I contratti per adesione stipulati con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, devono prevedere la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell'operatore e non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni. Le clausole difformi sono nulle, fatta salva la facoltà degli operatori di adeguare alle disposizioni del presente comma i rapporti contrattuali già stipulati alla data di entrata in vigore del presente decreto entro i successivi sessanta giorni. **In ogni caso, le spese relative al recesso o al trasferimento dell'utenza ad altro operatore sono commisurate al valore del contratto e ai costi reali sopportati dall'azienda, ovvero ai costi sostenuti per dismettere la linea telefonica o trasferire il servizio, e comunque rese note al consumatore al momento della pubblicizzazione dell'offerta e in fase di sottoscrizione del contratto, nonché comunicate,***

*in via generale, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, esplicitando analiticamente la composizione di ciascuna voce e la rispettiva giustificazione economica.*

***3-bis. Le modalità utilizzabili dal soggetto contraente che intenda recedere da un contratto stipulato con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, nonché in caso di cambio di gestore, devono essere semplici e di immediata attivazione e devono seguire le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto. In ogni caso, gli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche devono consentire la possibilità per consumatori e utenti di comunicare il recesso o il cambio di gestore con modalità telematiche.***

***3-ter. Il contratto stipulato con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, ove comprenda offerte promozionali aventi ad oggetto la fornitura sia di servizi che di beni, non può avere durata superiore a ventiquattro mesi. Nel caso di risoluzione anticipata si applicano i medesimi obblighi informativi e i medesimi limiti agli oneri per il consumatore di cui al comma 3, terzo periodo, e comunque gli eventuali relativi costi devono essere equi e proporzionati al valore del contratto e alla durata residua della promozione offerta. 3-quater.***

*È fatto obbligo ai soggetti gestori dei servizi di telefonia e di comunicazioni elettroniche, ai fini dell'eventuale addebito al cliente del costo di servizi in abbonamento offerti da terzi, di acquisire la prova del previo consenso espresso del medesimo. In ogni caso, è fatto divieto agli operatori di telefonia e di comunicazioni elettroniche di prevedere la possibilità per il consumatore o per l'utente di ricevere servizi in abbonamento da parte dello stesso operatore, o di terzi, senza il previo consenso espresso e documentato all'attivazione di tale tipologia di servizi. "..." "...." ...*

Se è vero che la norma riconosce (art. 1, comma 3) all'operatore il diritto di recuperare i costi sostenuti per la dismissione della linea o per il suo trasferimento ad altro operatore, il comma 3 ter chiarisce che la suddetta previsione fa riferimento a un contratto che ha una durata massima di 24 mesi da cui l'utente intende recedere anticipatamente. La norma non affronta i casi di contratti che poi sono prorogati in modo automatico, fattispecie che in pratica si è verificata concretamente ma in alcun modo contemplata dal citato articolo 1.

I costi di recesso saranno, pertanto, dovuti prima della proroga automatica del contratto. Non sussiste, pertanto, un problema di mancata applicazione della legge Bersani.

A ciò, si aggiunga che il richiamo al decreto Bersani operato ai sensi del comma 10 dell'art. 98 septies-decies del Codice opera nella misura in cui tale decreto sia compatibile con le disposizioni della direttiva. Nel caso in questione, l'articolo 105, comma 3, della Direttiva, come noto, e poi di seguito l'art. 98 septies-decies, comma 5, dispone espressamente che "dopo la proroga" non si incorra in nessuna penale né costo di disattivazione. Pertanto, il decreto Bersani continuerà a trovare applicazione nei limiti della nuova cornice editale stabilita dalla direttiva, sicché i costi di disattivazione saranno dovuti solo "prima della proroga".

L'Autorità non ritiene poi possa essere presa in considerazione la richiesta di un rispondente di azzerare, dopo la proroga contrattuale, i costi *wholesale* di disattivazione o migrazione, al fine di garantire un assetto concorrenziale equo atteso che l'operatore dominante non sarebbe onerato da

analogo flusso di cassa in uscita. A tale riguardo, si fa rilevare che i test di prezzo, funzionali a verificare la parità di trattamento, tengono conto comunque dei costi di disattivazione sostenuti dall'operatore notificato. Ne consegue che quest'ultimo non può proporre sul mercato offerte al dettaglio che non ne consentano il pieno recupero.

L'Autorità non ritiene di accogliere la richiesta di rinviare ogni tematica sul recesso alla revisione delle Linee guida di cui alla delibera n. 487/18/CONS atteso che in tale sede sono affrontate questioni di carattere applicativo (trattasi in fatti di Linee guida), di maggior dettaglio, mentre i principi generali contrattuali, che riguardano i diritti degli utenti, vanno definiti nel presente Regolamento.

Per quanto riguarda il tema della proroga di contratti si osserva, come di seguito riportato, che la durata contrattuale non è univoca sebbene la maggior parte dei contratti, ove è specificata, facciano riferimento a un periodo di 24 mesi. L'Autorità, pertanto, in ottica di parità di trattamento e non discriminazione, ritiene di fissare come termine ultimo per richiedere i costi di recesso di 24 mesi.

Per quanto riguarda il recupero dei costi dopo tale periodo, l'Autorità prende atto del fatto che, in particolar modo in caso di servizi all'ingrosso, l'operatore retail dovrà remunerare l'operatore wholesale anche dopo il 24-esimo mese. Tuttavia, l'operatore retail potrà tener conto di tale evenienza recuperando il costo sul prezzo al dettaglio nel costo del periodo di permanenza dell'utente finale. Considerato, tuttavia, che la previsione in parola è fissata in modo dettagliato in questo provvedimento, ad esempio avuto riguardo al periodo massimo di recupero dei costi di 24 mesi, l'Autorità ritiene ragionevole che la stessa si applichi ai contratti stipulati dopo la pubblicazione del presente provvedimento in modo che gli operatori possano valutare, disponendo del quadro regolamentare completo, la più idonea modalità di recupero degli eventuali costi di recesso che dovranno sostenere, lato wholesale e internamente, dopo il 24-esimo mese.

### **Miglior tariffa**

O.113 **OMISSIS**, in relazione al concetto di migliore tariffa, intende premettere che alcuni piani tariffari pubblicizzati sui siti e sul materiale promozionale potrebbero essere offerti solo ai nuovi clienti e quindi, in tal caso, non essere ambito della comunicazione di miglior tariffa ai clienti già esistenti.

Secondo la società, la definizione proposta dall'Autorità di migliore tariffa, basata sull'analogia di prezzo e contenuto, obbliga l'operatore a vendere offerte uguali o più care di quelle in CB, per consentire un margine minimale di profitto che altrimenti verrebbe, anno dopo anno, a perdere. **OMISSIS** chiede di non limitare la definizione di "migliore tariffa" solo ad offerte il cui prezzo sia migliorativo rispetto all'offerta in essere a parità di contenuti o, in alternativa, consenta al cliente di fruire di maggiori contenuti e/o migliori livelli di servizio a parità di prezzo, ma di estenderla anche a tariffe che, seppur a prezzo maggiore, abbiano maggiori contenuti o migliori livelli di servizio. L'utente può così essere informato e libero di scegliere l'offerta più appropriata. **OMISSIS** chiede, pertanto, di prevedere che "In aggiunta, l'Operatore può indicare l'offerta rivolta ai clienti in customer base che abbia maggiori contenuti e/o migliori livelli di servizio a prezzo maggiore, per una valutazione complessiva".

O.114 **OMISSIS** riferisce che con riguardo alla comunicazione in merito alle "migliori tariffe", il Regolamento chiarisce: a) che per migliori tariffe si intendono solo quelle **rese disponibili sui siti**

**web degli operatori** e rivolte ai clienti in customer base; b) che, qualora l'offerta del cliente sia già la più conveniente in termini di prezzo e/o contenuti e livelli di servizio, l'operatore può limitarsi ad informare il cliente di tale circostanza. **OMISSIS** apprezza i chiarimenti dell'Autorità. In merito al profilo sub a) **OMISSIS** ritiene che si debbano correttamente considerare escluse le offerte riservate e one-to-one. Includere tali offerte nel concetto di "migliore tariffa" avrebbe reso tecnicamente onerosa per gli operatori l'implementazione di tale obbligo. Per quanto riguarda il chiarimento sub b), **OMISSIS** ritiene corretto che l'Autorità abbia disciplinato anche il caso in cui il cliente abbia già sottoscritto la migliore tariffa rispetto a quelle disponibili. Ciò – in un'ottica di semplificazione - anche considerando che è prassi degli operatori telco non avere offerte disponibili sul sito per già clienti e, quindi, la situazione in cui per il cliente non ci siano offerte "migliori" disponibili potrebbe essere frequente.

**OMISSIS** evidenzia poi che la specifica che per migliore tariffa si intende anche quella che consente "al cliente di fruire di maggiori contenuti e/o migliori livelli di servizio a parità di prezzo" può essere problematica dal punto di vista tecnico e generare un livello di personalizzazione molto elevato. Questa specifica rende, infatti, difficoltosa l'individuazione di quali sia la migliore tariffa. Ritiene, dunque, che la verifica dovrebbe essere limitata alla convenienza da un punto di vista strettamente economico a parità di servizi. Del resto, questa interpretazione è in linea con il significato del termine "tariffa" che è strettamente connesso ad una convenienza sul piano economico e non su quello qualitativo. In merito alla comunicazione delle **migliori tariffe**, naturalmente l'operatore prenderà come riferimento solo le tariffe sottoscrivibili al momento dell'invio della relativa comunicazione e non quelle che saranno astrattamente sottoscrivibili alla scadenza contrattuale. Questo sia perché l'operatore ha sempre la facoltà di variare all'ultimo momento i propri piani commerciali e, quindi, non è detto che al momento dell'invio della comunicazione abbia esatta cognizione delle offerte che saranno sottoscrivibili dopo sessanta giorni alla scadenza contrattuale, sia perché la comunicazione sulle migliori tariffe va fatta anche con cadenza annuale oltreché prima della scadenza contrattuale. **OMISSIS** ritiene, infine, che l'obbligo sulla comunicazione delle migliori tariffe possa essere adempiuto anche attraverso l'invio di un link alla pagina di trasparenza tariffaria ove sono pubblicate tutte le offerte sottoscrivibili in un dato momento. Questa modalità di "rinvio mobile", infatti, può risultare utile per il cliente che, a seconda del giorno in cui andrà a visitare la pagina, troverà tutte le offerte disponibili con il relativo periodo di validità e potrà valutare quella per lui più conveniente.

O.115 Con riferimento alla definizione di migliore tariffa, **OMISSIS** rappresenta che, ferma restando la necessità del richiamo alle offerte disponibili sul sito, nello schema di Regolamento sia specificato che debba trattarsi di offerte al pubblico ancora sottoscrivibili al fine di evitare che il generico richiamo alla sezione di Trasparenza Tariffaria possa essere ambigua nei confronti dei clienti finali, laddove nella suddetta sezione sono disponibili anche offerte non più sottoscrivibili. Inoltre, tenuto conto della diffusione dei sistemi di assistenza digitale (ad esempio tramite apps) in cui sono riepilogate le offerte attive e le caratteristiche delle stesse, la società ritiene che la previsione in capo agli operatori di dover preventivamente analizzare per ciascun cliente, in modo rolling, le caratteristiche di ciascuna offerta per poi doverle comunicare a quest'ultimo sia un'attività non necessaria tenuto conto che l'onere informativo è già soddisfatto dalle informazioni ivi riportate, oltre che si tratta di un'attività estremamente onerosa e sproporzionata per la finalità che lo stesso legislatore intendeva perseguire.

O.116 **OMISSIS** con riferimento alla migliore tariffa, ritiene che la disposizione in esame, per come formulata, risulti di difficile attuazione in mancanza di indicazioni chiare su cosa debba intendersi per “migliore tariffa”, dal momento che anche la definizione proposta dall’Autorità all’articolo 5, ossia quella “il cui prezzo sia migliorativo rispetto all’offerta in essere a parità di contenuti o, in alternativa, consenta al cliente di fruire di maggiori contenuti e/o migliori livelli di servizio a parità di prezzo”, potrebbe essere oggetto di un’interpretazione non univoca da parte degli Operatori. Non è inoltre detto, aggiunge la società, che vi sia nei due mesi antecedenti alla proroga una “miglior tariffa” da comunicare all’utente, poiché è possibile che le condizioni in essere siano più convenienti.

O.117 **OMISSIS**, con riferimento all’obbligo in capo ai fornitori di offrire agli utenti finali “informazioni in merito alle migliori tariffe almeno una volta all’anno”, chiede all’Autorità di aggiungere, con finalità chiarificatrice, il seguente testo sottolineato: “I fornitori offrono agli utenti finali tali informazioni in merito alle migliori tariffe almeno una volta all’anno dopo la scadenza del primo impegno contrattuale”. Secondo **OMISSIS**, sarebbe privo di logica nonché contrario alla finalità della norma stessa fornire informazioni in merito alle tariffe nei casi in cui l’utente non ha la facoltà di esercitare il diritto di recesso.

Per quanto riguarda la modalità con la quale fornire l’informativa, **OMISSIS** valuta positivamente che l’Autorità ritenga valida una modalità che rinvii al dettaglio mediante link a pagine web, purché non si duplichino né le modalità obbligatorie (l’Autorità utilizza la locuzione “anche”) né le aree ove reperire questa informazione (l’Autorità prescrive sia la pagina di trasparenza tariffaria sia l’area personale a disposizione del cliente). In un’ottica di libero mercato come è il mercato delle comunicazioni elettroniche, ad avviso della società, dovrebbe rimanere una scelta del fornitore quante e quali modalità utilizzare per adempiere all’obbligo informativo.

Sempre con riferimento alla migliore tariffa, **OMISSIS** ritiene che la definizione sia troppo restrittiva ed imponga degli oneri eccessivi ai fornitori che non sono riflessi nella Direttiva:

- informare il cliente circa l’esistenza o meno di una offerta più conveniente implica il dover analizzare in maniera individuale il prezzo e/o le caratteristiche tecniche del servizio. Ciò provoca un livello di onerosità a carico del fornitore che la Direttiva non ha ritenuto giustificato imporre.
- il Codice, non a caso e riprendendo la Direttiva, auspica la nascita di soggetti terzi che sviluppino strumenti indipendenti di confronto che consentano i clienti di effettuare loro stessi la comparazione tra le diverse offerte disponibili sul mercato. Art. 98-quindecies comma 2;
- il Codice non ha imposto agli operatori l’onere di fornire le informazioni al soggetto terzo che deve, infatti, chiarire se i risultati che mostra sono rappresentativi o meno dell’intero mercato (Art. 98-quindecies comma 2, lettera f));
- infine, la dicitura della lettera h) del citato articolo supporterebbe un’interpretazione in base alla quale la comparazione tra le offerte possa essere, semmai, riservata ai soli clienti consumatori tramite il tool di confronto.

Alla luce di quanto sopra, secondo l’operatore, la definizione di “migliore tariffa” dovrebbe essere “ove applicabile, l’offerta resa disponibile dal fornitore nello specifico momento temporale nel quale invia l’informativa”.

O.118 Con riferimento al comma 5, **OMISSIS** ritiene che, stante l'esistenza di già gravosi obblighi informativi relativi alle offerte sottoscrivibili, si possa considerare soddisfatto l'obbligo previsto fornendo il link alla propria pagina web con le offerte che possano interessare il cliente.

O.119 **OMISSIS** rappresenta che il comma 5 impone all'operatore di comunicare all'utente le proprie migliori tariffe dedicate oppure, qualora non siano disponibili offerte specifiche per una certa tipologia di utente, che la tariffa sottoscritta è la più conveniente in termini di prezzo e/o contenuti e livelli di servizio. Secondo l'operatore, tale obbligo di comunicazione appare in larga parte irrealizzabile, alla luce della varietà e della variabilità delle offerte, in termini di prezzo e contenuti dei servizi, nonché alla luce della numerosità delle basi clienti e della difficile comparabilità tra le offerte e, ancor più, alla luce delle diverse esigenze di consumo dei clienti sottoscrittori, ignote all'operatore. La varietà dell'offerta di ogni operatore è tale da rendere di per sé difficilmente paragonabili le proposte in portafoglio, oltre al fatto che ciascun utente, come detto, ha la propria personale percezione ed esperienza della convenienza in base alla tipologia e quantità di servizi di interesse. Ne potrebbe conseguire una comunicazione non corretta tale da influire di per sé sulle scelte dell'utenza, e laddove fosse erronea o mal calibrata, in perfetta buona fede, esporrebbe l'operatore a conseguenze enormi e sproporzionate, considerato che si tratterebbe, presumibilmente, di comunicazioni generalizzate a tutta l'utenza. D'altronde, aggiunge **OMISSIS**, non è possibile prendere in considerazione l'eventualità che l'operatore possa ricercare l'offerta migliore per ogni singolo cliente in base al profilo di consumo di quest'ultimo, in quanto rappresenterebbe un'attività onerosa e di difficile implementazione, nonché di fatto non tollerabile.

O.120 **OMISSIS**, con riferimento alla previsione circa la comunicazione delle "migliori tariffe", ritiene che l'obbligo di comunicazione debba esserci solo qualora effettivamente l'operatore disponga di "migliori tariffe" nel suo portafoglio; in caso contrario non si ritiene utile fornire una informazione di questo tipo al cliente, proprio perché è assente il presupposto della comunicazione stessa.

O.121 **OMISSIS** rappresenta che il cliente ha la possibilità di scegliere una **migliore tariffa** relativa ai servizi attivi, poiché la migliore tariffa è sempre quella già applicata. **OMISSIS**, difatti, adegua automaticamente le nuove condizioni economiche, applicando a tutti i Clienti, sia quelli già nella customer base che quelli nuovi, i miglioramenti economici disponibili e arricchendo l'offerta di nuovi servizi inclusi nel prezzo. Pertanto, anche per evitare una sovrabbondanza di comunicazioni nei confronti dei Clienti (i.e. qualità e carta dei servizi, comunicazione annuale sulle condizioni economiche sottoscritte, ecc.), **OMISSIS** propone di aggiungere l'inciso "se previste" dopo la parola "servizi".

O.122 **OMISSIS** con riferimento all'obbligo informativo in relazione alle c.d. migliori offerte, sia una volta l'anno, sia in prossimità della scadenza del primo periodo, concorda sul fatto che l'informativa al cliente possa essere effettuata anche mediante link, che rinvia alla pagina di Trasparenza Tariffaria ed all'area personale a disposizione del cliente, dove l'operatore fornisce il quadro puntuale delle migliori offerte disponibili. **OMISSIS** accoglie con favore anche l'indicazione sul concetto di miglior tariffa, che dovrebbe quindi essere individuata, con le modalità definite nel Regolamento, tra quelle rese disponibili per i clienti già in customer base sul sito web dell'operatore.

A parere della società, poi, l'Autorità dovrebbe precisare che l'obbligo di invio della migliore tariffa non debba essere attuato nel primo periodo di impegno contrattuale, se non in occasione dell'informativa sulla proroga salvo disdetta. Non sembrerebbe, infatti coerente con il concetto stesso

di “periodo di impegno contrattuale” una informativa in merito a tariffe eventualmente più vantaggiose di quelle concordate all’adesione. In relazione agli obblighi informativi, l’operatore ritiene che, già nell’ambito di questa consultazione, si possa affrontare anche il tema dell’obbligo informativo una volta l’anno sulle condizioni economiche applicate, previsto dalla vigente delibera n. 252/16/CONS. Obbligo che si traduce oggi, per i servizi di rete fissa, nell’inserimento in fattura di uno specifico messaggio informativo e, per i servizi di rete mobile, nell’invio di un SMS. **OMISSIS** ritiene che questa disposizione non sia più giustificata, considerando l’obbligo della comunicazione della miglior tariffa una volta l’anno. Ciò anche per evitare un evidente effetto confusorio per il cliente. Tra l’altro il cliente è già pienamente consapevole delle condizioni economiche applicate in virtù degli obblighi informativi in fattura, dei contenuti del messaggio SMS inviato mensilmente in occasione dell’addebito mensile, delle pagine di Trasparenza Tariffaria presenti sul sito, nonché di tutte le informazioni presenti nell’area personale del sito e sull’App.

V.87 **AGCOM**. In relazione alla richiesta di conferma da parte di **OMISSIS** sul momento di comunicazione della migliore tariffa l’Autorità richiama la parte finale del comma 5 dell’art. 5 del Regolamento:

*“Con almeno due mesi di anticipo rispetto alla proroga automatica del contratto, i fornitori informano l’utente finale, in modo chiaro e tempestivo e su un supporto durevole, circa la fine dell’impegno contrattuale e in merito alle modalità di disdetta del contratto e migliori tariffe relative ai loro servizi. I fornitori offrono agli utenti finali tali informazioni in merito alle migliori tariffe almeno una volta all’anno.”...”...”...*

Si osserva che la prima comunicazione sulla migliore tariffa avviene almeno due mesi prima della scadenza del primo impegno contrattuale. Successivamente la comunicazione è annuale.

V.88 **AGCOM**. Si fa poi riferimento alla richiesta di eliminare, visto l’obbligo della comunicazione della migliore tariffa, l’obbligo informativo una volta l’anno sulle condizioni economiche applicate, previsto dalla vigente delibera n. 252/16/CONS (art. 3, comma 5), che si traduce oggi per i servizi di rete fissa nell’inserimento in fattura di uno specifico messaggio informativo e per i servizi di rete mobile nell’invio di un SMS. A tale riguardo si rappresenta che le condizioni economiche di cui all’art. 3, comma 5 della delibera n. 252 cit. fanno riferimento alle **attuali** condizioni economiche sottoscritte dal cliente in customer base, mentre le migliori tariffe fanno riferimento alle condizioni economiche delle offerte vigenti sottoscrivibili dagli utenti. Pertanto, la richiesta dell’operatore non può trovare accoglimento.

V.89 **AGCOM**. Con riferimento all’osservazione di **OMISSIS** e **OMISSIS** relative al caso che l’utente già utilizzi la migliore offerta si rileva che il comma 5 dell’articolo 5 del Regolamento già prevede che *Ove, infine, l’offerta del cliente sia già più conveniente in termini di prezzo e/o contenuti e livelli di servizio, l’operatore informa il cliente di tale circostanza.*”...”...”...

V.90 **AGCOM**. Si fa riferimento alla richiesta di chiarimento di **OMISSIS**, laddove ritiene, tenuto conto della diffusione dei sistemi di assistenza digitale (ad esempio tramite apps), in cui sono riepilogate le offerte attive e le caratteristiche delle stesse, che la previsione in capo agli operatori di dover preventivamente analizzare per ciascun cliente, in modo *rolling*, le caratteristiche di ciascuna offerta per poi doverle comunicare a quest’ultimo, sia un’attività non necessaria tenuto conto che

l'onere informativo è già soddisfatto dalle informazioni ivi riportate, oltre che si tratta di un'attività estremamente onerosa e sproporzionata per la finalità che lo stesso legislatore intendeva perseguire. Si fa altresì riferimento all'osservazione di **OMISSIS** secondo cui tale obbligo di comunicazione della miglior tariffa per singolo cliente appare in larga parte irrealizzabile, alla luce della varietà e della variabilità delle offerte, in termini di prezzo e contenuti dei servizi, nonché alla luce della numerosità delle basi clienti e della difficile comparabilità tra le offerte e, ancor più, alla luce delle diverse esigenze di consumo dei clienti sottoscrittori, ignote all'operatore.

Anche secondo **OMISSIS** informare il cliente circa l'esistenza o meno di una offerta più conveniente implica il dover analizzare in maniera individuale il prezzo e/o le caratteristiche tecniche del servizio. Ciò provoca un livello di onerosità a carico del fornitore che la Direttiva non ha ritenuto giustificato imporre.

La stessa **OMISSIS** concorda sul fatto che l'informativa al cliente possa essere effettuata anche mediante link, che rinvia alla pagina di Trasparenza Tariffaria ed all'area personale a disposizione del cliente, dove l'operatore fornisce il quadro puntuale delle migliori offerte disponibili.

**OMISSIS** ritiene che, stante l'esistenza di già gravosi obblighi informativi relativi alle offerte sottoscrivibili, si possa considerare soddisfatto l'obbligo previsto fornendo il link alla propria pagina web con le offerte che possano interessare il cliente.

Ciò premesso, si rileva che il tema sollevato dai suddetti rispondenti è che la proposta in consultazione ponga un onere eccessivo in capo agli operatori. A tale riguardo si rappresenta che l'obbligo deriva direttamente dall'articolo 98 *septies-decies* del Codice e che, comunque, nel nuovo testo del comma 5, l'Autorità ha fornito un criterio attuativo.

Alla luce di quanto sopra, si prende atto che una ricerca personalizzata della migliore tariffa presenta elementi di complessità non proporzionati allo scopo e che non appare individuarsi, nel quadro normativo, in capo all'operatore un obbligo di individuazione *ex post* di una tariffa migliorativa rispetto a quella in scadenza di ciascun singolo consumatore.

Si conferma, pertanto che per "migliori tariffe" si intendono **quelle selezionate ex ante**, dagli operatori, come tali in relazione all'intero pacchetto delle proprie offerte **presenti sul mercato e sottoscrivibili**, in base a criteri semplici e proporzionati e basati sulla equità e ragionevolezza (ad es. le offerte che, a parità di contenuti rispetto ad altre ugualmente attive sul mercato, presentano un prezzo più basso, ad esempio perché promozionato). Appare evidente che offerte molto risalenti nel tempo possono essere sostituite dalla maggior parte delle nuove offerte che saranno, certamente, più convenienti in termini di costi e contenuti.

Si accoglie, quindi, la richiesta di chiarimento degli operatori al fine di meglio evidenziare, nel comma in questione, che non si fa riferimento ad una ricerca personalizzata per singolo cliente:

*Per migliore tariffa si intende quella dell'offerta, resa disponibile sui siti web degli operatori, in una specifica sezione "MIGLIORI TARIFFE", rivolta ai clienti in customer base, il cui prezzo sia da considerarsi la migliore tariffa dell'operatore al momento disponibile a parità di contenuti migliorativo rispetto all'offerta in essere a parità di contenuti o, in alternativa, consenta al cliente di fruire di maggiori contenuti e/o migliori livelli di servizio a parità di prezzo. Ove, infine, l'offerta del*

~~cliente sia già più conveniente in termini di prezzo e/o contenuti e livelli di servizio, l'operatore informa il cliente di tale circostanza.~~

V.91 **AGCOM.** Si fa riferimento alla richiesta di un rispondente di posticipare la comunicazione della migliore tariffa a dopo la scadenza del primo impegno contrattuale. La proposta di Regolamento prevede, in applicazione del comma 4 dell'articolo 98 septies decies, che:

*“Con almeno due mesi di anticipo rispetto alla proroga automatica del contratto, i fornitori informano l'utente finale, in modo chiaro e tempestivo e su un supporto durevole, circa la fine dell'impegno contrattuale e in merito alle modalità di disdetta del contratto e migliori tariffe relative ai loro servizi. I fornitori offrono agli utenti finali tali informazioni in merito alle migliori tariffe almeno una volta all'anno.”...”...”...*

Non si ritiene, pertanto, di poter accogliere la proposta del rispondente atteso che il Codice (comma 4) richiede che tale informativa deve essere inviata almeno due mesi prima della scadenza contrattuale.

V.92 **AGCOM.** Si fa riferimento all'osservazione di un rispondente relativa alle modalità di comunicazione della migliore tariffa, laddove esprime una preoccupazione su possibili eccessivi oneri (sito web, pagina di trasparenza tariffaria o area clienti).

In particolare, **OMISSIS** ritiene che l'obbligo sulla comunicazione delle migliori tariffe possa essere adempiuto anche attraverso l'invio di un link alla pagina di trasparenza tariffaria ove sono pubblicate tutte le offerte sottoscrivibili in un dato momento. Questa modalità di “rinvio mobile”, infatti, può risultare utile per il cliente che, a seconda del giorno in cui andrà a visitare la pagina, troverà tutte le offerte disponibili con il relativo periodo di validità e potrà valutare quella per lui più conveniente.

A tale proposito si ribadisce che il comma 5 non esclude, anzi raccomanda, il riferimento al sito web.

Nel paragrafo 35 della delibera n. 89/23/CONS, con riferimento all'obbligo informativo previsto in relazione alle c.d. migliori offerte, *si ritiene che l'informativa al cliente circa le “migliori offerte” possa essere effettuata anche mediante link che rinvia alla pagina di Trasparenza Tariffaria ed all'area personale a disposizione del cliente dove l'operatore deve fornire il quadro puntuale delle migliori offerte vigenti.*

Gli operatori dovranno, in particolare e per maggiore trasparenza, creare un'apposita sezione del sito web contenente **le migliori tariffe al momento disponibili**, distinguendola da tutte le altre offerte non sottoscrivibili, che sia raggiungibile direttamente tramite il link comunicato all'utente al momento della comunicazione relativa alla proroga di cui al comma 5.

V.93 **AGCOM.** L'Autorità, con riferimento alla richiesta di chiarimento di un operatore (**OMISSIS**) sulla definizione di migliore tariffa, laddove chiede di tener conto anche dei contenuti dell'offerta, ritiene ragionevole non vincolare la scelta commerciale dell'operatore e garantire la piena concorrenzialità del mercato, oltre che semplificare l'onere di individuazione di tale offerta.

L'Autorità ritiene condivisibile che l'operatore possa non disporre di un'offerta con migliori livelli di servizio o maggiori contenuti a parità di prezzo in quanto non possibile in determinate condizioni di mercato e per un certo tipo di servizio. D'altra parte, le dinamiche concorrenziali favoriranno la tendenza, degli operatori, comunque a individuare le tariffe e i servizi più accattivanti per gli utenti. La norma deve, infatti, assumere una valenza di trasparenza informativa verso l'utente il quale,

laddove non avesse l'attitudine ad essere informato sui nuovi servizi e tariffe, potrebbe trovarsi a rimanere legato a offerte ormai superate. È, pertanto, importante che l'operatore presenti al cliente la o le migliori offerte disponibili in termini di prezzo per una certa qualità.

V.94 **AGCOM**. In relazione all'osservazione di un rispondente secondo cui “ *Non è inoltre detto, aggiunge la società, che vi sia nei due mesi antecedenti alla proroga una “miglior tariffa” da comunicare all'utente, poiché è possibile che le condizioni in essere siano più convenienti*”, l'Autorità, proprio al fine di ridurre l'onere informativo, secondo un principio di proporzionalità, ha ritenuto sufficiente il rinvio alla apposita pagina WEB dove l'utente potrà confrontare la propria offerta con le migliori tariffe disponibili per la sottoscrizione. Viene pertanto eliminata dal comma 5 la seguente frase in quanto corrisponde a un onere non proporzionato allo scopo: “*Ove, infine, l'offerta del cliente sia già più conveniente in termini di prezzo e/o contenuti e livelli di servizio, l'operatore informa il cliente di tale circostanza.*”...

### ***Contratti a tempo indeterminato e di durata***

O.123 **OMISSIS**, premessa la necessità di circoscrivere l'ambito soggettivo di applicazione della delibera in esame agli utenti finali, consumatori o business, che abbiano stipulato con l'Operatore un contratto per adesione, ritiene opportuno evidenziare come le previsioni in esame siano espressamente riferite ai soli contratti di durata, senza alcun richiamo, neppure tacito, ai contratti di fornitura di servizi di comunicazione a tempo indeterminato. La società ritiene, pertanto, che l'applicazione delle stesse disposizioni sia da considerarsi necessariamente circoscritta solo a tale tipologia contrattuale, con esclusione dei contratti senza vincoli di durata - per prassi di settore abitualmente proposti dagli Operatori - i quali, prevedendo la possibilità per l'utente di recedere dal contratto in qualsiasi momento senza applicazione di penali, risultano senza dubbio più favorevoli per questi ultimi. **OMISSIS** richiama che le disposizioni del Codice alle quali l'Autorità intende dare attuazione non precludono in alcun modo la stipula di contratti a tempo indeterminato.

Le previsioni in merito alla durata massima del primo vincolo contrattuale si riferiscono infatti ai soli casi in cui i contratti siano contratti di durata a tempo determinato, ovvero ai casi in cui il contratto preveda un periodo di tempo nel quale l'utente non ha la facoltà di recedere liberamente dallo stesso.

Le medesime previsioni non sono tuttavia in alcun modo incompatibili con la previsione di contratti a tempo indeterminato, dai quali ciascuna delle parti può recedere in qualunque momento salvo preavviso. **OMISSIS**, peraltro, rileva che, come espressamente previsto dalla stessa Autorità al comma 5 dell'articolo in esame, anche i contratti a tempo determinato, scaduto il primo periodo di permanenza minima, possono essere prorogati, anche automaticamente e nulla impedisce che la proroga in questione sia a tempo indeterminato.

Lo stesso articolo in esame non riporta preclusioni di questo tipo, il che avvalorata ulteriormente la piena compatibilità con il Codice di contratti di tal genere.

Le disposizioni dell'articolo 98-septies decies del Codice relative alla durata del vincolo di permanenza minima nel contratto di durata si applicano quindi unicamente ai casi in cui gli stessi prevedano appunto un vincolo di permanenza minima e non anche ai contratti a tempo indeterminato, ai quali si applicheranno invece le disposizioni del decreto legge 31 gennaio 2007 n. 7 (c.d. Decreto Bersani), in forza del rinvio disposto dal comma 10 dello stesso articolo 98-septies decies, che stabilisce espressamente che “restano ferme le disposizioni di cui all'art. 1 del decreto legge 31

gennaio 2007 n. 7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007 n. 40". Fra esse il comma 3 dell'art. 1 che prevede che "i contratti per adesione stipulati con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, devono prevedere la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell'operatore e non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni".

Nessuna preclusione, dunque, anche in questo senso, alla stipula di contratti senza vincoli di durata e senza periodi di permanenza minima e l'espressa previsione, confermata dallo stesso Codice, secondo cui è fatta salva la facoltà per l'operatore di recuperare in ogni caso i costi vivi sostenuti per la dismissione del servizio, a prescindere quindi dal momento in cui avviene la disattivazione dello stesso e anche successivamente alla proroga automatica di un contratto di durata a tempo determinato.

O.124 **OMISSIS**, in primo luogo, alla luce degli ultimi sviluppi sul mercato relativi all'introduzione di clausole di adeguamento all'inflazione durante il periodo di vincolo contrattuale, ritiene necessaria una riduzione dell'impegno contrattuale massimo di cui al comma 1 di questo articolo da 24 mesi a 6 mesi. Tale approccio comporterebbe: (i) una riduzione degli ostacoli alla mobilità degli utenti, con promozione di una adeguata contendibilità del mercato e limitazione dell'esposizione dei consumatori agli aumenti di prezzo per indicizzazione all'inflazione; (ii) allineamento del quadro normativo italiano a quello vigente o in corso di approvazione/discussione in altri Paesi dell'Unione Europea. Approcci simili sono infatti già stati adottati da diversi Stati Membri dell'Unione Europea. **OMISSIS** evidenzia a tal riguardo che una riduzione del periodo massimo di *commitment* a 6 mesi eliminerebbe anche l'obbligo per gli operatori di predisporre almeno un'offerta della durata di 12 mesi, allo stato prevista dal comma 2 dell'art. 5 della proposta di Regolamento. Sul punto l'operatore ritiene che, qualora non venisse accolta tale richiesta, e quindi dovesse essere confermato il vincolo massimo di 24 mesi, l'obbligo a predisporre un'offerta della durata di 12 mesi dovrebbe in ogni caso intendersi applicabile soltanto a quegli operatori che prevedono nei loro contratti dei periodi di *commitment* superiori e fino a 24 mesi. Estendere tale obbligo anche a quegli operatori, come **OMISSIS**, che propongono contratti senza vincoli di durata non può infatti considerarsi compatibile con i requisiti di necessità e proporzionalità previsti dal Codice ed avrebbe il paradossale effetto di obbligare di fatto gli operatori più virtuosi ad introdurre modelli contrattuali meno vantaggiosi per gli utenti.

O.125 **OMISSIS**, con riferimento alla durata del contratto, chiede di chiarire che il concetto di "periodo di impegno iniziale" di cui al comma 1, che non può essere superiore ai 24 mesi, si riferisce non in generale alla durata del contratto, ma solo alla durata minima contrattuale nelle offerte che prevedono la restituzione degli sconti fruiti in caso di recesso anticipato. Secondo l'operatore, la *ratio* della disposizione del Codice è, con ogni evidenza, quella di non creare dei vincoli di natura contrattuale troppo estesi nel tempo per evitare che il cliente sia disincentivato a cambiare operatore da elevati costi di recesso. Se questa è la *ratio*, allora, afferma **OMISSIS**, non comprende per quale motivo la durata contrattuale nelle offerte che non presentano "vincoli" di durata minima non possa essere superiore a 24 mesi oppure, addirittura, non si possa prevedere un contratto a tempo indeterminato.

O.126 **OMISSIS**, con riferimento al comma 5 (recesso dopo la proroga automatica), fa presente che nel tavolo tecnico era emersa l'esigenza di chiarire se rimangono ammessi contratti a tempo

indeterminato con recesso in ogni tempo e quindi, in caso positivo, chiede di chiarire i termini da rispettare e i costi di recesso applicabili in tali casi (ad es. per i costi cessazione).

O.127 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che comprendere con chiarezza la durata del contratto sia indispensabile per l'utente perché la scadenza garantisce la possibilità di interrompere il rapporto dall'operatore senza costi e/o penali. L'associazione fa presente che nell'articolo in esame non è però specificato se eventuali integrazioni o modifiche del contratto, proposte dall'operatore e accettate dall'utente (peggiorative o migliorative), permettono di far ricominciare quel contratto per altri, massimo, 24 mesi. Gli operatori molto spesso, nei mesi precedenti la scadenza naturale del contratto, contattano il proprio cliente comunicando piccole modifiche (normalmente senza variazione tariffaria), non rilevanti e spesso con un piccolo vantaggio per l'utente che, ovviamente, accetta. Dalla data di accettazione però, senza informare il cliente, il contratto si rinnova per altri 12/24 mesi. Con tale pratica, afferma **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, si elude la norma che prevede che un contratto non può durare più di 24 mesi e non si permette all'utente di avere la certezza della scadenza del contratto.

O.128 **OMISSIS**, con riferimento al comma 1, ritiene che occorra escludere espressamente dall'ambito di applicazione oggettiva i contratti coi consumatori che, sin dalla loro genesi, sono stati accettati come contratti a tempo indeterminato, salvo naturalmente il diritto di recesso del cliente secondo tutto quanto predisposto dal quadro giuridico di riferimento.

O.129 **OMISSIS**, con riferimento ai commi 4 e 5, chiede di chiarire che i contratti a tempo determinato e il diritto di recesso degli utenti finali non si applicano ai contratti i cui clienti siano grandi imprese e che una rinuncia a qualsiasi diritto di protezione dell'utente finale (ad eccezione dei consumatori) può essere negoziata liberamente in un contratto senza la necessità di utilizzare il formato pre-approvato. Con riferimento al comma 6, **OMISSIS** chiede conferma che la parola "clienti" quando utilizzata nel regolamento vada intesa come "utente finale".

O.130 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** fa presente che la durata del contratto deve essere assolutamente chiara, in quanto spesso chi recede prima, per un qualsiasi motivo, deve essere informato sulle eventuali conseguenze di un recesso anticipato. Suggestisce, altresì, di eliminare la misura di cui al comma 4 per la miglior tutela del cliente finale.

V.95 **AGCOM**. L'Autorità non reputa di poter accogliere la richiesta del **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** di eliminare il comma 4 in quanto attuativa di una specifica previsione dell'articolo 98 septies decies, comma 3.

V.96 **AGCOM**. In relazione alle osservazioni di **OMISSIS** e **OMISSIS** sull'ambito oggettivo di applicazione si rinvia a quanto già chiarito nei precedenti paragrafi incluso il paragrafo V.13, V.14, e V.86. Ci si limita qui a confermare che per cliente si intende un utente finale che ha sottoscritto un contratto con un operatore. Il comma 1 dell'articolo 5 dello schema di Regolamento si riferisce ai consumatori e, salvo espressa rinuncia, alle microimprese, piccole imprese e associazioni senza scopo di lucro.

V.97 **AGCOM**. Un rispondente fa riferimento a contratti, oggi presenti, nei quali non è fissato alcun vincolo di durata minima. Si tratta, secondo il rispondente, di contratti a tempo indeterminato, *dai quali ciascuna delle parti può recedere in qualunque momento salvo preavviso*, senza applicazione di penali.

Il rispondente ritiene, alla luce del fatto che non sussiste un vincolo di durata o periodo di permanenza minima, che, ai sensi del Codice, sarebbe fatta salva la facoltà per l'operatore di recuperare in ogni caso i costi vivi sostenuti per la dismissione del servizio, a prescindere quindi dal momento in cui avviene la disattivazione dello stesso e anche successivamente alla proroga automatica di un contratto di durata a tempo determinato.

Secondo il rispondente le disposizioni dell'articolo 98-septies decies del Codice relative alla durata del vincolo di permanenza minima nel contratto dei contratti di durata si applicherebbero quindi unicamente ai casi in cui gli stessi prevedano tale vincolo e non anche ai contratti a tempo indeterminato ai quali si applicherebbero invece le disposizioni del decreto legge 31 gennaio 2007 n. 7 (c.d. Decreto Bersani), in forza del rinvio disposto dal comma 10 dello stesso articolo 98-septies decies.

L'Autorità ritiene le osservazioni del rispondente non condivisibili per le ragioni seguenti. In primo luogo, si ritiene opportuno richiamare il comma 1 dell'articolo 98 septies decies:

*“L'Autorità provvede affinché le condizioni e le procedure di recesso dei contratti non fungano da disincentivo al cambiamento di fornitore di servizi e affinché i contratti stipulati tra consumatori e fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina **non impongano un periodo di impegno superiore a 24 mesi con l'obbligo di prevedere che tra le offerte commerciali almeno una abbia una durata massima iniziale di 12 mesi.**”*

Si osserva che il Codice non prevede una “durata minima” come sostenuto dal rispondente ma massima.

D'altra parte, lo stesso comma 3-ter dell'articolo 1 della legge Bersani prevede che: *“3-ter. Il contratto stipulato con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, ove comprenda offerte promozionali aventi ad oggetto la fornitura sia di servizi che di beni, non può avere durata superiore a ventiquattro mesi.”*”

Il combinato disposto delle due suddette previsioni comporta che, in presenza di offerte promozionali, non vi debbano essere vincoli, connessi alle condizioni e procedure di recesso dei contratti e al recupero degli sconti, per un periodo superiore a 24 mesi. **La previsione di contratti di durata indeterminata si pone, pertanto, in linea di principio in contrasto con il citato vincolo di durata massima laddove siano presenti tali vincoli**, a meno che non si intenda con tale termine un contratto soggetto, sin dall'inizio, a proroga automatica.

Infatti, in base alla proposta del rispondente, l'utente pagherebbe sempre i costi di recesso e rinunciarebbe al diritto ad essere informato sul termine del periodo contrattuale e sulle migliori tariffe disponibili.

La previsione di un contratto di durata non limitata, pertanto, può essere ammessa solo a condizione che non vengano derogate le norme a tutela dell'utenza stabilite nello stesso articolo 98 septies-decies, comma 4, tra cui il diritto alla miglior tariffa (almeno una volta all'anno) e il diritto di recedere senza penali e senza costi di recesso una volta decorsi, per quanto chiarito a paragrafo V.86, al massimo, 24 mesi.

Inoltre, ai sensi dello stesso comma 4, dopo la proroga, ovvero dopo il primo impegno contrattuale di al massimo 24 mesi, il cliente ha diritto di recedere senza penali (restituzione di sconti) e costi.

La previsione di una durata massima garantisce all'utente il diritto, di cui al comma 4 del citato articolo del Codice, ad essere informato con almeno due mesi di anticipo rispetto alla proroga automatica del contratto, circa la fine dell'impegno contrattuale e in merito alle modalità di recesso dal contratto e migliori tariffe relative ai loro servizi.

Nel caso di contratti senza vincoli di uscita, cosiddetti senza durata minima, non sarà prevista la comunicazione relativa alla proroga automatica (fermo restando che il consumatore ne dovrà essere debitamente informato dalla sintesi contrattuale e in fase di sottoscrizione del contratto). Resta tuttavia fermo l'obbligo informativo rispetto alle migliori tariffe oltre che, come detto, di non applicare penali e costi di recesso dopo un periodo massimo di 24 mesi.

Alla luce di quanto sopra, il comma 5 dell'art. 5 è modificati come di seguito (le aggiunte sono in corsivetto grossetto):

5. Se il contratto prevede la sua proroga automatica ~~di un contratto a durata determinata~~ per servizi di comunicazione elettronica diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina, ~~dopo la proroga~~ l'utente finale, almeno dopo il ventiquattresimo mese dalla stipula, ha il diritto di recedere dal contratto in qualsiasi momento con un preavviso di massimo un mese e senza incorrere in alcuna penale ne' costi di disattivazione, eccetto quelli addebitati per la ricezione del servizio durante il periodo di preavviso-, tenuto conto quanto previsto dall'art. 8 comma 2, e gli eventuali costi da recuperare per l'apparecchiatura terminale. Con almeno due mesi di anticipo rispetto alla proroga automatica del contratto, ~~i fornitori~~ gli operatori informano l'utente finale, in modo chiaro e tempestivo e su un supporto durevole, circa la fine dell'impegno contrattuale e in merito alle modalità di disdetta del contratto e *migliori tariffe* relative ai loro servizi. ~~I fornitori~~ Gli operatori offrono agli utenti finali tali informazioni in merito alle *migliori tariffe* almeno una volta all'anno.

V.98 **AGCOM**. L'Autorità non reputa di accogliere la richiesta di **OMISSIS** di prevedere una durata massima contrattuale di 6 mesi, atteso che la possibilità di vincolo fino a 24 mesi è riconosciuto dal comma 1 dell'articolo 98 septies decies del Codice oltre che dal decreto Bersani.

V.99 **AGCOM**. Si fa riferimento all'osservazione dell'associazione dei consumatori, la quale chiede di chiarire cosa succede a seguito della comunicazione, al cliente, di piccole modifiche contrattuali, anche vantaggiose, in relazione alla durata che, in base alla prassi, verrebbe incrementata di altri 24 mesi.

A tale proposito si osserva che l'istituto della modifica contrattuale è normato dal comma 5 dell'articolo 98 septies decies, il quale non prevede, a seguito della comunicazione della modifica, una automatica proroga del contratto. Quest'ultima deve essere, se del caso, già prevista nel contratto e, comunque, soggetta all'obbligo di preventiva comunicazione di cui al comma 4 dell'articolo 98 septies decies sopra citato. Ne consegue che l'istituto della modifica contrattuale non può essere

utilizzato come strumento per applicare una proroga del contratto di ulteriori 24 mesi in modo automatico.

### ***Rateizzazione del terminale.***

O.131 **OMISSIS** condivide l'opportunità, nell'ottica di evitare effetti di lock-in (i.e. clausole contrattuali che vincolano nel tempo il cliente a meno del pagamento di una penale) e garantire la libertà di scelta dei consumatori e la concorrenza, di prevedere, per i contratti di fornitura sia di servizi di telefonia mobile che fissa, **vincoli di permanenza contrattuale non superiori a 24 mesi**, da applicare anche nel caso di rateizzazioni di apparati e servizi correlati alla fornitura della linea telefonica, come ad esempio i contributi per l'attivazione e il modem. Nel caso di rateizzazioni di apparati e servizi correlati alla fornitura della linea telefonica, quali ad esempio i contributi per l'attivazione e il modem, gli Operatori non dovrebbero applicare al consumatore alcun onere o corrispettivo legato al recupero delle promozioni eventualmente godute o rate residue su contributi di attivazione e fornitura di modem, apparati e servizi correlati alla fornitura della linea telefonica, fatto salvo quanto previsto dall'art.1, comma 3-ter, del decreto-legge 31 gennaio 2007 n. 7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007, n. 40.

O.132 **OMISSIS** esprime molte perplessità sul comma 6 in quanto a suo dire si pone in contro tendenza con quanto ad oggi applicato, in particolare, in tema di contratti per adesione. Sul punto, l'Autorità ha, infatti, negli anni stigmatizzato la condotta degli operatori promotori di offerte includenti ratei di beni su un orizzonte temporale più lungo, addirittura talvolta doppio, rispetto alla durata minima del vincolo contrattuale. Questo, infatti, si traduce spesso in una barriera all'uscita dal contratto da parte dell'utente. Ritiene di dover ribadire che ove la fornitura dell'apparecchiatura (di base o ulteriore) avvenga a titolo di "comodato" (ex art. 1803 e ss. C.c.) permane in capo all'utente finale l'obbligo di restituzione o, l'imputazione in pagamento per controvalore in caso di mancata restituzione del bene.

O.133 **OMISSIS** ritiene che la proposta, introdotta dal comma 6 dell'articolo 5, di consentire agli Operatori di rateizzare servizi ed apparecchiature terminali quali modem e router per un periodo superiore ai 24 mesi dovrebbe essere espunta dal dettato dell'articolo, poiché:

- (i) incompatibile con l'art. 98-septies decies del Codice, il quale esclude esplicitamente tale facoltà, indicando chiaramente che "un contratto a rate per l'installazione di una connessione fisica non include l'apparecchiatura terminale, ad esempio router o modem" e prevede la possibilità di impegni contrattuali superiori a 24 mesi soltanto:
  - a. per contratti relativi all'installazione di una linea ad altissima capacità,
  - b. se il consumatore ha convenuto in un contratto separato la rateizzazione dei pagamenti relativi all'installazione di tale linea;
- (ii) avrebbe un impatto negativo sulla contendibilità del mercato e rallenterebbe il processo di migrazione dei clienti verso tecnologie più performanti, così come riportato anche dall'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato, all'interno di una apposita Segnalazione inviata al Governo nel 2021, con cui ha richiesto di eliminare i meccanismi di lock-in contrattuale "che rendono estremamente costosa la migrazione dei clienti per

periodi estremamente lunghi, anche superiori a 30-48 mesi, paralizzando i clienti con tecnologie meno recenti;

- (iii) avrebbe impatti negativi in termini di trasparenza informativa. Non a caso, la stessa Autorità è intervenuta chiaramente sul tema con la delibera n. 591/20/CONS, che ha portato ad una sanzione complessiva di oltre 1 milione di euro per TIM e Wind Tre per scarsa trasparenza tariffaria in relazione al meccanismo di rateizzazione del modem su 48 mesi, poiché “il prezzo indicato come costo mensile dell’abbonamento risulta veritiero solo se l’utente non recede dall’offerta principale prima di 48 mesi, con l’effetto di alterare la percezione in ordine all’effettivo esborso al quale è chiamato in caso di rispetto del primo periodo di impegno contrattuale (24 mesi) e di falsare, di conseguenza, il confronto comparativo con le offerte dei concorrenti”.

O.134 **OMISSIS** condivide la proposta dell’Autorità in base alla quale si specifica che il cliente – se esplicitamente richiesto – può rateizzare, nel caso di offerte che prevedono anche l’acquisto di servizi e apparecchiature terminali supplementari, per un periodo più lungo rispetto alla durata del contratto principale (ad esempio 48 mesi), afferente alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche ed, inoltre, deve rimanere ferma la facoltà dei clienti, in caso di disdetta del contratto principale, di scegliere se continuare a pagare le residue rate o se pagare in un'unica soluzione le rate residue per l’acquisto degli apparati o servizi supplementari, senza alcun costo ulteriore.

O.135 Con riferimento al comma 3, **OMISSIS** chiede di chiarire meglio il rapporto tra i due contratti e, in particolare, di chiarire in positivo che il contratto a rate può prevedere che il cliente sia vincolato fino a conclusione del piano delle rate che potrebbe concludersi oltre i 24 mesi.

In merito al comma 6, che prevede la possibilità di mantenere attivi i piani rata di apparati oltre la durata del servizio di comunicazione sottostante, **OMISSIS** ritiene il principio condivisibile anche se solleva l’attenzione dell’Autorità sulla circostanza che i piani di rateizzazione degli apparati forniti dagli operatori possono costituire un disincentivo alla portabilità del numero o alla migrazione del servizio in ragione degli elevati prezzi talora applicati. A tal fine, **OMISSIS** evidenzia tale criticità ed esorta il monitoraggio del fenomeno ed un eventuale intervento volto a contrastare la circostanza suddetta.

O.136 **OMISSIS**, con riferimento alla prescrizione del Codice tale per cui “Un contratto a rate per l’installazione di una connessione fisica non include l’apparecchiatura terminale, a esempio router o modem, e non impedisce ai consumatori di esercitare i loro diritti in virtù del presente articolo.” come recepito nell’art. 5 comma 3 dello schema di Regolamento, ritiene che la previsione riportata da questa Autorità “... il terminale non dovrà, salvo diversa espressa volontà dell’utente finale, essere incluso nel contratto per l’installazione della fibra” trovi già rispetto nel principio di net neutrality espresso all’art. 4.1 lett) b della delibera n. 348/18/CONS. Infatti, quella stessa previsione regolatoria impone all’operatore di inserire nel proprio portafoglio offerte che non includono apparecchiature terminali (e quindi i relativi costi) e che siano perfettamente corrispondenti (ad eccezione del modem per l’appunto) alle offerte che invece prevedono al loro interno queste ultime. In questo senso il cliente è libero di scegliere se avvalersi o meno del modem del fornitore o sceglierne uno diverso.

O.137 **OMISSIS** accoglie con favore l’interpretazione dell’Autorità in relazione alla disposizione del CCE in cui si tratta della possibilità di prevedere rateizzazioni per un periodo maggiore di 24 mesi

per i contratti aventi ad oggetto l'installazione di una connessione fisica. In particolare, ove la norma prevede che “un contratto a rate per l'installazione di una connessione fisica non include l'apparecchiatura terminale, a esempio router o modem, e non impedisce ai consumatori di esercitare i loro diritti in virtù del presente articolo”, l'Autorità ritiene di poter leggere la disposizione in senso di maggiore libertà dell'utente, che potrà scegliere di acquistare il modem ove lo ritenga, in linea con le previsioni regolamentari che attuano la net neutrality. Pertanto, il terminale non dovrà, salvo diversa espressa volontà dell'utente finale, essere incluso nel contratto che rateizza il contributo per l'installazione di una connessione in fibra. Di conseguenza, ne discende che quella in esame sia l'unica fattispecie in cui viene espressamente esclusa la possibilità di includere l'apparecchiatura terminale nell'offerta di connettività.

O.138 In relazione all'acquisto di servizi e prodotti supplementari con rateizzazioni superiori al primo periodo di impegno contrattuale, la società concorda sull'opportunità di mantenere di default la rateizzazione del pagamento, per evitare addebiti in unica soluzione, se il cliente non lo specifica all'atto del recesso o successivamente. È altrettanto condivisibile che tale previsione garantisca pienamente il diritto del cliente di poter cambiare operatore e, di conseguenza, non prolunghi la durata del contratto principale.

V.100 **AGCOM**. Si richiama che il comma 6 sottoposto a consultazione è formulato come segue:

*Nel caso di offerte che prevedono anche l'acquisto di servizi e apparecchiature terminali supplementari, resta salva la possibilità di prevedere periodi di rateizzazione, per il pagamento del corrispettivo relativo a tali servizi o apparecchiature, più lunghi rispetto alla durata del contratto principale, afferente alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche. Gli operatori garantiscono ai propri clienti la facoltà, in caso di disdetta del contratto principale, di scegliere se continuare a pagare le residue rate o se pagare in un'unica soluzione le rate residue per l'acquisto degli apparati o servizi, senza alcun costo ulteriore.*

Il comma 3 dell'articolo 98 novies decies prevede che:

*La sottoscrizione di servizi o apparecchiature terminali supplementari forniti o distribuiti dal medesimo fornitore di servizi di accesso a internet o di servizi di comunicazione interpersonale basati sul numero accessibili al pubblico **non prolunga la durata originaria del contratto a cui tali servizi o apparecchiature terminali sono aggiunti, salvo qualora il consumatore convenga diversamente, in maniera espressa, al momento della sottoscrizione relativa a servizi o apparecchiature terminali supplementari.***

**Come riportato al paragrafo 36 della delibera n. 89/23/CONS** al comma 6 viene chiarito, riprendendo in modo quasi integrale il comma 4 del vigente Regolamento allegato alla delibera n. 519/15/CONS, che è possibile rateizzare, nel caso di offerte che prevedono anche l'acquisto di servizi e apparecchiature terminali supplementari, tali dispositivi per un periodo più lungo rispetto alla durata del contratto principale, afferente alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche. Gli operatori dovranno garantire ai propri clienti la facoltà, in caso di disdetta del contratto principale, di scegliere se continuare a pagare le residue rate secondo il piano di rateizzazione sottoscritto o se pagare in un'unica soluzione le rate residue per l'acquisto degli apparati o servizi supplementari, senza alcun costo ulteriore.

Tale previsione è in linea con l'art.98-*novies decies* (Offerte di pacchetti) comma 3 (ripreso all'art. 8-ter dello schema di Regolamento), laddove prevede che “[l]a sottoscrizione di servizi o apparecchiature terminali supplementari forniti o distribuiti dal medesimo fornitore di servizi di accesso a internet o di servizi di comunicazione interpersonale basati sul numero accessibili al pubblico non prolunga la durata originaria del contratto a cui tali servizi o apparecchiature terminali sono aggiunti, **salvo qualora il consumatore convenga diversamente, in maniera espressa, al momento della sottoscrizione relativa a servizi o apparecchiature terminali supplementari**”.

Al paragrafo 37 della delibera n. 89/23/CONS si chiarisce che il Codice, pertanto, consente, purché vi sia la volontà espressa dell'utente, di rateizzare i terminali per periodi superiori a 24 mesi.

**L'Autorità, tuttavia, ritiene, come già indicato nella suddetta delibera, che una opportuna pratica che gli operatori debbano seguire è di mantenere di default la rateizzazione del pagamento per evitare addebiti in unica soluzione se il cliente non lo specifica all'atto del recesso.**

L'Autorità ritiene inoltre opportuno chiarire che la rateizzazione debba essere, di norma, pari alla durata contrattuale (tipicamente 24 mesi). Atteso che questa può essere inferiore a 24 mesi (ad esempio 12 mesi) la facoltà di proporre un periodo di rateizzazione superiore si pone a vantaggio del consumatore per evitare rate mensili eccessive.

L'Autorità ritiene, a tale riguardo, opportuno evidenziare che una durata maggiore del periodo di rateizzazione deve essere espressamente accettata dal consumatore.

Con riferimento al pagamento delle rate residue in caso di recesso anticipato, **OMISSIS** evidenzia che la delibera riporta che “L'Autorità ritiene che una opportuna pratica che gli operatori debbano seguire è di mantenere di default la rateizzazione del pagamento per evitare addebiti in unica soluzione se il cliente non lo specifica all'atto del recesso”. Sotto questo profilo, la formulazione usata nel Regolamento sembra, secondo **OMISSIS**, invece, lasciar intendere che il cliente, per mantenere il pagamento rateale, debba effettuare un'apposita scelta al momento del recesso.

A tale proposito l'Autorità richiama che il citato comma 6 dello schema di Regolamento prevede che:

*“Nel caso di offerte che prevedono anche l'acquisto di servizi e apparecchiature terminali supplementari, resta salva la possibilità di prevedere periodi di rateizzazione, per il pagamento del corrispettivo relativo a tali servizi o apparecchiature, più lunghi rispetto alla durata del contratto principale, afferente alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche. Gli operatori garantiscono ai propri clienti la facoltà, in caso di disdetta del contratto principale, di scegliere se continuare a pagare le residue rate o se pagare in un'unica soluzione le rate residue per l'acquisto degli apparati o servizi, senza alcun costo ulteriore.”*

Nel ritenere corretta l'osservazione dell'operatore, l'Autorità integra il comma 6 in linea con la considerazione espressa nella delibera n. 89/23/CONS, come segue:

***Gli operatori ~~garantiscono~~ applicano ai propri clienti la facoltà, in caso di recesso o di disdetta del contratto principale, di default di scegliere se continuare a il pagamento delle residue rate salvo che sia l'utente a chiedere espressamente di ~~o se~~ pagare in un'unica soluzione le rate residue per l'acquisto degli apparati o servizi, senza alcun costo ulteriore.***

O.139 **OMISSIS**, con riferimento al comma 1, chiede di integrare l'eccezione sui vincoli relativi alla durata minima del contratto prevista dalla norma primaria in relazione alla tipologia di servizi (servizi di comunicazione interpersonali indipendenti dal numero e servizi di trasmissione dati, tipo M2M e IoT).

V.101 **AGCOM**. In merito all'ambito oggettivo, il comma 1 dell'art. 5 del Regolamento riflette la disposizione di cui all'art. 98 septies decies comma 1, che trova applicazione ai “*fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina*” come evidente dal seguente richiamo:

*1. L'Autorità provvede affinché le condizioni e le procedure di recesso dei contratti non fungano da disincentivo al cambiamento di fornitore di servizi e affinché i contratti stipulati tra consumatori e fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina non impongano un periodo di impegno superiore a 24 mesi con l'obbligo di prevedere che tra le offerte commerciali almeno una abbia una durata massima iniziale di 12 mesi.*

L'Autorità ritiene, ad ogni buon fine, opportuno meglio specificare nel comma 1 l'ambito oggettivo di applicazione come segue:

*1. Ferme restando quanto previsto ai commi 3 e 4 del presente articolo, i contratti conclusi tra consumatori e operatori che forniscono servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina non impongano un periodo di impegno iniziale superiore a 24 mesi.*

### **Modulo precompilato**

O.140 Con riferimento al comma 4, **OMISSIS** ritiene che la sottoscrizione di un modulo a parte sia inutilmente gravosa e che dovrebbe bastare una sottoscrizione specifica in calce a idonea dicitura. Ciò specie in un'ottica di agevolare il ricorso a modalità digitali per la conclusione del contratto (sarebbe l'ennesima complicazione per l'operatore e l'utente che intendano valersi di modalità digitali di conclusione del contratto, poiché già deve raccogliere dal Cliente: il modulo NP, il modulo Elenchi, far caricare al cliente copia del suo documento di identità, etc..). In ogni caso, **OMISSIS** chiede che la previsione secondo la quale la espressa rinuncia debba essere fornita “mediante modulo precompilato” sia circoscritta dall'Autorità ai soli contratti per adesione. Per i contratti negoziati infatti dovrebbe essere sufficiente al più un'apposita sottoscrizione della clausola negoziata che prevede la deroga alla disposizione normativa.

V.102 **AGCOM**: L'Autorità ritiene la richiesta ragionevole come chiarito al paragrafo V.24 in cui è stato modificato il comma 4 dell'articolo 5 del Regolamento.

## **VI. MODIFICA DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI (ART. 6)**

O.141 **La OMISSIS** chiede di eliminare **il comma 1 dell'articolo 6** in quanto troppo vincolante per gli operatori (ad esempio, gli operatori potrebbero anche apportare modifiche per meri motivi

amministrativi e tali modifiche potrebbero essere neutre per gli utenti finali anziché a solo vantaggio degli utenti finali). La formulazione “*Ad esclusivo vantaggio dell'utente*” è, secondo il rispondente, troppo onerosa per gli operatori e la tutela è comunque garantita al paragrafo 6.2.

O.142 **OMISSIS** chiede di **eliminare il comma 1**, poiché nella sostanza non aggiunge elementi nuovi rispetto alla previsione di cui al successivo comma 2 e potrebbe generare, proprio per questo, incertezza e dubbi interpretativi. La società aggiunge che né la Direttiva né il Codice indicano che le uniche modifiche contrattuali lecite siano quelle a vantaggio del cliente. Indicano, invece, il diritto del cliente di recedere dal contratto senza oneri quando l'operatore introduce unilateralmente modifiche contrattuali e lo escludono in specifiche circostanze. Pertanto, è fatta salva la facoltà dell'operatore d'introdurre modifiche contrattuali di qualsiasi natura. A seconda della natura delle stesse, variano le conseguenze dello ius variandi. Considerato che l'articolo 105 comma 4 della Direttiva, attuato fedelmente dal Codice, declina chiaramente le casistiche in cui il cliente non ha il diritto di recedere dal contratto nel caso in cui le condizioni contrattuali subiscano una modifica, e che dette casistiche sono presenti nella formulazione del comma 2 dell'articolo 6 dello schema di Regolamento, il testo proposto al comma 1 risulterebbe innecessario, fuorviante nonché più stringente rispetto alla Direttiva e va pertanto eliminato.

O.143 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che il richiamo nel comma 1 alle norme di legge e contrattuali debba essere preceduto da quello alle norme comunitarie/unionali.

V.103 **AGCOM**. L'Autorità rileva che il citato comma 1 prevede che gli operatori modificano le condizioni contrattuali solo nelle ipotesi e nei limiti previsti dalla legge o dal contratto medesimo, ovvero quando tali modifiche siano esclusivamente a vantaggio dell'utente. Si osserva che il comma presenta una valenza generale, il cui contenuto poi viene declinato nei successivi commi. Si prende atto, tuttavia, del fatto che la sua formulazione potrebbe comportare dubbi interpretativi vista la presenza della specifica successiva alla parola “*ovvero*” che costituisce uno dei casi disciplinati dal successivo comma 2. L'Autorità ritiene, pertanto, di riformulare il comma 1 come segue:

*Gli operatori modificano le condizioni contrattuali solo nelle ipotesi e nei limiti previsti dalla legge o dal contratto medesimo, **secondo le previsioni del presente articolo.** ~~ovvero quando tali modifiche siano esclusivamente a vantaggio dell'utente.~~*

O.144 In merito al comma 2, **OMISSIS** chiede all'Autorità di valutare l'opportunità di inserire un'affermazione generale che chiarisca che lo ius variandi e il diritto di recesso non dovrebbero applicarsi ai Clienti che siano Grandi Imprese in ragione: i) del loro forte/uguale potere contrattuale; ii) la natura altamente negoziabile dei loro contratti dei servizi su misura e iii) degli investimenti operativi iniziali effettuati dagli operatori per servire i Clienti Grandi Imprese. In alternativa, si potrebbe aggiungere una clausola generale che chiarisca che ius variandi e diritto di recesso non si applicano agli utenti finali/utenti o comunque alle Grandi Imprese nei contratti negoziati. Qualora ciò non potesse essere accettato, propone che la formulazione venga ammorbidita come di seguito: “*gli utenti finali hanno il diritto di recedere dal contratto ovvero di cambiare operatore, senza incorrere in alcuna penale né costi di disattivazione, al momento dell'avvenuta comunicazione di modifiche delle condizioni contrattuali proposte dall'operatore, tranne nel caso in cui in ciascuno dei seguenti casi i) le modifiche proposte siano esclusivamente a vantaggio dell'utente finale non abbiano effetti complessivamente dannosi sull'utente finale ii), siano di carattere puramente amministrativo iii) e*

non abbiano alcun effetto negativo sull'utente finale )o siano imposte direttamente dal diritto dell'Unione o nazionale....”<sup>16</sup>

O.145 **OMISSIS**, per quanto riguarda i commi successivi al 1, chiede di **specificare che si applicano solo ai consumatori ed alle microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro che non abbiano espressamente rinunciato a tale diritto** (non si applicano alle *utenze business*). Le altre tipologie di utenti finali dispongono di un potere contrattuale tale che la loro tutela non dipende dagli stessi obblighi a favore dei consumatori.

V.104 **AGCOM**. In relazione alla richiesta di chiarimento dell'ambito soggettivo di applicazione del presente articolo presentata da alcuni operatori l'Autorità rinvia a quanto precedentemente chiarito e, in particolare, al chiarimento fornito ai paragrafi V.13-V.14. in cui sono state specificate le previsioni che si applicano ai soli consumatori, alle micro e piccole imprese e a tutti gli utenti finali (quindi incluso le imprese maggiori).

O.146 **OMISSIS** non concorda con il disposto del **comma 2** per cui *“in caso di recesso all'utente si applicano le precedenti condizioni contrattuali per il traffico svolto fino alla data della disattivazione della linea. A tal fine l'operatore provvede a stornare o a rimborsare all'utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale.”* **OMISSIS** ritiene infatti che detta previsione possa trovare applicazione solo laddove il cliente receda per migrazione al massimo entro i 30 giorni previsti per il preavviso. Dal trentunesimo giorno in poi, questa misura non potrà trovare attuazione: difatti, in caso contrario, l'onere economico che incomberebbe sul professionista sarebbe eccessivo e immotivato, soprattutto considerando che la richiesta di migrazione verso altro operatore si fonda sulla proattività del cliente stesso. In questo senso dilatare la tempistica oltre il 31 esimo giorno, potrebbe generare uno sbilanciamento a danno dell'operatore *donating* nonché un effetto discriminatorio nei confronti dei vari clienti.

O.147 **OMISSIS**, **in relazione al comma 2**, non si condivide la proposta dell'Autorità di prevedere che, nel caso in cui il cliente non accetti la modifica contrattuale ed eserciti il recesso senza oneri all'interno della finestra temporale di 60 giorni ma dopo l'attuazione della variazione, ossia tra il 30° e il 60° giorno dall'avvenuta comunicazione di modifica, l'Operatore sia tenuto allo storno/rimborso degli eventuali importi addebitati in virtù della variazione contrattuale. Ritiene infatti che, se l'utente non ha esercitato il recesso entro il primo congruo termine di 30 giorni, ciò raramente avvenga per una dimenticanza o mancata comprensione della comunicazione inviata dall'Operatore; ritiene plausibile e corretto, dunque, che decorsi i trenta giorni dalla comunicazione siano applicate le nuove condizioni, ferma la più ampia finestra di recesso attribuita. Ciò premesso, propone di **stralciare dal comma 2** quanto di seguito: *“In caso di recesso all'utente si applicano le precedenti condizioni contrattuali per il traffico svolto fino alla data della disattivazione della linea. A tal fine l'operatore provvede a stornare o a rimborsare all'utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale”*.

---

<sup>16</sup> Gli operatori sottoscritti ritengono che questo fosse l'obiettivo dell'Autorità come recita la Delibera di avvio della consultazione (pag. 6) ”“Per le c.d. grandi imprese, la stessa direttiva (considerando n. 259, alinea finale) chiarisce che queste, proprio in ragione della loro dimensione (che consente loro un margine più ampio di trattativa), possono negoziare clausole diverse dal contenuto della direttiva senza bisogno di deroga espressa .” E “Diversamente dalle microimprese, dalle piccole imprese e dalle organizzazioni senza scopo di lucro, le imprese più grandi dispongono generalmente di un maggior potere contrattuale e pertanto non segnalano dagli stessi obblighi di informazione contrattuale validi per i consumatori” (pag. 5)

O.148 **OMISSIS** rileva che il comma 2 impone all'operatore di rimborsare all'utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale successivamente al recesso dell'utente medesimo. La disposizione, secondo il rispondente, non appare in linea con la tempistica contemplata dalla legge che obbliga alla comunicazione della variazione con 30 giorni di anticipo, e consente il recesso in 60 giorni. Pertanto, l'utente è libero di recedere tempestivamente, evitando l'applicazione delle nuove condizioni, oppure di attendere un tempo più lungo per valutarne l'impatto ed eventualmente recedere.

Il rispondente ritiene che **analogo ragionamento possa essere applicato** alla disposizione di cui **comma 3**. In questi casi non dovrebbero perciò essere previsti storni e rimborsi, che peraltro sarebbero proporzionalmente molto onerosi e di difficile implementazione per gli operatori. Si tratterebbe plausibilmente di somme molto modeste, per il rimborso delle quali occorrerebbe porre in essere processi non banali e costosi che presentano criticità di gestione che si potrebbero protrarre nel tempo (si pensi, a titolo esemplificativo, ai costi dei bonifici bancari e del reperimento delle relative coordinate, piuttosto che della spedizione di assegni con rischio di smarrimenti o mancate consegne, ecc.).

O.149 **OMISSIS** in relazione al **comma 2 rileva che** la disciplina relativa alle modifiche contrattuali contenuta nel Regolamento riporta, per la gran parte, quanto previsto dal Codice, ad eccezione della specifica che, ove il cliente eserciti il recesso dopo l'entrata in vigore delle modifiche, l'operatore è comunque tenuto ad applicare le vecchie condizioni oppure a stornare i relativi costi. Evidenzia che tale obbligo in capo all'operatore non è previsto espressamente dal Codice e sembra contrario alla stessa ratio del Codice che è quella di conferire al cliente un periodo aggiuntivo di 30 giorni successivo alla modifica contrattuale per esercitare il diritto di recesso senza costi. Diversamente, la Direttiva (UE) 2018/1972 e il Codice avrebbero più facilmente previsto un preavviso per la comunicazione e un termine per l'esercizio di recesso pari ad almeno 60 giorni. A ciò si aggiunga che l'interpretazione fornita nel Regolamento crea un'evidente disparità di trattamento tra i clienti che esercitano il recesso e i clienti che, non esercitando il recesso, "accettano" le modifiche contrattuali. Infatti, per lo stesso servizio fruito dopo i 30 giorni dall'invio della comunicazione di modifiche contrattuali, l'operatore applicherà le vecchie condizioni (ad esempio il vecchio prezzo) al cliente che recede e le nuove condizioni al cliente che non recede.

O.150 **OMISSIS in relazione al comma 2 rileva che** l'Autorità mantiene una formulazione propria della precedente disciplina, dove la coincidenza fra preavviso e termine per esercitare il diritto di recesso (30 giorni in entrambi i casi) rendeva ragionevole la previsione di mantenimento delle previgenti condizioni, per i clienti che manifestano la volontà di recedere. Nel nuovo quadro normativo il legislatore ha inteso distinguere il preavviso (rimasto di 30 giorni) dal termine per esercitare il diritto di recesso (esteso a 60 giorni). Tale innovazione perderebbe del tutto di significato ove l'Autorità **confermasse il proprio orientamento, di non considerare applicabili le nuove condizioni anche ai clienti che esercitano il recesso nel periodo successivo ai 30 giorni di preavviso**. In tale nuovo contesto normativo, pertanto, ritiene opportuno prevedere l'applicazione delle vecchie condizioni contrattuali solo durante il periodo di preavviso, dovendo **applicare le nuove condizioni ai clienti che esercitano il recesso nel periodo successivo ai 30 giorni di preavviso**. Ritiene, inoltre, opportuno specificare che la variazione non è necessariamente una modifica di prezzo ma può trattarsi anche di una modifica tecnica, inerente a una nuova configurazione di sistema. In tal

caso, diviene impossibile non applicare le nuove condizioni contrattuali alla scadenza dei 30 giorni di preavviso.

Più in dettaglio, **OMISSIS** concorda sulla considerazione che, in ossequio all'esigenza di certezza dei rapporti giuridici, la modifica delle condizioni contrattuali debba essere accompagnata da adeguate tutele per l'utente finale.

Le modifiche delle condizioni contrattuali proposte dall'operatore possono, tuttavia, consistere anche in variazioni che vanno esclusivamente a vantaggio dell'utente finale, di carattere puramente amministrativo o imposte direttamente dal diritto dell'Unione o nazionale. In tali casi, il diritto di recesso senza costi né penali è escluso dal legislatore.

**OMISSIS, in aggiunta,** osserva che l'Autorità, nelle premesse della delibera di avvio del procedimento di consultazione pubblica, a pag. 23, afferma che, laddove l'operatore volesse avvalersi della suddetta deroga al diritto di recesso, sarebbe opportuna una comunicazione di tale variazione all'Autorità, affinché la stessa possa valutare che le modifiche non abbiano ripercussioni negative sull'utente finale.

In proposito **OMISSIS**, pur essendo in linea di principio favorevole ad un modello di fattiva collaborazione con i competenti Uffici dell'Autorità, non può concordare sull'introduzione sistematica di un nuovo obbligo di comunicazione preventiva, a maggior ragione in un contesto dove il legislatore stesso non ha ritenuto opportuno imporlo. La Scrivente ritiene che il confronto preventivo con l'Autorità, in questi, ma anche, più in generale, in qualsiasi altro caso di dubbio interpretativo, debba essere lasciato sempre, in logica di autotutela del professionista, alla libera iniziativa dell'operatore.

**OMISSIS** concorda sulla precisazione per cui l'utente finale, che intende recedere tramite passaggio ad altro operatore, deve comunque informare l'operatore donante di volerlo fare in ragione della comunicazione di modifica contrattuale. Ciò in quanto l'operatore cedente non è a conoscenza delle ragioni del recesso e, pertanto, deve poter correttamente applicare o meno eventuali costi, a seconda che si tratti di recesso per ius variandi o recesso ad nutum.

**OMISSIS** osserva che nello schema di provvedimento viene chiarito che, a seguito della comunicazione di recesso, nel periodo successivo all'entrata in vigore delle nuove condizioni, l'operatore potrà fatturare all'utente finale il traffico effettuato fino alla disattivazione/migrazione della linea, applicando però le precedenti condizioni contrattuali.

**OMISSIS non concorda con tale previsione.** Rispetto al quadro previgente, l'allungamento del termine per recedere (60 giorni dalla comunicazione) già tutela pienamente gli utenti (anche quelli più distratti) prolungando la facoltà di cessare il rapporto, senza costi né penali, con l'operatore che ha unilateralmente comunicato una variazione contrattuale. La previsione in parola, in effetti, sembra inopportuna riproporre il regime di cui alla delibera n. 519/15/CONS, pur in un contesto normativo profondamente innovato dall'entrata in vigore del nuovo CCE.

**OMISSIS** aggiunge che la previsione di un'applicazione delle condizioni precedenti, anche spirato il termine di 30 giorni per il preavviso, andrebbe a negare la ratio stessa della novella normativa, che ha differenziato i due termini (preavviso e recesso) proprio per consentire all'utente di esercitare il recesso, senza costi né penali, avendo avuto la possibilità di sperimentare le nuove condizioni proposte dall'operatore. La previsione attualmente riportata nello schema di Regolamento equipara,

negli effetti, i due termini, andando, ad avviso della Scrivente, in contrasto con un'interpretazione teleologicamente orientata del dettato normativo. Inoltre, si evidenzerebbe un radicale incremento della complessità di gestione delle modifiche contrattuali, sicuramente di estrema onerosità per la gestione delle variazioni meramente economiche, ma del tutto impossibile per quelle modifiche di natura tecnica che vengono rilasciate a data fissa per tutti gli utenti.

Quanto appena argomentato sostiene l'istanza di una revisione del Regolamento, nei termini di seguito proposti:

*“2. [...] In caso di recesso all'utente si applicano le ~~precedenti~~ vigenti condizioni contrattuali per il traffico svolto fino alla data della disattivazione della linea. ~~A tal fine l'operatore provvede a stornare o a rimborsare all'utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale.~~*

*“3. Nel caso in cui l'utente esercita il diritto di recesso, chiedendo il passaggio ad altro operatore e informandone l'operatore cedente, nel periodo tecnicamente necessario per tale passaggio si applicano le **vigenti condizioni contrattuali** ~~previgenti alle modifiche di cui al comma 1. L'operatore, nel caso in cui non riesca tecnicamente ad impedire l'applicazione delle nuove condizioni contrattuali, provvede tempestivamente a stornare o a rimborsare all'utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale~~”.*

**OMISSIS** auspica che AGCOM prenda in massima considerazione le osservazioni formulate, tenendo conto, in particolare, delle difficoltà operative nella gestione di modifiche contrattuali con tempistiche differenziate in funzione della data di recesso del cliente, riformulando quindi la previsione in parola, per far sì che lo spirare del termine di preavviso possa rappresentare, per tutti i clienti, il dies a quo di entrata in vigore delle nuove condizioni contrattuali. Ciò anche qualora il cliente decida di avvalersi della possibilità di recedere nei 30 giorni successivi all'entrata in vigore delle stesse, avendo avuto la possibilità di sperimentarne gli effetti concreti sul proprio contratto.

O.151 **OMISSIS** **richiama il comma 2 nella parte in cui prevede che “I fornitori informano gli utenti finali, con preavviso non inferiore a trenta giorni, di qualsiasi modifica delle condizioni contrattuali e, al contempo, del loro diritto di recedere dal contratto o passare ad altro operatore senza incorrere in alcuna penale né ulteriore costo di disattivazione se non accettano le nuove condizioni”**. Dal momento che l'attuale formulazione della disposizione ricomprende tuttavia "qualsiasi" modifica, anche potenzialmente migliorativa delle condizioni in essere, si propone di modificare il presente articolo, prevedendo che l'informativa prevista dal comma 2, compreso il diritto di recesso, andrà inviata non per qualunque modifica delle condizioni, bensì solamente per quelle modifiche a svantaggio dell'utente finale.

O.152 **OMISSIS (comma 2)** rileva che il D.Lgs. 207/21 stabilisce che “I fornitori informano gli utenti finali, con preavviso non inferiore a trenta giorni, di qualsiasi modifica delle condizioni contrattuali e, al contempo, del loro diritto di recedere dal contratto senza incorrere in alcuna penale né ulteriore costo di disattivazione se non accettano le nuove condizioni”. L'operatore ha quindi il diritto di applicare la modifica contrattuale dopo 30 giorni di preavviso, consentendo anche nei successivi 30 giorni (60 giorni in tutto), il recesso gratuito. **Nulla, tuttavia, viene detto circa il nuovo limite che si vuole imporre con tale disposizione, ossia non applicare le nuove condizioni prima dello spirare dei 60 giorni, a pena di sopportare un oneroso processo di ripristino delle**

**precedenti condizioni contrattuali** per il traffico svolto fino alla data della disattivazione della linea, non commisurato in generale all'incremento di prezzo da restituire. Tale maggior onere è in evidente contrasto con il disposto dell'art. 101 della Direttiva 2018/1972 a mente del quale *“Livello di armonizzazione Gli Stati membri non mantengono né introducono nel diritto nazionale disposizioni in materia di tutela degli utenti finali che divergano dagli articoli da 102 a 115, incluse disposizioni più rigorose o meno rigorose per garantire un livello di tutela diverso, salvo qualora sia altrimenti previsto nel presente titolo”*.

O.153 **OMISSIS** richiama **il comma 2** a mente del quale viene stabilito che il diritto di recesso, da parte dell'utente, possa essere **esercitato entro 60 giorni dall'avvenuta comunicazione delle modifiche e che, fino a quel momento, non sia possibile applicare le nuove condizioni**. Tutto ciò si traduce in una esplicita violazione delle disposizioni della direttiva di armonizzazione massima e del relativo del decreto di recepimento (d.lgs. 207-2021 articolo 98-septies decies) nella misura in cui questi non contemplano previsioni circa il termine entro cui gli operatori, in caso di recesso dell'utente, sono tenuti ad applicare le preesistenti condizioni contrattuali, limitandosi tali testi a disciplinare espressamente, da un lato, il termine di preavviso (30 gg) con cui l'operatore deve comunicare le modifiche contrattuali e, dall'altro, il periodo in cui il cliente ha il diritto di recedere senza costi (60 gg dalla comunicazione).

**A ciò si aggiunga che la previsione di cui all'articolo 6 dello schema di Regolamento in base alla quale gli operatori sono tenuti ad applicare la precedenti condizioni economiche fino alla data della disattivazione della linea**, oltre a non essere prevista dalla legge, rischia di arrecare un grave pregiudizio agli operatori, i quali per un periodo alquanto lungo devono continuare a fornire il servizio a un prezzo che non riflette più le condizioni di sostenibilità che erano state considerate al momento della relativa determinazione. Questa soluzione potrebbe inoltre limitare la piena consapevolezza dell'aumento tariffario comunicato dall'operatore al cliente considerato che il cliente vedrebbe per la prima volta l'aumento applicato in un momento in cui ormai la finestra per l'esercizio del diritto di recesso si è definitivamente chiusa.

O.154 **ALCUNE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI** rilevano che **il comma 2, per come è formulato**, esclude la possibilità di recedere dal contratto nonché di cambiare operatore nel caso in cui *“le modifiche proposte siano di carattere puramente amministrativo”*. Considerando tuttavia che alcune specifiche circostanze (ad esempio la modifica della periodicità di trasmissione delle bollette da bimestrale a mensile) rappresentano comunque un costo aggiuntivo, con conseguenti ripercussioni negative per molti gli utenti (nel caso citato per coloro i quali non ricevano la documentazione in formato elettronico), **propongono di eliminare dal testo la suindicata esclusione**, in modo tale da garantire anche a questi stessi clienti la possibilità di recedere senza costi; **in relazione al comma 3**, considerato che non di rado in caso di recesso dal contratto con migrazione ad altro operatore l'intestatario dell'utenza finisce per effettuare l'operazione senza renderne edotto l'operatore *donor*; **le associazioni segnalano la necessità di mettere a disposizione dei clienti l'apposita modulistica**.

O.155 **OMISSIS** evidenzia che **occorre distinguere (e se ritenuto disciplinare), in aggiunta alla normativa sullo jus variandi, l'ipotesi di modifica delle condizioni con effetti successivi alla scadenza contrattuale**, ossia in vista del rinnovo (novazione in occasione del rinnovo del contratto alla scadenza). La giurisprudenza (cfr. Cons. Stato 22/12/2022 ordinanza n. 5986 in tema di energia) distingue infatti l'ipotesi di modifica unilaterale durante la vigenza del contratto (esercizio ius

variandi) dal rinnovo tacito a nuove condizioni previamente comunicate all'utente, stabilendo che si tratta di diversa fattispecie (nuovo accordo). La differenza è rilevante ad es. quanto al fatto che alla scadenza deve ritenersi legittima la novazione dell'accordo (superando i limiti dello ius variandi ammesso durante la vigenza quale delineati dalla giurisprudenza, ad es. con integrale sostituzione delle CG o modifica del sistema di pricing), fermo restando che l'utente può valersi del diritto di disdetta nella modalità e alle condizioni dettate per la disdetta<sup>17</sup>. Segnala che tale diversa ipotesi, ove ritenuta applicabile, come si ritiene plausibile, contemplata anche dalla richiamata Cons. Stato 22/12/2022 ordinanza n. 5986 in tema di energia, esclude che modifiche derivanti dal rinnovo alla scadenza fossero contrarie alla sospensione dello ius variandi disposta per legge fino al 30 giugno 2023.

V.105 **AGCOM**. I commi 2 e 3 prevedono che *il diritto di recedere dal contratto può essere esercitato entro sessanta giorni dall'avvenuta comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali. In caso di recesso all'utente, si applicano le precedenti condizioni contrattuali per il traffico svolto fino alla data della disattivazione della linea. A tal fine l'operatore provvede a stornare o a rimborsare all'utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale.*

*“Nel caso in cui l'utente esercita il diritto di recesso, chiedendo il passaggio ad altro operatore e informandone l'operatore cedente, nel periodo tecnicamente necessario per tale passaggio si applicano le condizioni previgenti alle modifiche di cui al comma 1. L'operatore, nel caso in cui non riesca tecnicamente ad impedire l'applicazione delle nuove condizioni contrattuali, provvede tempestivamente a stornare o a rimborsare all'utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale.”*

Ciò premesso, l'Autorità ritiene ragionevoli le argomentazioni degli operatori in relazione alla applicabilità delle precedenti condizioni contrattuali anche in caso di recesso esercitato o completato dopo il trentesimo giorno dal preavviso.

Si rileva, al riguardo, quanto segue.

Il recesso completato nei primi trenta giorni dalla comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali, non comporta effetti per il recedente, **ove il recesso avvenga** prima dello spirare del trentesimo giorno atteso che la modifica delle condizioni contrattuali avviene al trentunesimo giorno. In tal caso si applicano, nei trenta giorni dalla comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali, le vecchie condizioni contrattuali.

Il recesso completato oltre il termine di 30 giorni dalla comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali comporta effetti per il recedente nella parte di preavviso oltre il trentesimo giorno. In tal caso si ritiene opportuno che si applichino al recedente le vecchie condizioni contrattuali nei primi 30 giorni e quelle modificate nei secondi trenta giorni.

La suddetta valutazione resta valida sia nel caso di recesso *ad nutum* sia nel caso di recesso con portabilità del numero.

Alla luce di quanto sopra, si ritiene di modificare l'art. 6 comma 2 come di seguito:”

---

<sup>17</sup> Cfr. art. 13 Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica e di gas naturale ai clienti finali che distingue: (i) art. 13.1 ius variandi; (ii) 13.5 variazione automatica, es. indicizzazione e (iii) variazioni derivanti dalla scadenza.

*“Il diritto di recedere dal contratto può essere esercitato entro sessanta giorni dall’avvenuta comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali. In caso di recesso completato **entro trenta giorni dall’avvenuta comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali**, all’utente si applicano le precedenti condizioni contrattuali per il traffico svolto fino alla data della disattivazione della linea. A tal fine l’operatore provvede a stornare o a rimborsare all’utente le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale. **In caso di recesso completato oltre il trentunesimo giorno, si applicano all’utente, per il periodo eccedente i primi trenta giorni, le condizioni contrattuali stabilite a partire dalla data della modifica.**”*

Segue analogia precisazione nel comma 3 dell’articolo 6:

*“Nel caso in cui l’utente esercita il diritto di recesso chiedendo il passaggio ad altro operatore e informandone l’operatore cedente, nel periodo tecnicamente necessario per tale passaggio si applicano le condizioni previgenti alle modifiche di cui al comma 1 **se il passaggio è completato entro trenta giorni**. L’operatore, nel caso in cui non riesca tecnicamente ad impedire l’applicazione delle nuove condizioni contrattuali, provvede tempestivamente a stornare o a rimborsare all’utente **finale** le somme in eccesso eventualmente addebitate in virtù della modifica contrattuale. **In caso di recesso completato oltre il trentunesimo giorno, si applicano all’utente, per il periodo eccedente i primi trenta giorni, le condizioni contrattuali stabilite a partire dalla data della modifica.**”*

L’Autorità ritiene opportuno che l’utente sia informato di tale ultima previsione evidenziata in grassetto da parte degli operatori in sede di comunicazione della variazione contrattuale e nelle condizioni generali del contratto.

L’Autorità ribadisce l’importanza del fatto che l’utente finale, che intende recedere tramite passaggio ad altro operatore, informi l’operatore donating di volerlo fare in ragione della comunicazione di modifica contrattuale.

Ciò in quanto l’operatore cedente non è a conoscenza delle ragioni del recesso e, pertanto, deve poter correttamente applicare o meno eventuali costi, a seconda che si tratti di recesso per ius variandi o recesso ad nutum. Ciò è previsto al comma 3. È importante che gli operatori inseriscano tale precisazione nelle loro comunicazioni ai clienti, anche in caso di ius variandi oltre che nei contratti o informative precontrattuali.

V.106 **AGCOM**. In relazione alla richiesta di un rispondente di limitare l’informativa agli utenti ai soli casi che comportano il diritto di recesso, l’Autorità, nel non ritenere di accogliere la proposta, rappresenta che la ratio della previsione regolamentare è quella di garantire, comunque, all’utente la massima trasparenza in relazione all’evoluzione del proprio contratto.

V.107 **AGCOM**. Alcune associazioni dei consumatori propongono di eliminare dal testo del comma 2 la previsione secondo cui il diritto di recesso senza costi non è previsto *nel caso in cui le modifiche proposte siano esclusivamente a vantaggio dell’utente finale, siano di carattere puramente amministrativo e non abbiano alcun effetto negativo sull’utente finale o siano imposte direttamente dal diritto dell’Unione o nazionale.*

La richiesta non può essere accolta in quanto esplicitamente prevista dal comma 5 dell’articolo 98 septies-decies.

Tuttavia, in relazione alle preoccupazioni delle associazioni, l’Autorità ha già fornito possibili misure nel paragrafo 38 della delibera n. 89/23/CONS che qui si richiama in quota parte:

“Qualsiasi cambiamento, non favorevole all’utente finale delle condizioni contrattuali proposte dagli operatori, dovrebbe conferire all’utente finale il diritto di risolvere il contratto senza dover sostenere alcun costo, anche se tale cambiamento è associato ad alcuni benefici.

A tale riguardo, il considerando n. 275 della direttiva UE 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, specifica quanto segue:

***“Qualsiasi cambiamento non favorevole all’utente finale delle condizioni contrattuali proposte dai fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero, ad esempio in relazione a oneri, tariffe, limitazioni del volume di dati, velocità dei dati, copertura o trattamento dei dati personali, dovrebbe conferire all’utente finale il diritto di risolvere il contratto senza dover sostenere alcun costo, anche se tale cambiamento è associato ad alcuni benefici.”***

*Le modifiche delle condizioni contrattuali proposte dall’operatore possono tuttavia consistere anche in variazioni che vanno esclusivamente a vantaggio dell’utente finale, di carattere puramente amministrativo e che non abbiano alcun effetto negativo sull’utente finale o siano imposte direttamente dal diritto dell’Unione o nazionale, come precisato al considerando 275:*

***“Qualsiasi cambiamento delle condizioni contrattuali apportato dal fornitore dovrebbe pertanto consentire all’utente finale di risolvere il contratto, a meno che ciascun cambiamento sia di per sé a suo vantaggio o che i cambiamenti siano meramente amministrativi, quale il cambiamento dell’indirizzo del fornitore, e non abbiano ripercussioni negative sull’utente finale o che i cambiamenti conseguano dall’applicazione rigorosa di modifiche legislative o normative, quali nuovi requisiti relativamente alle informazioni contrattuali imposti dal diritto dell’Unione o nazionale. È opportuno valutare sulla base di criteri oggettivi se un cambiamento sia a esclusivo beneficio dell’utente finale. Il diritto dell’utente finale di risolvere il contratto dovrebbe essere escluso solo nel caso in cui il fornitore sia in grado di dimostrare che tutti i cambiamenti contrattuali sono a esclusivo beneficio dell’utente finale o sono meramente amministrativi e non hanno ripercussioni negative sull’utente finale”.***

*Resta pertanto in capo all’operatore l’onere di dimostrare che i cambiamenti siano effettivamente a beneficio dell’utente finale.*

*A tale proposito il considerato 275 della direttiva prevede che È opportuno valutare sulla base di criteri oggettivi se un cambiamento sia a esclusivo beneficio dell’utente finale. Il diritto dell’utente finale di risolvere il contratto dovrebbe essere escluso solo nel caso in cui il fornitore sia in grado di dimostrare che tutti i cambiamenti contrattuali sono a esclusivo beneficio dell’utente finale o sono meramente amministrativi e non hanno ripercussioni negative sull’utente finale.*

*Si ritiene, quindi, che sarebbe opportuno che tali cambiamenti, laddove l’operatore volesse avvalersi della suddetta deroga al diritto di recesso, vengano comunicati all’Autorità dagli operatori, affinché si possa valutare che le modifiche non abbiano ripercussioni negative sull’utente finale, entro trenta giorni dalla loro entrata in vigore.”.*

*L'Autorità, pertanto, nell'ambito delle proprie attività di vigilanza, valuterà i casi in cui le modifiche contrattuali comportino peggioramenti per gli utenti ponendo in essere le necessarie azioni amministrative.*”

V.108 **AGCOM**. Una associazione di operatori ritiene che il caso della modifica contrattuale nel periodo di vigenza del contratto debba essere distinto da quello della modifica delle condizioni contrattuali con effetti successivi alla scadenza contrattuale. L'associazione ritiene che il rinnovo tacito a nuove condizioni previamente comunicate all'utente superi i limiti dello ius variandi.

Secondo i rispondenti, la fattispecie in questione attiene, nello specifico, agli “aggiornamenti di prezzo, successivi alla scadenza stabilita contrattualmente, che possono essere introdotti in applicazione delle condizioni generali esistenti e non ne comportano la modifica unilaterale (cd rinnovi contrattuali conseguenti a scadenze concordate dalle parti ) ” (cfr. ordinanza 22 dicembre 2022 n. 5986), fattispecie pure contemplata dall'art. 13.7 (variazioni derivanti dalla scadenza) del Codice di condotta commerciale per la vendita di energia elettrica e di gas naturale ai clienti finali. Tale fattispecie sarebbe quindi diversa dalle modifiche unilaterali che intervengano sulle condizioni generali di contratto che disciplinano la quantificazione del prezzo durante l'esecuzione del contratto (per contratti non ancora scaduti).

L'Autorità, a tale proposito, ritiene che la fattispecie sollevata riguardi un caso peculiare relativo all'applicazione del decreto-legge n. 115/2022 in merito alla sospensione delle modifiche unilaterali dei contratti di fornitura di energia elettrica e gas naturale.

L'Autorità ritiene, ad ogni buon fine, che gli effetti della proroga debbano essere chiariti nel contratto che l'utente finale accetta, non in clausole difficilmente leggibili ma con la massima evidenza e trasparenza. L'istituto della proroga automatica, infatti, non può essere utilizzato come modalità alternativa di modifica, non preventivamente indicata nel contratto, delle condizioni contrattuali con diritto di recesso (in tal caso di disdetta) che in sede di disdetta avverrebbe con costi per l'utente. Ciò resta valido in particolar modo per le offerte non indicizzate che non possono essere modificate, senza accettazione espressa, in opt in, in sede di proroga.

V.109 **AGCOM**. Si ritiene di non accogliere la richiesta dell'operatore di comunicare all'utente, in caso di modifica delle condizioni contrattuali, solo le modifiche peggiorative e non anche quelle migliorative, in quanto la comunicazione a carico dell'operatore riguarda tutte le modifiche, sia migliorative che peggiorative, onde consentire piena consapevolezza dei cambiamenti occorsi al contratto.

O.156 In merito **al comma 4, OMISSIS chiede** all'Autorità di valutare l'opportunità di inserire una clausola generale che chiarisca che sia la comunicazione che la rinuncia a qualsiasi diritto di protezione dell'utente finale (ad eccezione dei consumatori) possa essere liberamente negoziata in un contratto senza la necessità di utilizzare il formato pre-approvato.

V.110 **AGCOM**. L'Autorità ha accolto la richiesta di molti rispondenti in relazione alla rimozione dell'obbligo relativo all'uso di un modulo pre-compilato e rimanda al paragrafo V.24.

O.157 **OMISSIS** propone le seguenti osservazioni in relazione al **comma 4**: (I) condivide la proposta dell'Autorità, in ottica di semplificazione e digitalizzazione, di prevedere che l'informativa in merito ad eventuali modifiche contrattuali unilaterali peggiorative attuate dagli Operatori riporti unicamente le informazioni più rilevanti in merito alla variazione, con possibilità di rinviare tramite link al sito

web per ulteriori dettagli ed approfondimenti. Quanto alla necessità di inviare l'informativa su **supporto durevole**, si ritiene utile chiarire che con tale definizione deve potersi intendere, secondo quanto definito dal Codice del Consumo e dall'articolo 1, comma 1, lettera j) della delibera n. 519/15/CONS, "ogni strumento che permetta al consumatore o all'operatore 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", inclusa quindi l'e-mail, la PEC, le comunicazioni scambiate tramite chat o Area Personale ed ogni altro strumento digitale che consenta al cliente di poter mantenere una traccia - non modificabile e riproducibile per un congruo periodo temporale - del contenuto della comunicazione<sup>18</sup>.

V.111 **AGCOM**. Secondo l'articolo 45, lett. l), del Codice del Consumo si considera "**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".

Può essere quindi un documento cartaceo, una e-mail o un pdf mandato via e-mail o caricato in un account personale; laddove il contratto sia confermato dagli operatori mediante telefono, supporto durevole è la registrazione della telefonata purché il relativo supporto (chiavi USB, CD e DVD, file ecc.) venga indirizzato al consumatore perché questo possa conservarlo e utilizzarlo in futuro per la tutela dei suoi interessi (ciò sin dai primi casi di applicazione della normativa Consumer Rights : v. casi PS9880, PS9881, PS9982, PS9983, PS9981. Cfr. anche PS9696).

Secondo la CGUE 5 luglio 2012 C49/11 il mero sito internet non è supporto durevole perché non garantisce la immutabilità. Similmente la Cassazione 16 febbraio 2004 n. 2912 rileva che le informazioni in una pagina web non sono supporto durevole perché sono " non definitive".

O.158 **OMISSIS** evidenzia la necessità che vengano riviste ed aggiornate le modalità di comunicazione della modifica delle condizioni contrattuali (art. 6) alla base clienti sia di rete fissa e mobile in quanto le attuali modalità non consentono al cliente di avere piena consapevolezza delle modifiche proposte. Questo in particolare per la rete fissa dove la comunicazione in fattura, anche per l'effetto dell'introduzione delle fatture digitali, non viene letta dagli utenti e non vi è alcun richiamo nella e-mail di invio della fattura né nell'area personale al fatto che la fattura contiene una comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali. Quindi è necessario prevedere un rafforzamento degli obblighi di comunicazione agli utenti delle modifiche contrattuali prevedendo

---

<sup>18</sup> Deve pertanto considerarsi "supporto durevole" anche qualsiasi mezzo elettronico che sia idoneo a garantire al consumatore le stesse funzionalità (in termini di "possesso" e di "riproducibilità" delle informazioni) derivanti da un supporto cartaceo, principalmente quindi la non alterazione delle informazioni a lui personalmente indirizzate, la loro accessibilità per un congruo periodo temporale e, non ultima, la possibilità di riprodurle identiche. L'Area Personale, ad esempio, così come un SMS, costituiscono pacificamente un "supporto durevole", in quanto consentono al consumatore di (i) accedere senza alcun limite alle informazioni a lui personalmente indirizzate, potendo riprodurle, conservarle e/o copiarle su altro supporto, con garanzia che esse non subiscano alterazioni, e (ii) utilizzare le informazioni stesse per l'esercizio dei propri diritti riconosciuti da qualsiasi normativa applicabile. In particolare, con riferimento all'area riservata del sito web dell'Operatore alla quale il consumatore può accedere tramite username e password, è la stessa Commissione a riconoscere che essa sia qualificabile come supporto durevole: "a customer's private account on the trader's website where the trader uploads the information addressed to the consumer and cannot remove and change it unilaterally, could be considered a durable medium for the purposes of the Directive [2011/83/UE]" (DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU, pag. 35).

che le stesse vengano comunicate sia via e-mail, sia via SMS sia tramite alert visibili nell'area personale (sia per rete fissa che mobile).

V.112 **AGCOM**. Un rispondente chiede di specificare, in Allegato 1, che le modifiche contrattuali vengano comunicate agli utenti sia via e-mail, sia via SMS sia tramite alert visibili nell'area personale (sia per rete fissa che mobile). Il paragrafo 1 dell'Allegato 1 prevede che:

*“Gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche o contrattuali sono tenuti a comunicare su **supporto durevole** agli utenti finali interessati, con adeguato preavviso non inferiore a trenta giorni, il contenuto delle modifiche ed i motivi che le giustificano, la data di entrata in vigore delle stesse e l’informativa completa sulle modalità e sul diritto di recedere dal contratto senza penali.*

La comunicazione di cui al punto 1. è effettuata, con caratteri tali da richiamare l'attenzione degli utenti finali e recante la seguente intestazione: “COMUNICAZIONE IMPORTANTE: MODIFICA DELLE CONDIZIONI DEL CONTRATTO” o simile, con l'invito a verificarne gli ulteriori dettagli tramite link al proprio sito web.”.

Come chiarito al precedente paragrafo il supporto durevole può essere quindi un documento cartaceo, una e-mail o un pdf mandato via e-mail o caricato in un account personale. Tale modalità si aggiunge all'invito a verificare i dettagli sul sito web. Non si reputa, pertanto, necessario introdurre ulteriori specificazioni in Allegato 1.

## **VII. DISCREPANZA (ART. 6 BIS)**

O.159 **OMISSIS** ritiene necessario che la norma in questione venga meglio definita in modo da chiarire, in maniera chiara ed esaustiva, in che modo si declini la discrepanza significativa, quali siano i criteri di riferimento, nonché i meccanismi di rilevazione.

O.160 **OMISSIS** sottolinea la necessità che la discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente sia stabilita dall'Autorità o dal giudice, perché, altrimenti, non si dà alcun parametro certo e attendibile che superi valutazioni meramente soggettive.

O.161 **OMISSIS** non condivide la proposta dell'Autorità di estendere la disciplina prevista dalla delibera n. 244/08/CSP ai servizi diversi dal servizio internet da postazione fissa, tenuto conto che le previsioni regolamentari vigenti e, in particolare, quanto ad oggi previsto in tema di indennizzi all'utente, già consente di tutelare pienamente quest'ultimo in caso di discrepanza della prestazione fornita rispetto a quanto previsto dal contratto.

O.162 **OMISSIS**, con riferimento al comma 1, evidenzia la necessità di temperare la norma con le analoghe previsioni di Misura Internet. In linea con quanto già previsto per il mancato rispetto dei parametri garantiti nella disciplina del sistema “Misura Internet” e con il richiamo nel comma 7, **OMISSIS** suggerisce di sostituire “risolvere” con “recedere senza costi”; per limitare contenziosi **OMISSIS** ritiene che occorra fornire i criteri in presenza dei quali una discrepanza è “significativa”. Sarebbe utile, per **OMISSIS**, precisare che debba trattarsi di “parametri di qualità” definiti dall'Autorità e come tale rilevanti e, se del caso, circoscrivere ai soli parametri minimi da garantire. Infine, secondo **OMISSIS**, occorrerebbe chiarire che una discrepanza significativa riguarda i soli servizi principali e non anche a quelli accessori.

O.163 **OMISSIS** ritiene che l'art. 6bis (che riprende testualmente l'art. 98 septies-decies co. 6 del Codice) rappresenti una delle disposizioni più problematiche e di difficile applicazione del Regolamento. Con riferimento a tale disposizione, infatti, non si comprende: a) cosa si intenda per "discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente"; b) quali siano i parametri di qualità che vengono presi a riferimento; c) come il cliente possa dimostrare all'operatore che vi sia stata una discrepanza con le caratteristiche indicate. Con particolare riferimento al punto sub b) non è chiaro, a parere della società, se con la disposizione in questione l'Autorità intenda riferirsi, come correttamente dovrebbe essere, ai soli livelli minimi di qualità del servizio ossia quei parametri che l'operatore si deve impegnare contrattualmente a rispettare e che, in base al testo proposto con la delibera n. 405/22/CONS, sono la velocità di trasmissione dati (velocità minime della connessione in download e in upload); il ritardo di trasmissione dati (ritardo massimo della connessione); il tasso di perdita dei pacchetti (tasso massimo di perdita dei pacchetti della connessione) oppure a tutti i parametri di qualità del servizio (ad es. tempo di riparazione dai malfunzionamenti). Questi ultimi, infatti, non costituiscono per definizione un vincolo contrattuale dell'operatore nei confronti del cliente e lo sfioramento degli obiettivi non dovrebbe comportare l'attribuzione di un diritto di recesso senza costi in capo al cliente. Con riferimento ai punti sub a) e c), **OMISSIS** fa presente che la mancata indicazione di cosa si intenda per "discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente" e delle modalità con le quali il cliente può dimostrare tale condizione aprirebbe la strada a numerosi contenziosi tra gli operatori e gli utenti. Peraltro, aggiunge **OMISSIS**, in Italia, esiste già una regolamentazione che disciplina le ipotesi di "discrepanza" rispetto ai livelli minimi di qualità (ossia i tre parametri menzionati sopra) e, segnatamente, la disciplina relativa al progetto Misura Internet. Tale disciplina regola anche le modalità con cui il cliente può ottenere i certificati di misurazione della qualità del servizio che gli consentono, in caso di discrepanza, di recedere senza costi. **OMISSIS** propone, dunque, l'eliminazione dal testo del Regolamento dell'art. 6bis comma 1 dal momento che l'art. 98 septies decies co. 6 del Codice trova già corretta e completa attuazione in base alla disciplina del progetto Misura Internet che è stata peraltro di recente sottoposta a consultazione con la già menzionata delibera n. 405/22/CONS.

O.164 **OMISSIS** ritiene essenziale che l'Autorità introduca in questo articolo (ovvero, in alternativa, all'interno dell'articolo 1 del nuovo Regolamento) una definizione della "discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente" delle prestazioni che, ai sensi del comma 1, potrebbe dare luogo al diritto per l'utente di risolvere il contratto, senza costi e con diritto di richiedere gli indennizzi previsti per il disservizio subito. L'introduzione di tale definizione risulta indispensabile, secondo **OMISSIS**, per rimuovere ogni incertezza riguardante l'interpretazione della previsione in oggetto e, al contempo, per individuare un livello di tutela minimo che garantisca la tutela dell'utenza, limitando il rischio che operatori ed utenti adottino criteri di valutazione eccessivamente discrezionali rispetto alla sua applicazione.

O.165 **OMISSIS** rappresenta che, nel testo riportato nello schema di Regolamento, l'Autorità all'articolo 6 bis estende la portata del Codice prevedendo che i parametri di cui gli operatori sono tenuti a rendere trasparenti (cfr. es. delibera n. 23/23/CIR) siano di per sé contrattualmente vincolanti per gli stessi ed al contempo attribuendosi una competenza di definizione di discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente.

O.166 **OMISSIS propone** di sostituire, nel comma 1, il periodo “rispetto ai parametri di qualità definiti dall’Autorità negli appositi provvedimenti” con il seguente: "rispetto ai parametri di qualità definiti dal singolo Operatore nella propria Carta dei Servizi, secondo gli indicatori determinati dall'Autorità", poiché l'Autorità definisce i meri indicatori di qualità, mentre è il singolo operatore che ne individua i parametri nella propria Carta dei Servizi. Secondo **OMISSIS**, l'attuale formulazione dell'art. 6-bis riporta, poi, un disallineamento tra il primo e il secondo comma. Il primo comma, difatti, dà diritto al consumatore di recedere dal contratto senza incorrere in alcun costo in caso di discrepanza significativa tra i parametri di qualità e la prestazione effettiva di un servizio di comunicazione elettronica "diverso da un servizio di accesso a internet o da un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero"; il comma 2, invece, garantisce il medesimo diritto agli utenti finali, tuttavia per i soli servizi di comunicazione elettronica "diversi da servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero". **OMISSIS** richiede, pertanto, all'Autorità di uniformare le due disposizioni, garantendo in entrambi i commi e, pertanto, ad entrambi i soggetti ivi richiamati, il diritto di recedere senza costi in caso di discrepanza tra parametri e prestazioni per servizi di comunicazione elettronica "diversi da un servizio di accesso a internet o da un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero".

O.167 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI ritiene** che il regolamento in consultazione debba essere di facile comprensione anche per i non addetti ai lavori, come sono i consumatori. L'introduzione dell'articolo in esame è di particolare importanza perché tratta la possibilità di interrompere un contratto quando esiste una discrepanza rispetto ai parametri di qualità, ma allo stesso tempo tale possibilità non è per tutti i servizi di comunicazione elettronica. Sarebbe opportuno, secondo **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, definire meglio a quali parametri ci si riferisce e quali servizi sono coinvolti. Sarebbe auspicabile specificare (se del caso anche fra le definizioni dell'art. 1) cosa sia un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero. A parere di **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, l'articolo in esame dovrebbe anche dare indicazioni su come l'utente, che riscontra discrepanza delle prestazioni, possa esercitare il diritto di risolvere il contratto senza costi.

V.113 **AGCOM**. Il paragrafo 39 della delibera n. 89/23/CONS già fornisce delle chiare indicazioni. In particolare si ricorda che “Il comma 6 dell’articolo 98 *septiesdecies* del Codice introduce una ulteriore tutela per il **consumatore**, il quale ha il diritto di recedere, senza corrispondere alcun costo, anche prima della scadenza contrattuale, ***“in caso di discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente tra la prestazione effettiva di un servizio di comunicazione elettronica, diverso da un servizio di accesso a internet o da un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero, e la prestazione indicata nel contratto”***”.

La discrepanza significativa, secondo l’Autorità, va valutata rispetto ai parametri di qualità definiti nelle delibere nn. 156/23/CONS e 23/23/CONS. Lo schema di Regolamento sottoposto a consultazione, a tale riguardo, prevede al comma 1 quanto segue:

*“2. In caso di discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente, rispetto ai parametri di qualità definiti dall’Autorità negli appositi provvedimenti, tra la prestazione effettiva di un servizio di comunicazione elettronica, diverso da un servizio di accesso a internet o da un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero, e la prestazione indicata nel contratto il consumatore ha il diritto di risolvere il contratto senza incorrere in alcun costo, fatto*

*salvo il diritto agli indennizzi previsti dal contratto o dalla regolamentazione di settore per i disservizi subiti”.*

Come si osserva, è esplicitato il riferimento alle delibere dell’Autorità in materia di qualità del servizio.

Al paragrafo 38 della suddetta delibera n.89/23/CONS è chiarito quanto segue:

*“G. Riconoscimento di indennizzi per non conformità delle prestazioni.*

*38. Per quanto riguarda gli strumenti a disposizione dell’utente per la tutela contrattuale, rileva che in base al comma 6 dell’articolo 98-septies decies del Codice, “In caso di discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente tra la prestazione effettiva di un servizio di comunicazione elettronica, diverso da un servizio di accesso a internet o da un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero, e la prestazione indicata nel contratto il consumatore ha il diritto di risolvere il contratto senza incorrere in alcun costo, fatto salvo il diritto agli indennizzi previsti dal contratto o dalla regolamentazione di settore per i disservizi subiti.”*

Si osserva, pertanto, che il Codice riconosce il diritto di recesso senza costi in caso di mancato rispetto della promessa contrattuale sul servizio ma non nel caso di servizi di connettività e *number independent* (come WhatsApp o simili). Resta salva la possibilità, ai sensi del suddetto comma 6, nel caso di servizi di accesso a Internet di ottenere gli indennizzi previsti dal contratto o dalla regolamentazione di settore.

Tale norma va letta in combinato disposto con quanto previsto dal comma 4 dell’articolo 4 del Regolamento Open Internet laddove dispone che: *Qualsiasi significativa discrepanza, continuativa o regolarmente ricorrente, tra la prestazione effettiva dei servizi di accesso a Internet riguardante la velocità o altri parametri di qualità del servizio e la prestazione indicata dal fornitore di servizi di accesso a Internet conformemente al paragrafo 1, lettere da a) a d), ove i pertinenti fatti siano accertati da un meccanismo di monitoraggio certificato dall’autorità nazionale di regolamentazione, è considerata una non conformità delle prestazioni ai fini della attivazione dei mezzi di ricorso a disposizione del consumatore a norma del diritto nazionale.*

La discrepanza significativa, secondo l’Autorità e quanto posto in consultazione, va valutata rispetto ai parametri di qualità definiti con delibera n. 156/23/CONS.

Come evidenziato nella suddetta delibera, dal combinato disposto del Codice e del Regolamento Open Internet, risulta pertanto che, in caso di mancato rispetto delle velocità minime, del ritardo massimo di trasmissione dati, del tasso massimo di perdita dei pacchetti, nonché delle velocità massime e normalmente disponibili previste nel contratto, debbano essere riconosciuti indennizzi contrattuali, se del caso tramite la procedura di conciliazione o risoluzione della controversia. Gli operatori dovranno, pertanto, prevedere indennizzi proporzionati con modalità e termini stabiliti nel contratto stesso. L’Autorità si riserva di valutare idonea integrazione del regolamento sugli indennizzi di cui alla delibera n. 347/18/CONS. L’Autorità ritiene, inoltre, che l’accertamento dei fatti tramite un meccanismo di monitoraggio certificato dall’autorità nazionale di regolamentazione, previsto dal Regolamento Open Internet quale presupposto per il cliente per ricorrere, è quello che viene già oggi effettuato tramite uno strumento come Ne.Me.SyS e che potrà essere esteso per certificare anche la velocità massima e normalmente disponibile, oltre che, come oggi, la velocità minima. Tra i mezzi di ricorso a disposizione del consumatore a norma del diritto nazionale vi è lo strumento del reclamo,

con eventuale richiesta degli indennizzi contrattuali, e l'accesso a un sistema di risoluzione della controversia tramite ConciliaWeb.

L'Autorità ritiene, nella stessa delibera suddetta, tuttavia opportuno mantenere la possibilità, ormai acquisita dal 2008 (delibera n. 244/08/CSP), per l'utente, in alternativa all'indennizzo, di recedere senza costi solo nel caso di mancato rispetto della promessa contrattuale sulla banda minima, oltre che sul ritardo e tasso di perdita dei pacchetti massimo.

Il tema del recesso per giustificati motivi è, nei termini di cui sopra, disciplinato al comma 5 dell'articolo 10 della delibera n. 156/23/CONS come segue:

*5. Qualora l'utente riscontri valori misurati degli indicatori peggiorativi rispetto a quelli di cui all'articolo 4, comma 3, può inviare, entro 30 giorni dalla data in cui ha effettuato la misura, mediante il servizio di cui al comma 1, il certificato attestante la misura effettuata, rilasciato per conto dell'Autorità, tramite l'utilizzo dell'apposito pulsante di invio presente in ogni area privata utente del sito [www.misurainternet.it](http://www.misurainternet.it), che utilizza un canale di comunicazione diretto, sicuro e certificato con i servizi di assistenza clienti dell'operatore. Tale invio ha valore di reclamo circostanziato. **Ove non riscontri, a fronte di un'ulteriore misurazione effettuata con il servizio di cui al comma 1, il ripristino dei livelli di qualità del servizio entro trenta giorni dalla presentazione del predetto reclamo, l'utente ha facoltà:***

*a) in caso di mancato rispetto delle velocità minime della connessione in download e upload, del ritardo massimo di trasmissione dati o del tasso massimo di perdita dei pacchetti, previsti nel contratto ai sensi del comma 3 dell'articolo 4, **di recedere senza costi dal contratto** mediante comunicazione inviata all'operatore con lettera raccomandata o messaggio di posta elettronica certificata. In alternativa, l'utente ha altresì il diritto di modificare gratuitamente l'offerta sottoscritta, aderendo ad una offerta di prezzo inferiore con la medesima tecnologia sottostante e proporzionale alla qualità e alle caratteristiche del proprio collegamento per l'accesso ad Internet, qualora presente a listino;*

*b) in caso di mancato rispetto dei valori dei livelli di qualità del servizio relativi agli indicatori di cui al comma 3 dell'art. 4 previsti nel contratto ai sensi dello stesso comma, l'utente può **richiedere gli indennizzi contrattualmente previsti** o avviare una procedura tramite piattaforma ConciliaWeb dell'Autorità. Con riferimento alle velocità minime, al ritardo di trasmissione dati e al tasso di perdita dei Allegato A alla Delibera n. 156/23/CONS, la misura di cui al presente punto deve considerarsi alternativa alla facoltà di recesso senza costi di cui al punto a).*

Il diritto di recesso senza costi è pertanto riconosciuto in caso di mancato rispetto della velocità minima garantita, del ritardo massimo e del tasso di perdita massimo, contrattualmente promessi. In alternativa, in particolare in caso di rispetto degli altri indicatori di qualità contrattualmente previsti, può richiedere indennizzi previsti contrattualmente o avviare una procedura di conciliazione.

L'Autorità, alla luce di quanto stabilito nella delibera n. 156/23/CONS ritiene opportuno meglio specificare la portata del comma 1 come segue:

comma 1:

*In caso di discrepanza significativa, continuativa o frequentemente ricorrente, rispetto ai parametri di qualità definiti dall'Autorità negli appositi provvedimenti, tra la prestazione effettiva di un servizio*

*di comunicazione elettronica, diverso da un servizio di accesso a internet o da un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero, agli effettivi valori delle velocità minime della connessione a Internet in download e upload, del ritardo massimo di trasmissione dati o del tasso massimo di perdita dei pacchetti, e la prestazione indicata nel contratto, l'utente finale ha il diritto di recedere dal contratto senza incorrere in alcun costo, fatto salvo il diritto agli indennizzi previsti dal contratto o dalla regolamentazione di settore per i disservizi subiti.*

V.114 Con riferimento alla richiesta dell'associazione dei consumatori di specificare le modalità di recesso, si rinvia a quanto indicato nell'articolo 10, comma 5 della delibera n. 156/23/CONS ossia che è possibile *recedere senza costi dal contratto mediante comunicazione inviata all'operatore con lettera raccomandata o messaggio di posta elettronica certificata*. In generale, come indicato al paragrafo 4 dell'Allegato 1, *Ai fini dell'esercizio del diritto di recesso valgono le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto, che devono essere indicate direttamente e comprendere, nel caso di recesso telematico, anche la PEC oltre al web-form, nonché i punti vendita e il canale telefonico.*

V.115 Con riferimento alla richiesta dell'associazione dei consumatori di rendere la norma più leggibile per il consumatore, si ritiene che l'attuale formulazione possa considerarsi chiara in quanto indica specificatamente rispetto a quale parametro, la velocità minima di connessione, utente può richiedere di recedere.

V.116 Si fa riferimento all'osservazione di un operatore, che richiede all'Autorità di uniformare le due disposizioni, garantendo in entrambi i commi e, pertanto, ad entrambi i soggetti ivi richiamati, il diritto di recedere senza costi in caso di discrepanza tra parametri e prestazioni per servizi di comunicazione elettronica "diversi da un servizio di accesso a internet o da un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero". A tale riguardo si rinvia al chiarimento riportato in relazione al comma 1, al par V.113, il quale è stato allineato alle previsioni di cui alla delibera n. 156/23/CONS in cui si prevede il recesso in caso di discrepanza rispetto alla banda minima, tasso di perdita dei pacchetti e ritardo.

### ***Pagamento del terminale in caso di recesso anticipato***

O.168 **OMISSIS**, con riferimento al **comma 2**, ritiene che il diritto di recedere da un contratto (prima della scadenza contrattuale concordata, per discrepanza significativa o per ius variandi) cui sono abbinate le apparecchiature terminali, dovrebbe dare diritto alla scelta di mantenimento di tali **apparecchiature** da parte dell'utente solo a condizione che sulle stesse non vi sia stato un trasferimento di proprietà di tali beni. La norma può evidentemente trovare applicazione solo nel caso in cui le apparecchiature terminali siano abbinate al contratto di servizio a titolo diverso dalla proprietà, come ad esempio il noleggio, il comodato o il patto di riservato dominio, etc. È infatti inconfutabile che il cliente debba corrispondere interamente il prezzo di acquisto del bene, trasferito in sua proprietà in qualsiasi caso in cui il contratto di servizio sia stato interrotto. La norma, evidentemente, non può che riferirsi a meccanismi di fruizione del bene alternativi alla compravendita, quali il noleggio o altre possibili formule contrattuali, il cui valore residuo sia da comparare con la quota rimanente della tariffa per i servizi prestati fino alla fine del contratto, per applicare il valore inferiore pro-cliente. In tal modo, la disposizione in esame si applicherebbe correttamente alle

situazioni giuridiche in cui gli importi già pagati hanno compensato il solo utilizzo del bene e non costituiscono il corrispettivo del trasferimento di proprietà. **OMISSIS** chiede quindi che la delibera espliciti il titolo di detenzione del bene che legittima il cliente alla restituzione.

O.169 **OMISSIS** non condivide la proposta di consentire all'operatore di addebitare il corrispettivo per il terminale unicamente nel caso in cui, esercitato il recesso (senza oneri) a seguito dell'accertata discrepanza delle prestazioni o della mancata accettazione di una modifica contrattuale unilaterale, il cliente scelga di non restituire le apparecchiature fornite dall'operatore. La disposizione sembra introdurre la facoltà di restituire il terminale acquistato a rate. Una simile previsione sarebbe tuttavia contraria alla natura della vendita a rate, istituito per mezzo del quale solo l'obbligazione di corrispondere il prezzo è frazionata nel tempo a fronte di un trasferimento di proprietà immediato ed irreversibile una volta perfezionato. La mancata restituzione dell'apparato non può essere facoltà introdotta in modo autoritativo nel contratto ad opera dell'Autorità. In merito a tale punto **OMISSIS** fa presente, peraltro, che una previsione di tale tipo risulterebbe in conflitto con i principi generali del Codice civile, nell'eventualità in cui si interpretasse nel senso di consentire al cliente il mancato addebito e la restituzione di una apparecchiatura terminale venduta dall'operatore e pertanto ormai passata nella proprietà dell'utente. **OMISSIS** ritiene pertanto necessario chiarire che l'ambito di applicazione della disposizione dovrebbe essere al più circoscritto alle sole apparecchiature terminali fornite dall'operatore in comodato d'uso o noleggio.

O.170 Con riferimento al **comma 2**, **OMISSIS** evidenzia la necessità di adattare la disposizione in questione, elaborata con riferimento alle rate residue degli apparati venduti, per disciplinare efficacemente anche le ipotesi in cui il cliente scelga di mantenere apparati che aveva ottenuto in comodato gratuito o in noleggio, e che sono e devono restare di proprietà dell'operatore (es. la modifica unilaterale non giustificando un esproprio).

O.171 **OMISSIS**, con riferimento all'art. 6-bis **comma 2**, osserva che il Regolamento sembra introdurre per il cliente che acquista a rate un'apparecchiatura terminale, in caso di modifica unilaterale di contratto ai sensi dell'art. 6 del Regolamento oppure di discrepanza nei livelli di qualità ai sensi dell'art. 6-bis, la facoltà di restituire il bene e rinunciare al pagamento delle rate residue. Sotto questo profilo, evidenzia in primis che l'art. 98 septies-decies utilizza la locuzione "alcun corrispettivo, a qualsiasi titolo" mentre l'art. 105 par. 6 della Direttiva (UE) 2018/1972 utilizza "alcun indennizzo" (nella versione inglese "compensation"). La ratio della disposizione della Direttiva, non correttamente trasposta nel testo del Codice, appare solo di prevedere un divieto di imporre all'utente indennizzi/penali e non corrispettivi a qualsiasi titolo. Ciò premesso, **OMISSIS** evidenzia che tale facoltà di restituzione dell'apparecchiatura terminale – sebbene prevista dal Codice – appare in netto contrasto con la disciplina civilistica e consente nei fatti al cliente di trasformare un contratto di compravendita in un contratto di noleggio, peraltro in un momento in cui il passaggio di proprietà del bene si è già perfezionato. Questo comporta, continua **OMISSIS**, rilevanti costi per l'operatore che si ritrova a dover rientrare nella proprietà di un'apparecchiatura terminale usata, verosimilmente non ulteriormente utilizzabile (visto che il Regolamento non prevede condizioni per la restituzione), senza poter contare sul pagamento del corrispettivo già pattuito.

O.172 **OMISSIS** ritiene che le disposizioni di cui al punto 39 della delibera in consultazione pubblica lascino intendere che vi sia un diritto del consumatore a scegliere di mantenere o meno l'apparecchiatura terminale abbinata al contratto al momento della stipula. Tenuto conto che tali

terminali potrebbero essere stati liberamente acquistati dagli utenti in fase di stipula del contratto, per cui si è quindi perfezionato il relativo passaggio di proprietà, **OMISSIS** propone di chiarire nel Regolamento che la facoltà di scegliere di mantenere l'apparecchiatura terminale abbinata al contratto non si applica ai casi di acquisto del terminale stesso.

O.173 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che occorra informare bene il cliente sulla cessione dei terminali, in particolare chiarendo se si tratta di apparati in vendita a rate, in noleggio oppure in comodato.

O.174 **OMISSIS** concorda con la formulazione del presente articolo, auspicando che l'Autorità voglia comunque confermare espressamente l'applicabilità della facoltà di restituire gli apparati terminali ai soli casi di fornitura da parte dell'operatore ed abbinamento contestuale alla stipula del contratto.

Per quanto concerne gli importi dovuti per il terminale, **OMISSIS** concorda con la scelta di considerare l'ammontare delle rate residue come limite massimo all'onere che può essere posto in capo al cliente. D'altro canto, è esattamente questo l'importo che lo stesso si è obbligato a corrispondere all'atto della sottoscrizione del contratto. Tale previsione, inoltre, appare coerente con quanto già previsto nel vigente framework regolamentare in merito alla facoltà del cliente di continuare a beneficiare del piano rateale contrattualmente concordato.

Ritiene importante rimarcare come la facoltà di optare per la restituzione sia, dal legislatore stesso, limitata ai soli casi di apparecchiature fornite dall'operatore ed abbinata in fase di adesione. Se ne deduce che, in tutti gli altri casi, l'obbligo al pagamento di quanto pattuito non ammetta eccezioni.

V.117 **AGCOM**. L'Autorità richiama che il comma 2 sottoposto a consultazione prevede quanto segue:

*Ove un utente finale abbia il diritto di recedere da un contratto per la prestazione di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico, diversi da servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero, prima della scadenza contrattuale concordata, ai sensi del comma 1 del presente articolo o del comma 2 dell'articolo 6 del presente provvedimento, non è dovuto alcun corrispettivo, a qualsiasi titolo, a eccezione di quanto previsto per le apparecchiature terminali abbinata al contratto al momento della stipula e fornite dall'operatore che l'utente sceglie di mantenere. In tale ipotesi gli importi eventualmente dovuti per il terminale non superano il loro valore corrispondente alle rate residue. Resta ferma la facoltà del cliente di continuare il pagamento secondo il piano di rateizzazione sottoscritto.*

L'Autorità condivide l'opportunità di specificare che la scelta del cliente se mantenere il terminale o meno riguarda una casistica diversa (come ad esempio il noleggio, il comodato d'uso, ecc.) da quella in cui vi è stato un trasferimento di proprietà con pagamento a rate.

In tali altri casi, se previsti dal contratto, l'utente potrà scegliere di mantenere il terminale a fronte dell'eventuale pagamento previsto.

Pertanto, tenuto conto che tali terminali potrebbero essere stati liberamente acquistati dagli utenti in fase di stipula del contratto, per cui si è quindi perfezionato il relativo passaggio di proprietà, l'Autorità chiarisce nel Regolamento che la facoltà di scegliere di mantenere l'apparecchiatura

terminale abbinata al contratto non si applica ai casi di acquisto del terminale stesso in quanto in tale ultimo caso l'utente ha il diritto (non la scelta), come proprietario, di trattenere il bene. .

Il comma 2 è pertanto modificato come segue:

2. Ove un utente finale ~~abbia il diritto di recedere~~ receda da un contratto per la prestazione di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico, diversi da servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero, prima della scadenza contrattuale concordata, ai sensi del comma 1 del presente articolo o del comma 2 dell'articolo 6 del presente provvedimento, non è dovuto alcun corrispettivo, a qualsiasi titolo, a eccezione di quanto previsto per le apparecchiature terminali abbinata al contratto al momento della stipula e fornite dall'operatore che l'utente ha acquistato a rate o ha utilizzato ad altro titolo e che sceglie di mantenere: ove il contratto lo preveda. In tale ipotesi ~~gli importi~~ l'importo eventualmente ~~dovuto~~ dovuto per il terminale, in un'unica soluzione, non superano il ~~loro~~ loro valore corrispondente alle rate residue. Resta ferma la facoltà del cliente di continuare il pagamento secondo il piano di rateizzazione sottoscritto.

## VIII. MANCATO PAGAMENTO (ART. 7)

O.175 **OMISSIS** ritiene che la disposizione (del secondo comma) andrebbe coordinata con i termini di interruzione del servizio per mancato pagamento di cui alle più recenti modifiche al decreto Bersani per i contratti per adesione (all'art. 1, comma 291 della L. 160/2019, raccomandata/PEC 40 gg di preavviso -"I gestori di servizi di pubblica utilità e gli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche hanno l'obbligo di trasmettere agli utenti le comunicazioni con cui si contestano, in modo chiaro e dettagliato, gli eventuali mancati pagamenti di fatture e si comunica la sospensione delle forniture in caso di mancata regolarizzazione, con adeguato preavviso, non inferiore a quaranta giorni, tramite raccomandata con avviso di ricevimento ovvero mediante posta elettronica certificata al domicilio digitale del destinatario..."). **OMISSIS** evidenzia che le disposizioni del Codice, che sono espressamente richiamate nel corpo dell'articolo, prevedono che l'Autorità possa autorizzare un periodo di servizio ridotto. Considerati i lunghi termini imposti dal decreto Bersani per l'interruzione del servizio in caso di mancato pagamento del Cliente, sarebbe importante che l'Autorità autorizzasse gli operatori a un periodo di servizio ridotto chiarendo in che termini (es. per telefonia e Internet), così come già avviene del resto per altre utilities.

Infatti, le tutele degli utenti vanno opportunamente calibrate perché non si trasformino in strumenti per facili abusi (es. non pago, fruisco pienamente del servizio che non può essere interrotto con costi vivi per operatore, cambio operatore e così via).

V.118 **AGCOM**. Si fa riferimento all'osservazione di un'associazione di operatori, la quale chiede il coordinamento della misura di cui al comma 1 con il decreto Bersani.

Si richiama che la norma citata prevede che:

*1-bis.1. Nei contratti di cui al comma 1-bis, il diritto al corrispettivo si prescrive in due anni. In caso di emissione di fatture a debito nei riguardi del consumatore per conguagli riferiti a periodi maggiori di due anni, qualora l'Autorità garante della concorrenza e del mercato abbia aperto un procedimento per l'accertamento di violazioni del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6*

settembre 2005, n. 206, relative alle modalità di esecuzione dei conguagli e di fatturazione adottate dall'operatore interessato, **l'utente che ha presentato un reclamo riguardante il conguaglio, nelle forme previste dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ha diritto alla sospensione del pagamento finché non sia stata verificata la legittimità della condotta dell'operatore. L'operatore deve comunicare all'utente l'avvio del procedimento di cui al secondo periodo e informarlo dei conseguenti diritti. È in ogni caso diritto dell'utente, all'esito della verifica di cui al secondo periodo, ottenere, entro un termine in ogni caso non superiore a tre mesi, il rimborso dei pagamenti effettuati a titolo di indebito conguaglio.**

*l-quinquies. In caso di violazione dei commi 1-bis e 1-bis. l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ordina all'operatore la cessazione della condotta e il rimborso delle eventuali somme indebitamente percepite o comunque ingiustificatamente addebitate agli utenti, indicando il termine entro cui adempiere, in ogni caso non inferiore a trenta giorni.*

L'articolo 7 sottoposto a consultazione prevede quanto segue:

*1. In caso di mancato o ritardato pagamento di un singolo servizio oggetto del contratto, l'operatore non può sospendere la fornitura di altri servizi, anche supplementari, dedotti in contratto, se non nei limiti specificamente ammessi dall'Allegato 6, Parte A, lett. e) del Codice e, comunque, nel rispetto delle misure adottate dall'Autorità ai sensi di tale allegato.*

*2. L'utente finale che ha presentato formale reclamo all'operatore in merito all'addebito di un singolo bene o servizio, anche supplementare, può sospendere il pagamento fino alla definizione della procedura di reclamo. L'utente è comunque tenuto al pagamento degli importi che non sono oggetto di contestazione.*

L'Autorità ritiene che il comma 2 sia in linea con la previsione normativa citata.

Si ritiene tuttavia utile meglio specificare che la procedura di reclamo può essere oggetto di definizione anche da parte degli organismi pubblici preposti, oltre che in sede conciliativa presso l'Autorità.

Pertanto, il comma 2 dell'art. 7 viene modificato come di seguito:

*L'utente finale che ha presentato formale reclamo all'operatore in merito all'addebito di un singolo bene o servizio, anche supplementare, può sospendere il pagamento fino alla definizione della procedura di reclamo o fino all'esito delle procedure di risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche instaurate presso l'Autorità o presso gli altri organismi preposti. L'utente è comunque tenuto al pagamento degli importi che non sono oggetto di contestazione.*

In relazione alla procedura di reclamo si rinvia agli esiti della consultazione pubblica avviata con delibera n. 437/22/CONS.

O.176 **OMISSIS** chiede di precisare che tali disposizioni non si applicano ai clienti di grandi imprese o comunque in generale ai contratti negoziati in quanto tali disposizioni dovrebbero essere rimesse all'autonomia contrattuale e alla negoziazione tra le parti.

V.119 **AGCOM**. In relazione all'ambito soggettivo di applicazione del Regolamento si rinvia a quanto chiarito nel paragrafo V.13.

O.177 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che la sospensione unilaterale sia una sorta di autotutela che non dovrebbe essere mai applicata. Spesso gli operatori sospendono senza preavviso la linea lasciando il cliente senza servizio; ciò accade anche se il cliente ha presentato un reclamo. Dunque, il servizio non andrebbe mai sospeso, specie se vi è una contestazione in corso. Secondo **L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, inoltre, occorre definire cosa si intende per "formale reclamo" in quanto alle volte anche se l'utente non spende il nome tecnico del "reclamo" nell'oggetto della sua comunicazione all'operatore, tuttavia, trattasi univocamente di un reclamo per qualunque lamentela, disservizio o richiesta d'informazioni su eventuali anomalie riscontrate dal consumatore.

V.120 **AGCOM**. Nelle premesse alla delibera n. 89/23/CONS è richiamato il contenuto dell'Allegato 6, parte A, lettera e) del Codice, che prevede quanto segue:

(e) Mancato pagamento delle fatture

*Per la riscossione delle fatture non pagate emesse dai fornitori, l'Autorità autorizza l'applicazione di misure specifiche che siano rese pubbliche e ispirate ai principi di proporzionalità e non discriminazione.*

*Tali misure garantiscono che l'utente finale sia informato con debito preavviso dell'interruzione del servizio o della cessazione del collegamento conseguente al mancato pagamento. Salvi i casi di frode, di ripetuti ritardi di pagamento o di ripetuti mancati pagamenti e per quanto tecnicamente fattibile, tali misure garantiscono che sia interrotto solo il servizio interessato.*

*La cessazione del collegamento per mancato pagamento delle fatture avviene solo dopo averne debitamente avvertito l'utente finale. Prima della totale cessazione del collegamento **l'Autorità può autorizzare un periodo di servizio ridotto durante il quale sono permessi esclusivamente chiamate che non comportano un addebito per l'utente finale (ad esempio chiamate al numero «112») e un livello minimo di servizio di accesso ai servizi internet, definito dagli Stati membri alla luce delle condizioni nazionali.***

L'Autorità, nelle premesse alla delibera di avvio del procedimento, ha inoltre chiarito che l'operatore debba sempre garantire un servizio ridotto che consenta di chiamare servizi senza oneri per il chiamante, a qualsiasi rete esso appartenga così come individuati all'art 1, lettera j) della delibera n. 8/15/CIR che adotta il nuovo Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni.

L'Autorità ritiene, alla luce dell'osservazione di un'associazione di consumatori, utile specificare, coordinando il comma 1 con il comma 2, che la sospensione anche parziale del servizio non deve avvenire in caso di presentazione di un reclamo, essendo ammessa, in tal caso, la sospensione del pagamento del servizio contestato:

Pertanto, il comma 1 dell'art. 7 viene modificato come di seguito:

*1. In caso di mancato o ritardato pagamento di un singolo servizio oggetto del contratto, **fatti salvi i casi di cui al comma 2 per i quali il servizio contestato non può essere sospeso fino alla definizione della procedura**, l'operatore non può sospendere la fornitura di tale servizio o di altri servizi, anche supplementari, dedotti in contratto, se non nei limiti specificamente ammessi dall'Allegato 6, Parte A, lett. e) del Codice e, comunque, nel rispetto delle misure adottate dall'Autorità ai sensi di tale allegato.*

O.178 **OMISSIS** ritiene utile che vengano precisati alcuni aspetti in relazione alle modalità di comunicazione della sospensione della fornitura dei servizi. La comunicazione sulla sospensione in caso di mancata regolarizzazione deve avvenire con un adeguato preavviso e può essere effettuata tramite raccomandata con avviso di ricevimento. A tale modalità dovrebbe essere equiparato ogni altro mezzo di trasmissione, anche digitale, che sia idoneo a provare l'avvenuta ricezione della comunicazione da parte del cliente.

V.121 **AGCOM**. Un operatore chiede di specificare la modalità di comunicazione della sospensione del servizio.

A tale riguardo, si riferisce che le disposizioni di cui all' *Allegato 6, Parte A, lett. e* del Codice devono essere lette in combinato disposto con quelle di cui alla *legge n. 160 del 2019 (art. 1, comma 291)* a mente del quale *“I gestori di servizi di pubblica utilità e gli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche hanno l'obbligo di trasmettere agli utenti le comunicazioni con cui si contestano, in modo chiaro e dettagliato, gli eventuali mancati pagamenti di fatture e si comunica la sospensione delle forniture in caso di mancata regolarizzazione, con adeguato preavviso, non inferiore a quaranta giorni, tramite raccomandata con avviso di ricevimento ovvero mediante posta elettronica certificata al domicilio digitale del destinatario ai sensi dell'articolo 6 del codice dell'amministrazione digitale, di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82”*.

Si rileva, pertanto, che i mezzi di comunicazione del preavviso di sospensione sono la *raccomandata con avviso di ricevimento ovvero la posta elettronica certificata*.

O.179 **OMISSIS** condivide quanto proposto dall'Autorità.

## **IX. CESSAZIONE DEL RAPPORTO CONTRATTUALE (ART. 8)**

### ***Ambito soggettivo e oggettivo***

O.180 La **OMISSIS** chiede di precisare che tale disposizione non si applichi ai clienti che siano grandi imprese o comunque in generale ai contratti negoziati in quanto dovrebbe essere rimessa all'autonomia contrattuale e alla negoziazione tra le parti.

O.181 **OMISSIS** chiede di modificare il **comma 3** come di seguito riportato:” Per quanto riguarda i servizi di trasmissione utilizzati per servizi da macchina a macchina, del diritto di recesso di cui ai commi 2 dell'articolo 6 e 1 del presente articolo beneficiano solo gli utenti finali che sono consumatori, microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro **che abbiano stipulato con l'Operatore un contratto per adesione**”.

V.122 **AGCOM**. In merito all'ambito soggettivo e oggettivo di applicazione dell'articolo in questione si rinvia a quanto estesamente discusso nelle sezioni precedenti e, in particolare, nel paragrafo V.13 e nel paragrafo V.14. Ci si limita qui a richiamare che il Codice, e di conseguenza il presente Regolamento, non contempla, nell'ambito di applicazione, la distinzione tra contratti negoziati e per adesione, bensì si riferisce alla generale categoria di utenti finali salvo ove espressamente gli articoli dispongano obblighi nei confronti dei solo consumatori, a cui possono aggiungersi le micro, piccole imprese, e le imprese più grandi.

O.182 **Con riferimento al Comma 1**

*1. In caso di disdetta, l'operatore non addebita all'utente finale alcun corrispettivo per i costi relativi alla cessazione, se non i corrispettivi dovuti per i servizi erogati fino alla scadenza del primo vincolo contrattuale e gli eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale, purché comunicati ai sensi dell'articolo 4, comma 2.*

OMISSIS ritiene che occorra definire più dettagliatamente il concetto di “disdetta” e “recesso”. Ad avviso della società, la “disdetta” è una comunicazione di mancato rinnovo del contratto al primo periodo di scadenza contrattuale concordata (leggasi, 24esimo mese), evitando quindi l'effetto della proroga automatica; il recesso, invece, è una comunicazione di cessazione o scioglimento del contratto in ogni altro momento di vigenza del contratto, posto che esso, se non esplicitamente disdettato, si rinnova automaticamente. In entrambi i casi l'utente può poi migrare ad altro operatore, fatte salve le verifiche tecniche da parte del nuovo fornitore del servizio. Occorre eliminare questa ambiguità definitoria, chiarendo bene la differenza tra i due istituti.

V.123 **AGCOM**. Le definizioni riportate nello schema di Regolamento sono le seguenti:

*j) “disdetta”, la comunicazione con la quale l'utente manifesta all'operatore la propria volontà di non rinnovare il contratto alla scadenza del termine di durata dello stesso;*

*k) “recesso”, la dichiarazione con la quale una delle parti manifesta la volontà di sciogliere il contratto nei casi diversi dalla lettera j).*

Nel condividere la distinzione tra i due istituti evidenziata dal rispondente, l'Autorità ritiene che la suddetta definizione possa considerarsi coerente e senza ambiguità di sorta.

O.183 **OMISSIS** non condivide la motivazione posta a base della nuova disposizione così come espressa nel paragrafo 3.8 della delibera in questione, in quanto il richiamato comma 4 dell'art. 98 septies decies del Codice delle comunicazioni elettroniche disciplina una fattispecie diversa, ossia il diritto di recesso del cliente esercitato dopo la proroga automatica del contratto e non, invece, la disdetta del cliente che può essere presentata nella fase antecedente, ossia durante il primo impegno contrattuale.

Alla luce di ciò, chiede all'Autorità di confermare la previsione attualmente presente nell'art. 8, comma 1 della delibera 519/15/CONS, consentendo pertanto all'operatore di poter recuperare i costi relativi alla scadenza del contratto indipendentemente dal momento in cui intervenga la volontà del cliente di interrompere il rapporto contrattuale, in conformità con il vigente Decreto Bersani e con le nuove norme del Codice delle comunicazioni elettroniche che ammettono tale possibilità. La previsione di ulteriori restrizioni e/o obblighi previsti ex novo lato regolamentare in capo agli operatori non farebbe altro che rendere ancora più critica la situazione del mercato, soprattutto per gli operatori di medie e piccole dimensioni, tutto ciò a danno *in primis* degli utenti che necessitano di servizi di qualità e innovativi che soltanto un mercato concorrenziale consentirebbe di erogare.

O.184 **OMISSIS** chiede una modifica del **comma 1** come di seguito riportato: *“In caso di disdetta, l'operatore non addebita all'utente finale alcun corrispettivo ~~per i costi relativi alla cessazione, se non i costi giustificati sostenuti per la dismissione del servizio.~~ i corrispettivi dovuti per i servizi erogati fino alla scadenza del primo vincolo contrattuale e gli eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale, purché comunicati ai sensi dell'articolo 4, comma 2”.*

Le ragioni di tale modifica sono, secondo la società, le seguenti. In contrasto con quanto previsto dal Codice - che all'articolo 98-septies decies, comma 10, fa espressamente salve le previsioni del c.d. decreto Bersani - e dalla delibera n. 487/18/CONS tutt'ora in vigore, le nuove disposizioni proposte dall'Autorità non contemplano espressamente la possibilità per gli Operatori di recuperare in qualsiasi momento i costi vivi sostenuti per la dismissione del servizio. Come noto, si tratta di costi addebitati da TIM, lato wholesale, come da listino per ciascuna singola disattivazione, che vengono annualmente comunicati e giustificati dagli Operatori ad AGCOM tramite la compilazione dell'apposito questionario, non modificabile, messo a disposizione dalla stessa Autorità.

Ritiene peraltro utile precisare anche in questa sede che tali costi, connessi alle attività materiali sottese al recesso e che, come sopra precisato, a norma del decreto Bersani (la cui applicazione è espressamente fatta salva anche dal Codice) devono sempre poter essere recuperati dagli Operatori, riguardano gli oneri vivi di natura tecnica sostenuti dall'Operatore per attuare tecnicamente la disattivazione/migrazione della linea, oltre ai correlati oneri gestionali di cessazione del rapporto di utenza. Tali oneri sono sempre rimborsabili se oggettivamente collegati causalmente alle attività sopra indicate e sono sempre imputabili in tutti i casi di recesso/disdetta, a prescindere dalla durata contrattuale - determinata o indeterminata - e dalla presenza o meno di una promozione, dal momento che le stesse disposizioni normative vigenti non effettuano alcuna distinzione al riguardo, affermando il principio generale per cui l'Operatore deve vedere remunerati in tutti i casi i costi sostenuti a causa del recesso/disdetta dell'utente. Tali costi remunerano i costi di migrazione wholesale che vengono ribaltati all'Operatore di accesso ed i costi aziendali operativi sostenuti dagli Operatori per qualunque tipo di migrazione/cessazione. La società si riferisce non solo ai costi wholesale verso TIM ma anche ai costi amministrativi e di rete interni dell'Operatore. Secondo **OMISSIS** si deve pertanto tenere in adeguato conto la circostanza che vi sono costi generali di dismissione delle utenze che costituiscono comunque un costo vivo non eliminabile per l'Operatore e da quest'ultimo sostenuto in ogni caso di disattivazione del servizio, indipendentemente dal momento in cui l'utente esercita il recesso/disdetta e a prescindere dal tipo di contratto concluso (di durata o a tempo indeterminato). Si tratta di costi di cui deve essere quindi sempre consentito il recupero.

Altra e diversa cosa sono, ad esempio, i costi connessi al recesso per le promozioni assoggettate a vincoli minimi di durata contrattuale, che hanno una diversa natura, non sono correlati a costi effettivi sostenuti dagli Operatori ma a prezzi promozionati, più vantaggiosi per l'utente e in quanto tali vincolati alla condizione che l'utente permanga nell'offerta per il periodo minimo pattuito.

A ciò deve aggiungersi che l'attività di verifica dei costi di recesso è stata da sempre svolta da AGCOM fin dall'entrata in vigore del decreto Bersani, tramite la richiesta agli Operatori di fornire dettagliate informazioni in merito ai costi sostenuti per la dismissione ed il trasferimento dell'utenza addebitati al cliente a seguito dell'esercizio del diritto di recesso. Si tratta pertanto di costi a tutti gli effetti giustificati nel loro ammontare e rispetto ai quali l'Autorità effettua un periodico monitoraggio e confronto con gli Operatori proprio al fine di verificarne la congruità.

La disciplina vigente quindi già garantisce ai consumatori un'effettiva tutela rispetto ai costi che possono essere addebitati al momento della chiusura del contratto; per questo, le modifiche proposte appaiono irragionevoli e sproporzionate: non solo non garantiscono all'utente una maggior tutela rispetto ai costi che possono essere addebitati dall'Operatore, ma finiscono anche con l'impedire agli Operatori il recupero di costi vivi realmente sostenuti.

Ciò premesso, **OMISSIS** non condivide la formulazione proposta dall’Autorità nella misura in cui, in contrasto con la normativa e le previsioni regolamentari vigenti, fa venire meno ingiustificatamente tale diritto per gli Operatori. Fa presente peraltro che nell’ipotesi in cui dovesse essere confermata l’interpretazione degli articoli 5 ed 8 nel senso di non consentire più agli Operatori la possibilità di addebitare i costi di disattivazione in qualsiasi caso di dismissione del servizio, una tale previsione sarebbe in contrasto anche con quanto previsto dagli articoli 6 e 8 - quater dello schema di provvedimento in consultazione, che prevedono il recesso gratuito e senza oneri circoscritto ai casi peculiari di esercizio dello ius variandi e di adeguamento automatico all’inflazione. Laddove si optasse per l’assenza di costi di recesso oltre il primo periodo di permanenza minima si vanificherebbe (o comunque si limiterebbe in maniera irragionevole) la portata delle disposizioni che attribuiscono il diritto di recesso senza costi e senza penali in ipotesi di ius variandi. Una simile interpretazione genererebbe una contraddizione rispetto al regime di tutela di cui all’art. 98 septies decies co. 5 e 7, vanificandone la ratio e la portata applicativa. Prevedere il mancato addebito dei costi di disattivazione del servizio in qualsiasi ipotesi di recesso/disdetta, renderebbe infatti superfluo e non più vantaggioso per l’utente il regime di favore previsto in caso di mancata accettazione di una modifica contrattuale unilaterale peggiorativa o di mancata accettazione dell’adeguamento automatico del canone all’indice dei prezzi al consumo e renderebbe l’esercizio dello ius variandi di fatto privo di conseguenze oltre i 24 mesi.

O.185 **OMISSIS** riferisce, in linea generale, sui costi del recesso che, in combinato disposto col decreto Bersani, occorre prevedere un costo del recesso anche dopo il primo rinnovo contrattuale; quindi, a prescindere dal momento in cui il recesso viene esercitato, onde consentire agli operatori di recuperare sempre i costi effettivamente sostenuti, nei limiti di quanto previsto dallo stesso decreto Bersani.

Più nello specifico, **OMISSIS** riferisce che, rispetto all’analogo comma dell’attuale Regolamento, sono state eliminate le “eventuali commissioni dovute alla scadenza del contratto”, atteso che il Codice sembra non prevedere altri costi, se non quelli connessi all’apparecchiatura terminale. È stato inoltre inserito il corrispettivo per il traffico svolto fino alla conclusione del contratto, in attuazione del comma 4 dell’art. 98-septiesdecies. L’Autorità ritiene che tale misura resti valida anche al momento della conclusione del primo periodo contrattuale, se il cliente decide per la disdetta.

La Scrivente ritiene che il mancato riconoscimento dei costi di cessazione in caso di disdetta o in un momento successivo al primo periodo di impegno contrattuale non sia giustificato, essendo questi oneri sostenuti dall’operatore a prescindere dal momento in cui si interrompe il rapporto contrattuale.

Come già argomentato, a parere della Scrivente la disposizione che attua l’art. 98-septies-decies, che sembrerebbe non giustificare i costi di disattivazione in caso di disdetta o proroga, andrebbe rivista. Ciò anche alla luce del decimo comma di detto articolo, che, facendo espressa salvezza delle disposizioni del c.d. Decreto Bersani, rende evidente la legittimità di eventuali addebiti effettuati in coerenza con i limiti ivi definiti.

Auspica, quindi, che l’Autorità possa rivalutare la disposizione in parola, anche considerando il coordinamento necessario con la delibera n. 487/18/CONS, che disciplina le modalità di dismissione e trasferimento nei contratti per adesione - dando attuazione ai precetti del c.d. Decreto Bersani - e che dovrà anch’essa essere aggiornata in virtù dell’entrata in vigore del nuovo Codice.

**OMISSIS** aggiunge che l’Autorità, nel commentare il comma 3 dell’articolo 8 dello schema di Regolamento, afferma di riprendere il contenuto del comma 9 dell’art. 98-septiesdecies, in cui si prevede una specifica rispetto all’applicazione ai servizi M2M del diritto di recesso per modifica delle condizioni contrattuali e proroga salvo disdetta, escludendo le medie/grandi imprese dal novero degli utenti finali. In proposito, la società richiama quanto già rappresentato per l’ambito di applicazione, evidenziando come il Regolamento debba trovare applicazione solo con riferimento ai contratti per adesione.

In conclusione, chiede all’Autorità di riconsiderare la formulazione dell’articolo in parola, anche alla luce degli interventi necessari a coordinare il Regolamento con l’aggiornamento della delibera 487/18/CONS, riconoscendo la possibilità di addebitare i costi di disattivazione in qualunque momento avvenga l’interruzione del contratto.

O.186 **OMISSIS** riferisce che l’Autorità stabilisce che in caso di disdetta o di esercizio del diritto di recesso da parte dell’utente, l’operatore non può addebitare all’utente alcun corrispettivo per le prestazioni erogate a decorrere dal termine del contratto ovvero dalla data di efficacia del recesso e, qualora non riesca tecnicamente ad impedirne l’addebito, provvede tempestivamente a stornare o a rimborsare quanto addebitato. Con tale disposizione l’Autorità intende prevedere che, se per motivi tecnici l’operatore disattiva la linea in ritardo rispetto alla scadenza contrattuale, non potrà addebitare i costi di traffico svolto nel periodo eccedente i 30 gg di preavviso previsto dal codice. La scrivente condivide quanto descritto pur confermando che tale disposizione deve valere dalla data di efficacia del recesso ovvero dal momento in cui il recesso comunicato dal cliente risulta completo delle informazioni richieste e necessarie per procedere alla richiesta di disdetta/recesso del servizio.

O.187 **OMISSIS** commenta unitamente il comma 1 dell’art. 8 con il comma 5 dell’art. 5 (cui si rinvia). Come emerso nel corso degli incontri del succitato Tavolo Tecnico sul recepimento del nuovo Codice, uno degli aspetti più critici scaturiti dalla normativa introdotta da quest’ultimo riguarda l’applicabilità di eventuali costi di cessazione e il conseguente adeguamento delle misure attuative in materia (ex delibera 487/18/CONS). La società non condivide l’approccio metodologico utilizzato ritenendo che tematica non debba essere stata trattata già in questa sede bensì in un procedimento specifico, di cui la stessa Autorità ha dato anticipazione - dedicando una sessione del Tavolo Tecnico proprio alla corretta e uniforme applicazione delle misure del Codice in funzione dell’adeguamento della delibera succitata (tenutosi il 24 marzo u.s.).

Aggiunge poi che pare contrario al principio della certezza regolamentare apportare delle modifiche all’attuale disciplina, senza che vengano aggiornate contestualmente anche le relative misure applicative; ciò vale ancor più nel momento in cui, come verrà illustrato nel proseguo, quanto previsto sul tema dei costi di recesso suscita non poche perplessità interpretative ed applicative, oltre a non trovare piena corrispondenza con il dettato del nuovo Codice.

A detta della società, l’art. 5, comma 5 e l’art. 8 comma 1 vincolano l’applicabilità dei costi di disattivazione a eventi temporali e/o a vicende contrattuali (“dopo la proroga automatica”, “in caso di disdetta”) il cui verificarsi determina, di fatto, l’impossibilità per l’Operatore di addebitare i costi relativi alla cessazione. Una simile previsione appare scardinare completamente l’impianto normativo e regolamentare attualmente in vigore, basato, in primis, sul c.d. Decreto Bersani e, in subordine, sulle misure regolamentari che ne sono derivate (in specie la delibera n. 487/18/CONS), senza un reale e valido fondamento nel nuovo Codice; anzi, quest’ultimo risulta disatteso poiché in esso si

legge, al comma 10 dell'articolo dall'art. 98-septies decies, che “*Restano ferme le disposizioni di cui all'art. 1 del decreto legge 31 gennaio 2007 n. 7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007 n. 40*”.

La società ricorda che le disposizioni del Decreto Bersani richiamate - e fatte salve - dal succitato comma 10 e, in particolare l'art. 1, comma 3, fissano il principio generale, ormai consolidato, secondo cui non possono essere imputate all'utente finale che richiede la disattivazione o il trasferimento dell'utenza “spese non giustificate da costi degli operatori”. Tale previsione si traduce, nella prospettiva degli operatori, nel riconoscimento del diritto di recuperare i costi di recesso laddove tali costi siano stati realmente sostenuti (risultando dunque “giustificati”). Né il dettato normativo in questione pone dei vincoli temporali o condizionali alla possibilità di applicare i costi in questione, se effettivamente sostenuti, e quindi giustificati e giustificabili.

Appare quindi al rispondente quanto meno arbitrario ritenere “superato e sovrascritto il principio generale espresso nel Decreto Bersani” poiché è proprio il legislatore nazionale a volere salvaguardare tale principio, facendone espresso richiamo nel Codice; e ciò è ancor più vero se si considera che il comma 10 in questione è stato inserito nel Decreto legislativo, 8 novembre 2021, n. 207, a integrazione di quanto previsto nel corrispondente articolo 105 della Direttiva (UE) 2018/1972, a conferma di quanto fosse importante per il legislatore nazionale.

Alla luce di questo, l'impostazione derivante dalla previsione del Regolamento proposto appare al rispondente irragionevole in quanto vincolerebbe il diritto degli operatori al recupero dei costi di disattivazione/migrazione al momento temporale in cui il recesso viene esercitato (cioè solo prima della scadenza del primo impegno), senza però che questa distinzione temporale sia prevista in alcun modo dalla normativa europea di rango superiore (la Direttiva UE) né tantomeno dalla legge di rango primario attualmente vigente (il Decreto Bersani), che, oltretutto, lo stesso articolo del Codice fa salva.

A tal fine propone di riformulare l'articolo, comma 5 del presente Regolamento, così da operare un diretto coordinamento tra quanto previsto al comma 10 in merito alla salvaguardia della disciplina del Decreto Bersani e quanto previsto dal comma 4 dell'art. 98 septies-decies del Codice ([rinvio all'art. 5](#)).

Inoltre, per come è formulata, la disciplina del Regolamento rende dubbio che il recupero dei costi sia possibile anche prima della scadenza del primo impegno: come detto, il comma 1 dell'art. 8 dello stesso prevede che “*In caso di disdetta, l'operatore non addebita all'utente finale alcun corrispettivo per i costi relativi alla cessazione...*”. Tale disposizione va letta in relazione a quanto indicato nella lettera j) dell'articolo 1 del Regolamento che definisce la disdetta come “la comunicazione con la quale l'utente manifesta all'operatore la propria volontà di non rinnovare il contratto alla scadenza del termine di durata dello stesso”.

Secondo l'operatore, la lettura combinata delle due disposizioni rende difficile capire se e quando sia possibile per l'Operatore recuperare un corrispettivo per i costi relativi alla cessazione in caso di “disdetta” (quindi prima dell'eventuale proroga automatica): considerato che il primo impegno contrattuale non può essere superiore ai 24 mesi, il rispondente chiede di conoscere qual è lo spartiacque temporale entro cui, quando il cliente manifesta la sua volontà di non rinnovare il contratto alla scadenza dello stesso, è applicabile un costo di cessazione.

Per quanto sopra illustrato, ritiene necessario e richiede una riformulazione del Regolamento in consultazione, affinché esso venga reso conforme al dettato del Codice, facendo salvo il principio per cui, in presenza di costi correlati alla disattivazione/migrazione del servizio effettivamente sostenuti (giustificati), l'Operatore possa applicare un corrispettivo, indipendentemente dal momento in cui intervenga la volontà del cliente di interrompere il rapporto contrattuale.

O.188 **OMISSIS** nel rinviare alle osservazioni sull'art. 5, chiede di estendere le osservazioni sopra effettuate in merito ai costi effettivamente sostenuti dopo la proroga (art. 5) anche al caso in cui il cliente effettui disdetta dal contratto al 24esimo mese (l'operatore, dopo i 24 mesi, paga comunque costi di cessazione tra cui quello corrisposto, dall'operatore retail, all'operatore che fornisce la rete); secondo il rispondente delle due l'una: o questo costo cessa di essere addebitato, dopo la proroga contrattuale, per tutti (operatore e utente) oppure l'operatore deve poter rientrare di tale costo.

O.189 **OMISSIS** ritiene, in linea generale, che per il tema dei costi di recesso manca il necessario coordinamento con le disposizioni del Decreto Bersani, circostanza già criticata da vari commentatori anche in relazione alla norma primaria (per via del generico rinvio di cui all'art. 98-septies decies comma 10); tema per il quale **OMISSIS** auspica che l'Autorità non ricalchi i difetti della norma primaria e chiarisca, in un unico testo, i vincoli in capo agli operatori per ogni situazione regolata, distinguendo a seconda che si tratti di: (i) ripensamento del consumatore (ii) recesso prima della scadenza, (iii) disdetta, (iv) recesso dopo la scadenza, (v) recesso per modifica, e (vi) recesso per discrepanza significativa (gli ultimi due prima e dopo la scadenza in virtù del comma 7). La associazione auspica, altresì, che venga ricordato/precisato di volta in volta l'esatto ambito applicativo dei vincoli, avuto riguardo a: (i) la distinzione tra contratti per adesione/negoziati (ii) tipologia di utenti, (iii) tipologia di servizio e loro inclusione in un pacchetto o meno. Ritiene che occorrerebbe evitare, in unico articolo, di contemplare istituti diversi, quali la disdetta (primo comma) e il recesso (secondo comma) già in parte trattati in altre disposizioni.

O.190 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che occorra monitorare che tale misura venga effettivamente implementata, in quanto nella realtà si assiste ad addebiti illegittimi che, per essere contestati, debbono essere portati all'attenzione del Conciliatore.

V.124 **AGCOM**. Un operatore, nel non condividere il ragionamento dell'Autorità riportato nel paragrafo 3.8 della delibera n. 89/23/CONS, ritiene che il comma 4 dell'articolo 98 septies-decies del Codice disciplina il diritto di recesso esercitato dopo la proroga automatica e *che la disdetta del cliente può essere presentata nella fase antecedente, ossia durante il primo impegno contrattuale*.

Lo stesso rispondente chiede di confermare l'attuale formulazione del comma 1 dell'articolo 8 del regolamento allegato alla delibera n. 519/15/CONS che di seguito si richiama:

*1. In caso di disdetta, l'operatore non addebita all'utente alcun corrispettivo per i costi relativi alla cessazione, se non eventuali commissioni dovute alla scadenza del contratto, compresi gli eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale, purché comunicati ai sensi dell'articolo 4, comma 2.*

A tale riguardo, si riferisce che il citato comma 4 prevede che: *“Se il contratto prevede la proroga automatica di un contratto a durata determinata per servizi di comunicazione elettronica diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero e dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina, dopo la proroga l'utente finale ha il*

*diritto di recedere dal contratto in qualsiasi momento con un preavviso di massimo un mese e senza incorrere in alcuna penale né costi di disattivazione, eccetto quelli addebitati per la ricezione del servizio durante il periodo di preavviso. Con almeno due mesi di anticipo rispetto alla proroga automatica del contratto, i fornitori informano l'utente finale, in modo chiaro e tempestivo e su un supporto durevole, circa la fine dell'impegno contrattuale e in merito alle modalità di recesso dal contratto e migliori tariffe relative ai loro servizi”.*

Partendo dalla lettera della norma, l'utente, una volta ricevuto l'avviso in relazione alla proroga automatica, può esercitare il diritto di “disdetta”, anche se nel comma 4 si parla, in modo improprio, di recesso. In tal caso, dovrà sostenere i costi di recesso ed eventuali pagamenti per le rate del terminale che ha acquistato e per il traffico svolto fino alla scadenza naturale del contratto. Dopo la proroga, in caso di recesso, non dovrà sostenere i costi di disattivazione e relativi a penali.

Il comma 1 dell'articolo 8 del Regolamento sottoposto a consultazione stabilisce che, in caso di disdetta (quindi di manifestazione della volontà dell'utente di non prorogare il contratto), all'utente, allo scadere del periodo di impegno contrattuale, non sono addebitati costi di cessazione del servizio, che sono invece dovuti in caso di recesso anticipato.

*1. In caso di disdetta, l'operatore non addebita all'utente finale alcun corrispettivo per i costi relativi alla cessazione, se non i corrispettivi dovuti per i servizi erogati fino alla scadenza del primo vincolo contrattuale e gli eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale, purché comunicati ai sensi dell'articolo 4, comma 2.*

Ciò premesso, alla luce di quanto previsto dal Codice, l'Autorità ritiene condivisibile la precisazione degli operatori in relazione al fatto che, nella fase antecedente la proroga, sono dovuti i costi di disattivazione. Il comma 1 è conseguentemente modificato:

*1. In caso di disdetta, l'operatore non addebita all'utente finale **alcuna penale se non il** corrispettivo per i costi relativi alla cessazione, ~~se non~~ i corrispettivi dovuti per i servizi erogati fino alla scadenza del primo vincolo contrattuale e gli eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale, purché comunicati ai sensi dell'articolo 4, comma 2.*

Per quanto riguarda la richiesta, di quattro rispondenti, di conformità al decreto Bersani e al Codice stesso, in merito al diritto di recupero dei costi in qualunque momento del periodo di permanenza dell'utente, si rinvia a quanto già chiarito nel paragrafo V.86 relativo all'articolo 5 dello schema di Regolamento.

V.125 In relazione alle richieste di chiarimento di un rispondente su quale sia, in concreto, il periodo temporale in cui legittimamente l'operatore può richiedere costi di recesso (**OMISSIS**), tenuto conto di quanto statuito dal comma 5 dell'articolo 5, che riguarda il periodo temporale di proroga automatica, si riferisce che i costi di recesso possono essere richiesti nel corso del primo periodo di durata contrattuale che deve essere, al massimo (cfr., comma 1 dell'articolo 98 septies decies), di 24 mesi.

Successivamente alla proroga automatica, o comunque dopo 24 mesi, laddove non sia comunicata la disdetta, ai sensi del comma 4 dello stesso articolo del Codice, o comunque sia proseguito il rapporto contrattuale in caso di modelli di adesione senza vincolo di durata, non sono addebitabili costi di recesso.

In base al comma 1 dell'articolo 8 dello schema di Regolamento si è chiarito, in esito alla consultazione pubblica, che, conformemente alla ratio del citato comma 4, se l'utente comunica la disdetta del contratto, al termine del periodo di impegno contrattuale sono previsti costi di cessazione.

V.126 In relazione all'osservazione (**OMISSIS**) secondo cui l'Autorità avrebbe dovuto attuare le norme sul recesso nella revisione delle Linee guida si ritiene che, viceversa, questa sia la sede deputata a stabilire i generali principi e diritti contrattuali. In sede di revisione delle Linee guida saranno, viceversa, affrontate le ricadute applicative come la quantificazione dei costi di recesso, delle promozioni e le questioni connesse al credito residuo e alla rateizzazione dei terminali.

V.127 Nemmeno si condivide l'asserzione di un rispondente secondo cui l'interpretazione degli articoli 5 ed 8 porterebbe a non consentire più agli operatori la possibilità di addebitare i costi di disattivazione in qualsiasi caso di dismissione del servizio. Gli operatori, infatti, come chiarito nel paragrafo V.86 e nel paragrafo V.125 hanno diritto ad addebitare i costi di dismissione della linea, in caso di recesso, fino a un periodo massimo di 24 mesi, periodo entro cui ragionevolmente tali costi sono stati ampiamente ammortizzati dai canoni e contributi *tantum* previsti contrattualmente.

Tale previsione non appare, pertanto, in contrasto con lo *ius variandi* laddove l'utente recede senza costi, anche prima dei 24 mesi, in caso di modifica contrattuale.

O.191 **OMISSIS** chiede di modificare il **comma 2**, aggiungendo la seguente chiosa finale:” *fatto salvo quanto indicato al successivo articolo 8-bis, comma 2*”. Contemporaneamente (rinvio) l'articolo 8-bis, comma 2 dovrebbe essere modificato come di seguito”: *Il fornitore cedente, in caso di migrazione tra operatori, continua a prestare il servizio di accesso ad internet e interpersonale alle stesse condizioni **tecniche ed economiche** finché il fornitore ricevente non attiva il suo servizio di accesso a internet e interpersonale*”. In mancanza di queste modifiche, l'operatore avrebbe l'obbligo ex art. 8-bis comma 2 di continuare ad erogare i servizi oltre la data di efficacia della disdetta ovvero fino al momento in cui il nuovo fornitore attivi i propri servizi ma, in virtù dell'art. 8 comma 2, non potrebbe addebitare i corrispettivi per i servizi erogati qualora la data di attivazione da parte del nuovo fornitore andasse oltre i 30 giorni dalla data in cui il cliente ha esercitato il diritto di recesso. Resta salva la richiesta di applicare questo articolo a favore dei soli consumatori, microimprese, piccole imprese ed organizzazioni senza scopo di lucro.

O.192 **OMISSIS** osserva che il **comma 2** dell'articolo 8 dello schema di Regolamento riprende l'analogo comma del vigente Regolamento. Con tale disposizione, si disciplina il caso in cui l'operatore, per motivi tecnici, disattivi la linea in ritardo rispetto alla scadenza contrattuale. In tal caso, non potranno essere addebitati i **costi** del traffico effettuato nel periodo eccedente quello dei trenta giorni di preavviso previsto dal citato comma 4 dell'art. 98-septiesdecies del Codice. In relazione alla disposizione in parola, la Scrivente ritiene che, visto che in caso di migrazione/portabilità esiste una corresponsabilità di più operatori, il rispetto del diritto di recesso entro trenta giorni dalla richiesta dell'utente finale, vada analizzato in combinato disposto con gli altri obblighi regolamentari collegati, che regolano le procedure di interlavoro tra i diversi operatori coinvolti. In tal senso, va precisato il diritto a proseguire la fatturazione nella fattispecie di cui al secondo comma dell'articolo 8 bis (obbligo per il fornitore cedente di continuare ad erogare i servizi fino al completamento delle procedure di migrazione/portabilità).

V.128 **AGCOM**. Il comma 2 dell'articolo 8 prevede, nella proposta in consultazione, che: *“In caso di disdetta o di esercizio del diritto di recesso da parte dell'utente, l'operatore non può addebitare all'utente alcun corrispettivo per le prestazioni erogate a decorrere dal termine del contratto ovvero dalla data di efficacia del recesso e, qualora non riesca tecnicamente ad impedirne l'addebito, provvede tempestivamente a stornare o a rimborsare quanto addebitato”*.

Come riportato nel capitolo 3.8 della delibera n. 89/23/CONS, con il suddetto comma si disciplina il caso in cui l'operatore, per motivi tecnici, disattivi la linea in ritardo rispetto alla scadenza contrattuale o dalla efficacia del recesso. In tal caso non potrà addebitare i costi del traffico svolto nel periodo eccedente quello dei 30 giorni di preavviso previsto dal citato comma 4 dell'art. 98- septies decies del Codice.

Il comma 2 dell'articolo 8-bis prevede che: *“Il fornitore ricevente riporta nelle proposte contrattuali i termini entro cui, a seguito della conclusione del contratto, procede all'avvio della procedura tecnica di attivazione dei servizi di accesso a Internet e interpersonale; l'avvio della procedura deve avvenire comunque senza indugio al fine di non compromettere il diritto del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore con un obbligo di preavviso non superiore a trenta giorni. Resta salva la facoltà, rispetto a tale termine, di completare la portabilità o la migrazione alla data e comunque entro la data e nei termini espressamente concordati con l'utente finale. **Il fornitore cedente, in caso di migrazione tra operatori, continua a prestare il servizio di accesso a Internet e interpersonale alle stesse condizioni finché il fornitore ricevente non attiva il suo servizio di accesso a Internet e interpersonale”***.

D'altra parte il comma 3 dell'articolo 1 del decreto Bersani prevede che: *“I contratti per adesione stipulati con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, **devono prevedere la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze** presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell'operatore e non possono imporre un **obbligo di preavviso superiore a trenta giorni***.

*Le clausole difformi sono nulle, fatta salva la facoltà degli operatori di adeguare alle disposizioni del presente comma i rapporti contrattuali già stipulati alla data di entrata in vigore del presente decreto entro i successivi sessanta giorni. In ogni caso, le spese relative al recesso o al trasferimento dell'utenza ad altro operatore sono commisurate al valore del contratto e ai costi reali sopportati dall'azienda, ovvero ai costi sostenuti per dismettere la linea telefonica o trasferire il servizio, e comunque rese note al consumatore al momento della pubblicizzazione dell'offerta e in fase di sottoscrizione del contratto, nonché comunicate, in via generale, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, esplicitando analiticamente la composizione di ciascuna voce e la rispettiva giustificazione economica”*.

Alla luce di quanto sopra, l'Autorità prende atto della necessità di un coordinamento tra i due commi e il decreto Bersani atteso che l'utente, sia in caso di disdetta che di recesso, può decidere di passare ad altro gestore.

A tal proposito, si rinvia alla discussione tecnica riportata nella sezione 3.9 della delibera n. 89/23/CONS (3.9. Migrazioni e portabilità (Art. 8 bis dello schema di Regolamento – 98- octies-decies del Codice).

L'Autorità ritiene, alla luce delle argomentazioni tecniche ivi riportate, che i 30 giorni previsti dal decreto Bersani vadano intesi come il massimo obbligo di preavviso da parte dell'utente, decorso il quale l'operatore *donating* non potrà applicare addebiti che non siano giustificati dai costi sostenuti per dismettere la linea o trasferire il servizio.

Quanto sopra va combinato con il requisito stabilito dal Codice in materia di passaggio ad altro operatore, sopra richiamato, secondo cui ***Il fornitore cedente, in caso di migrazione tra operatori, continua a prestare il servizio di accesso a Internet e interpersonale alle stesse condizioni finché il fornitore ricevente non attiva il suo servizio di accesso a Internet e interpersonale***".

Rispetto a suddetta specifica l'operatore cedente assume di norma una posizione subordinata rispetto all'operatore ricevente dovendo attendere, prima di disattivare la linea e il numero telefonico alla data stabilita, il completamento della procedura tecnica di trasferimento. Si ritiene pertanto che i costi collegati al servizio fornito fino al momento del passaggio debbano poter essere recuperati dall'operatore cedente, intesi in senso lato come costi sostenuti per dismettere la linea, anche laddove fossero decorsi oltre 30 giorni non per propria volontà o inerzia.

Pertanto, per tutti i motivi indicati nella sezione 3.9 citata, tale tempistica, di 30 giorni, potrebbe non essere sufficiente, alla luce del nuovo Codice, laddove prevede, comma 1 dell'articolo 98 octies decies che: ***“Nel caso di passaggio da un fornitore di servizi di accesso a internet a un altro, i fornitori interessati offrono all'utente finale informazioni adeguate prima e durante la procedura di passaggio e garantiscono la continuità del servizio di accesso a internet, salvo laddove non sia tecnicamente fattibile. Il fornitore ricevente assicura che l'attivazione dei servizi di accesso a internet abbia luogo nel più breve tempo possibile alla data e comunque entro la data e nei termini espressamente concordati con l'utente finale. Il fornitore cedente continua a prestare il servizio di accesso a internet alle stesse condizioni finché il fornitore ricevente non attiva il suo servizio di accesso a internet. L'interruzione del servizio durante la procedura di passaggio non può superare un giorno lavorativo. L'Autorità garantisce l'efficienza e la semplicità della procedura di passaggio per l'utente finale”***..

In generale, pertanto, le prescrizioni suddette non appaiono compatibili con un tempo perentorio complessivo, dall'accettazione della proposta contrattuale, di 30 giorni che invece, ai sensi del decreto Bersani, corrisponderanno al tempo di preavviso.

L'Autorità, pertanto, modifica il comma 2 dell'articolo 8 dello schema di Regolamento come segue:

***2. In caso di disdetta o di esercizio del diritto di recesso da parte dell'utente, l'operatore non può addebitare all'utente alcun corrispettivo per le prestazioni erogate a decorrere, dal termine del contratto ovvero dalla data di efficacia del recesso **ovvero, in caso di passaggio ad altro operatore, dalla data di passaggio del servizio** e, qualora non riesca tecnicamente ad impedirne l'addebito, provvede tempestivamente a stornare o a rimborsare quanto addebitato.***

Tale formulazione risulta coordinata con il comma 2 dell'articolo 8-bis nella misura in cui è ivi previsto che ***Il fornitore cedente, in caso di migrazione tra operatori, continua a prestare il servizio di accesso a Internet e interpersonale alle stesse condizioni finché il fornitore ricevente non attiva il suo servizio di accesso a Internet e interpersonale.***

**Comma 1**

*1. I fornitori interessati offrono all'utente finale informazioni adeguate sulle procedure di passaggio da un operatore a un altro. In particolare, l'utente finale è debitamente informato, nella proposta contrattuale:*

*a) della procedura tecnica di passaggio che sarà effettuata e se, nelle more del completamento della portabilità del numero, verrà attivato un numero provvisorio.*

*b) che qualora risolva un contratto mantiene il diritto di trasferire un numero dal piano di numerazione nazionale verso un altro fornitore per almeno un mese dalla data della risoluzione.*

*c) delle procedure adottate al fine di limitare i disservizi derivanti dall'inserimento di un codice di migrazione non corretto fornito dal cliente con conseguente "KO per codice segreto errato".*

*d) delle procedure adottate, incluso i tempi di re-invio dell'ordine, in caso di ricezione di un KO tecnico dal donating o operatore wholesale alla procedura di migrazione o portabilità del numero.*

O.193 **OMISSIS** evidenzia la non utilità, per il cliente finale, di ricevere le informazioni procedurali previste sub a), c) e d) che appesantiscono la lettura della proposta contrattuale senza vantaggi per l'utente finale. Anche l'informazione da dare al cliente, nella proposta di contratto, sui termini di avvio della procedura tecnica di attivazione, appare superflua, in quanto appesantisce la proposta di contratto senza vantaggio alcuno per il cliente che vuole solo conoscere il momento di attivazione dei servizi (Internet e interpersonale). L'operatore chiede, quindi, di non prevedere tali obblighi tra quelli a carico dell'operatore in quanto costituiscono un aggravio della documentazione contrattuale, rendendola di difficile lettura e comprensione, senza un reale vantaggio per l'utente, disinteressato alle procedure dell'operatore e rivolto solo a conoscere i termini certi del servizio offerto. L'obbligo di inserire nella proposta contrattuale gli indennizzi per mancato rispetto degli obblighi previsti dal presente articolo duplica un indennizzo già dovuto: quello per la ritardata migrazione. **OMISSIS** ne chiede, pertanto, l'eliminazione, anche in ragione del fatto che non è possibile stabilire con certezza se sia il tecnico installatore a non essersi presentato presso il domicilio del cliente o se sia quest'ultimo a non essersi reso disponibile.

O.194 **OMISSIS**, con riferimento agli obblighi informativi di cui all'art. 8-bis (migrazioni e portabilità), in considerazione della notevole complessità delle procedure di migrazione e portabilità del numero, stratificatesi nel tempo attraverso molteplici delibere dell'Autorità, ritiene particolarmente difficile inserire nella proposta contrattuale le informazioni di dettaglio previste in tale articolo. A parere della società, nella documentazione contrattuale ci dovrebbe essere un semplice richiamo alle procedure di passaggio tra OLO che sono note e già allegate a delibere emanate dall'Autorità, senza entrare nel merito delle procedure tecniche e relative tempistiche in dette delibere puntualmente declinate.

O.195 **OMISSIS** non condivide la proposta dell'Autorità di integrare l'informativa pre-contrattuale da fornire all'utente prima della conclusione del contratto con una serie di informazioni prettamente tecniche relative alle procedure di trasferimento dell'utenza tra Operatori. La società ritiene, infatti, che tali informazioni, oltre ad essere difficilmente comprensibili da parte di un utente medio, nulla

aggiungano a quest'ultimo in termini di chiarezza e trasparenza, oltre che di consapevolezza rispetto al contratto cui si intende aderire. Si tratta infatti di informazioni certamente utili all'Operatore che ha interesse ad avere chiaro ogni aspetto della dinamica del passaggio dell'utenza da o verso un altro Operatore, ma che non risultano utili all'utente finale che può avere unicamente interesse ad avere informazioni aggiornate circa lo stato dell'attivazione della sua utenza ed eventuali indennizzi/rimborsi dovuti per eventuali ritardi. L'operatore fa presente, infine, che un obbligo di informativa in tal senso non è previsto dal Codice di cui lo schema di provvedimento in esame è tenuto a recepire le previsioni, e che la disposizione in esame introduce il principio di un tempo di attivazione del servizio che deve essere garantito dall'Operatore che, come noto alla stessa Autorità, nella prassi frequentemente non può essere garantito e rispettato per motivi il più delle volte non imputabili all'Operatore recipient. Premesso quanto sopra, **OMISSIS** propone lo stralcio dell'intero articolo 8-bis.

O.196 **OMISSIS** chiede all'Autorità di eliminare l'articolo 8-bis ai sensi e per effetto dell'articolo 101 della Direttiva 2018/1972 (Livello di armonizzazione) che, al fine di garantire un'applicazione armonizzata del nuovo pacchetto normativo, esclude l'introduzione di disposizioni più rigorose rispetto a quelle previste dalla Direttiva stessa, come è il caso del testo proposto dall'Autorità. La società ritiene, inoltre, che gli indennizzi in favore degli utenti finali rappresentino già la giusta tutela in caso di ritardi rispetto agli obblighi assunti in sede contrattuale. Mal si comprende come informazioni tecniche come quelle suggerite dall'Autorità possano fornire all'utente finale un maggiore grado di protezione rispetto all'indennizzo.

O.197 **OMISSIS** ritiene che la nuova disposizione proposta all'art. 8-bis sia eccessivamente onerosa per gli operatori in termini economici e, al contempo, rischia di compromettere la trasparenza in favore degli utenti visto che in fase pre-contrattuale avrebbero un'eccessiva quantità di informazioni da vagliare di diversa natura e che con molta probabilità non gli consentirebbe di focalizzarsi sugli aspetti principali del contratto. Si tratta tra l'altro di informazioni che la maggior parte degli utenti avrebbero oggettive difficoltà a comprendere, trattandosi di processi tecnici relativi alla portabilità ed alla migrazione ed è, pertanto, difficile immaginare il loro interesse ad ottenere simili informazioni. Si tratta, tra l'altro, di una previsione del tutto nuova, sia rispetto all'attuale disciplina regolamentare, sia rispetto alle nuove previsioni del Codice delle comunicazioni elettroniche che non contengono un simile obbligo in capo all'operatore. Alla luce di quanto sopra esposto, **OMISSIS** invita l'Autorità ad eliminare tale previsione che rischierebbe, anche in tal caso, di sovraccaricare, da un lato, gli utenti con molteplici informazioni dettagliate e tecniche (che non sarebbero in grado di comprendere) e, dall'altro, gli operatori che si troverebbero costretti ad eseguire nuovi sviluppi di sistema per implementare il suddetto obbligo.

O.198 **OMISSIS** evidenzia che l'obbligo di fornire le informazioni indicate nel comma 1 non è previsto dal Codice. Pertanto, in applicazione dell'art. 101 della Direttiva che specifica che le norme a tutela dei consumatori ivi previste sono di armonizzazione massima, l'operatore ritiene che l'Autorità debba astenersi dall'introdurre tali nuovi obblighi informativi in quanto non previsti dal Codice. Peraltro, con particolare riferimento alle lettere c) e d) del comma 1 dell'art. 8bis, secondo **OMISSIS**, si tratta di informazioni di natura prettamente tecnica, difficilmente comprensibili e che non rivestono alcuna utilità per il cliente. L'obbligo di fornire le ulteriori informazioni previste all'art. 8bis, ad avviso di **OMISSIS**, rischia di creare maggiore confusione per il cliente, secondo un

fenomeno noto come information overload (o sovraccarico informativo) che si verifica quando si riceve una quantità tale di informazioni da creare disordine e confusione e da inibire la capacità di comprenderle e selezionarle correttamente. Per le motivazioni evidenziate sopra, **OMISSIS** propone che l'Autorità elimini l'obbligo di fornire le informazioni di cui al comma 1 dell'8-bis del Regolamento o, in subordine, mantenga le sole informazioni di cui alle lettere a) e b).

O.199 **OMISSIS** ritiene che le informazioni di cui alle **lettere a, c e d del paragrafo 1** abbiano una natura talmente tecnica e peculiare tali da considerarsi difficilmente comprensibili per l'utente comune. In tal modo, l'operatore si troverebbe gravato di oneri informativi che di fatto non danno alcun vantaggio all'utente. In particolare, le informazioni alle lettere riportate, in assenza di una uniformità procedurale predefinita, rischierebbero, secondo la società, di non essere chiarificatrici ma, al contrario, di aggiungersi ad una platea corposa di dati senza nulla integrare, né al fine di rendere chiaro il processo di portabilità e migrazione, né per fornire elementi precisi sul contratto. Per quanto detto, a parere dell'operatore, in tema di migrazione e portabilità, è opportuno che i clienti conoscano i loro diritti, i tempi necessari, e gli indennizzi in caso di ritardo nel passaggio tra fornitori, senza appesantire il contratto con informazioni di difficile lettura; in tal senso, **OMISSIS** ritiene auspicabile che l'Autorità provveda a redigere e fornire pubblicamente una documentazione informativa sui processi di migrazione e portabilità a beneficio degli utenti rendendola disponibile al proprio sito web.

**OMISSIS suggerisce** all'Autorità di valutare di **espungere dal testo di questo articolo, (i) le lettere c) e d), comma 1** – ai sensi delle quali gli operatori dovrebbero fornire agli utenti informazioni inerenti rispettivamente alle procedure adottate per limitare i disservizi derivanti dall'inserimento di un codice di migrazione non corretto e per gestire eventuali KO tecnici dal donating o dall'operatore wholesale –, **nonché (ii) il comma 3** – ai sensi del quale gli operatori devono riportare, all'interno del contratto, il riferimento agli indennizzi previsti per ritardi o abusi relativi alle operazioni di passaggio tra operatori, nonché mancata presentazione ad appuntamenti di servizio o installazione. In particolare, con riferimento alle lettere c) e d), del comma 1, **OMISSIS** ritiene che l'introduzione di tale obbligo informativo non sia compatibile con i requisiti di necessità e di proporzionalità previsti dal Codice: si tratta infatti di informazioni di natura squisitamente tecnica, e che pertanto risulterebbero di difficile comprensione e scarsa utilità per l'utenza. In sintesi, si aggiungerebbe un non necessario onere in capo agli operatori senza che ciò si traduca in maggior tutele per gli utenti finali.

O.200 **OMISSIS** ritiene che gli obblighi informativi posti in capo ai fornitori siano sproporzionati rispetto all'oggetto della finalità che si propongono, ovvero rendere l'utente pienamente consapevole del significato della procedura di migrazione. È opinione di **OMISSIS** che fornire agli utenti finali un tale dettaglio di informazioni inerente a questioni puramente procedurali e strettamente legate al rapporto tra l'operatore donating e l'operatore recipient (nella fattispecie, le informazioni sulle procedure relative ai disservizi derivanti dall'inserimento di un codice di migrazione non corretto, e le procedure adottate, incluso i tempi di re-invio dell'ordine, in caso di ricezione di un KO tecnico dal donating o operatore wholesale alla procedura di migrazione o portabilità del numero) non porterebbe alcun vantaggio all'utente in quanto non direttamente coinvolto in tali operazioni procedurali e tecniche difficilmente comprensibili per un consumatore. Sempre nell'ottica dell'agevole trasmissione delle informazioni necessarie all'utente, la società ricorda che lo stesso Codice delle comunicazioni elettroniche non prevede, per quanto concerne le procedure di

migrazione, obblighi informativi della portata di quelli proposti dal Regolamento in analisi. In particolare, l'articolo 98 octies-decies del Codice sul passaggio a un altro fornitore e portabilità del numero prevede che gli operatori forniscano informazioni adeguate agli utenti finali in merito al passaggio, senza però definire quali informazioni nella sostanza fornire, lasciando dunque intendere che i fornitori si ritengono liberi di agire in piena libertà in merito alla definizione del livello di dettaglio da fornire.

O.201 **OMISSIS** rappresenta che il **comma 1** contempla una serie di oneri informativi che la società chiede di riconsiderare ed evidenzia che sono previste informazioni non fornite in modo così dettagliato, soprattutto per le offerte in ambito fisso. Inoltre, secondo **OMISSIS**, alcune di tali informazioni non sono nella disponibilità, nella gestione e nel controllo degli operatori virtuali oppure degli operatori che adottano il modello di mera rivendita dei servizi di comunicazione elettronica. **OMISSIS** ritiene che la previsione vada riconsiderata alla luce delle peculiarità appena esposte e coglie l'occasione per chiedere che venga previsto nel testo finale della delibera un generale dovere di collaborazione e parità di trattamento, anche informativo, a carico degli operatori ospitanti/wholesale a beneficio degli operatori ospitati sulla propria rete ed a vantaggio di tutta la relativa clientela di questi ultimi.

O.202 **OMISSIS** concorda circa la possibilità di descrivere, in termini generali e non riferiti al singolo utente, le informazioni di cui all'articolo richiamato direttamente nella proposta di contratto.

O.203 **OMISSIS**, con riferimento al **primo comma**, ritiene che il Regolamento debba precisare che per "fornitori interessati" si intendono gli "operatori riceventi". Rispetto alla lettera b) di detto comma, **OMISSIS** evidenzia che la delibera n. 37/22/CIR prevede il mantenimento della disponibilità del numero cessato per 60 giorni solari dalla data di cessazione amministrativa della numerazione sui sistemi commerciali dell'operatore.

V.129 **AGCOM**. L'Autorità non condivide le osservazioni dei rispondenti che chiedono di eliminare le informazioni di cui al comma 1 del presente articolo.

In primo luogo, in relazione al punto a), si fa rilevare che una rilevante quota parte di controversie definite dall'Autorità originano dalla mancata consapevolezza dell'utente in relazione al fatto che l'operatore intende attivare un numero provvisorio. Tale scelta tecnica dell'operatore determina la doppia fatturazione, in quanto nelle more dell'espletamento della portabilità del numero, l'operatore donating continua, almeno come impegno di risorse, a erogare il servizio. L'utente, d'altra parte, non è informato del fatto che per un certo periodo di tempo non potrà ricevere telefonate sul proprio numero storico. L'Autorità ritiene, pertanto, che l'utente debba essere debitamente informato di una questione che, seppur tecnica, ha un notevole impatto sulla percezione del servizio erogato dagli operatori.

Anche l'informazione di cui al punto b) riveste un ruolo essenziale, trattandosi di un diritto dell'utente, ed ha il fine di rendere lo stesso edotto della possibilità di recuperare il proprio numero per un periodo di tempo pari ad almeno 1 mese dalla risoluzione del contratto. Numerose controversie hanno messo in luce il fatto che l'utente non è al corrente di tale diritto e, per l'effetto, in caso di cessazione del servizio non si avvale di tale facoltà.

L'Autorità ritiene importante anche l'informazione di cui al punto c) atteso che, anche in tal caso, una rilevante quota parte delle controversie deriva da una mancata informazione sul codice di

migrazione e da una gestione non trasparente da parte dell'operatore dei casi in cui il codice di migrazione non è corretto. Si rinvia, a tale riguardo, agli impegni approvati con delibera n. 50/22/CONS.

Anche in relazione all'informazione di cui al punto d) l'Autorità ritiene che l'utente debba essere reso edotto del fatto che possono esserci dei problemi tecnici nel passaggio e di come si comporta il proprio operatore a seguito della ricezione di un KO tecnico o amministrativo dal donating o dall'operatore di rete.

In merito alla asserita non proporzionalità dell'obbligo informativo e al richiamo al rispetto del principio di armonizzazione, si fa rilevare che il comma 1 dell'articolo 98 octies-decies prevede, testualmente, che *1. Nel caso di passaggio da un fornitore di servizi di accesso a internet a un altro, i fornitori interessati offrono all'utente finale informazioni adeguate prima e durante la procedura di passaggio.*

Si aggiunga poi, sempre in relazione ai compiti di questa Autorità, che:

*8. Oltre alle informazioni richieste ai sensi dell'allegato 8, l'Autorità provvede affinché' gli utenti finali siano adeguatamente informati in merito all'esistenza del diritto al rimborso e indennizzo di cui al comma 7.*

*9. L'Autorità definisce con proprio regolamento le norme per l'attuazione delle disposizioni del presente articolo e ne verifica il rispetto nell'esercizio delle funzioni di vigilanza e sanzionatorie stabilite dalla legge.*

L'Autorità, pertanto, è chiamata a definire, in questo regolamento, le norme per l'attuazione delle disposizioni dell'articolo 98 octies-decies, incluso, pertanto, gli obblighi informativi ritenuti essenziali al fine di evitare disservizi all'utente, nel rispetto del generale principio di proporzionalità.

L'Autorità ritiene, tuttavia, che trattandosi di informazioni di carattere generale, le stesse possano essere inserite anche nelle **Carte dei servizi**.

L'Autorità, vista la richiesta degli operatori virtuali, in linea con quanto stabilito nelle delibere nn. 23/23/CONS e 156/23/CONS, ritiene necessario che gli operatori che forniscono servizi all'ingrosso mettano a disposizione degli operatori che utilizzano gli stessi per fornire servizi finali, tutte le necessarie informazioni.

Si aggiunge, pertanto, il seguente comma 9 all'articolo 4.

**9. I fornitori di servizi wholesale collaborano con gli operatori che forniscono servizi al dettaglio che utilizzano le proprie infrastrutture nella fornitura dei servizi, fornendo tutte le informazioni necessarie che risultano nella loro esclusiva disponibilità ai fini del soddisfacimento degli obblighi informativi, pre-contrattuali e contrattuali, di cui al presente Regolamento.**

#### **Comma 2**

*2. Il fornitore ricevente riporta nelle proposte contrattuali i termini entro cui, a seguito della conclusione del contratto, procede all'avvio della procedura tecnica di attivazione dei servizi di accesso a Internet e interpersonale; l'avvio della procedura deve avvenire comunque senza indugio al fine di non compromettere il diritto del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze*

*presso altro operatore con un obbligo di preavviso non superiore a trenta giorni. Resta salva la facoltà, rispetto a tale termine, di completare la portabilità o la migrazione alla data e comunque entro la data e nei termini espressamente concordati con l'utente finale. Il fornitore cedente, in caso di migrazione tra operatori, continua a prestare il servizio di accesso a Internet e interpersonale alle stesse condizioni finché il fornitore ricevente non attiva il suo servizio di accesso a Internet e interpersonale.*

O.204 **OMISSIS** rappresenta che in base al secondo periodo del **comma 2** laddove riporta che "Resta salva la facoltà, rispetto a tale termine, di completare la portabilità o la migrazione alla data e comunque entro la data e nei termini espressamente concordati con l'utente finale.", rischia di essere "farraginoso" per cui, al fine di rendere l'intento dell'Autorità più chiaro all'operatore e all'utente finale, propone una riformulazione come segue "Resta salva la facoltà, rispetto a tale termine di completare la portabilità o la migrazione entro la data o i termini espressamente concordati con l'utente finale".

O.205 Secondo **OMISSIS**, il chiarimento introdotto dall'Autorità nel **comma 2** circa l'obbligo in capo al fornitore cedente di continuare a prestare i propri servizi alle stesse condizioni finché il ricevente non attivi i propri, andrebbe necessariamente completato aggiungendo "alle stesse condizioni tecniche ed economiche", onde evitare all'operatore cedente una situazione insostenibile dal punto di vista economico e giuridico, qualora questo comma venisse confermato.

V.130 **AGCOM**. L'Autorità condivide che la formulazione proposta possa ingenerare qualche problema interpretativo. Condivide inoltre la richiesta di specificare che le condizioni di fornitura si riferiscono a quelle tecniche ed economiche. Il comma 2 è pertanto modificato come segue:

*"2. Il fornitore ricevente riporta nelle proposte contrattuali i termini entro cui, a seguito della conclusione del contratto, procede all'avvio della procedura tecnica di attivazione dei servizi di accesso a Internet e interpersonale; l'avvio della procedura deve avvenire comunque senza indugio al fine di non compromettere il diritto del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le utenze presso altro operatore con un obbligo di preavviso non superiore a trenta giorni.*

*Resta salva la facoltà, rispetto a tale termine, di completare la portabilità o la migrazione ~~alla data e comunque~~ entro la data e nei termini espressamente concordati con l'utente finale. Il fornitore cedente, in caso di migrazione tra operatori, continua a prestare il servizio di accesso a Internet e interpersonale alle stesse condizioni **tecniche ed economiche** finché il fornitore ricevente non attiva il suo servizio di accesso a Internet e interpersonale".*

O.206 **OMISSIS**, in relazione al **secondo comma**, auspica che l'Autorità voglia precisare che dall'obbligo di **proseguire** la fornitura sino al completamento del processo di migrazione/portabilità sorge il diritto per gli operatori di addebitare i relativi costi al cliente. Ciò anche nel caso la durata del processo di migrazione superi il termine di efficacia del recesso.

V.131 **AGCOM**. Nel condividere l'osservazione l'Autorità rinvia a quanto già chiarito nel precedente paragrafo V.128, sul comma 2 dell'articolo 8 dello schema di Regolamento, in relazione ai casi di recesso in presenza di connessa procedura di migrazione e/o portabilità del numero.

### **Comma 3**

*3. Il contratto riporta il riferimento agli indennizzi in favore degli utenti finali in caso di mancato rispetto degli obblighi previsti dal presente articolo da parte del fornitore, compresi i ritardi o abusi relativi alle operazioni di passaggio tra fornitori e nel trasferimento del numero e alla mancata presentazione ad appuntamenti di servizio e di installazione come stabiliti dal regolamento dell'Autorità.*

O.207 Con riferimento al **comma 3, OMISSIS** ritiene opportuno specificare che, in questi casi, gli indennizzi non sono dovuti se il mancato rispetto di appuntamenti o il ritardo sono avvenuti per motivi non imputabili all'operatore oppure se il cliente non è stato informato con adeguato preavviso del ritardo o della cancellazione.

O.208 Con riferimento al **comma 3**, ad avviso di **OMISSIS**, occorre tenere presente che alcune attività strumentali e/o intermedie necessarie per la fornitura del servizio non sono svolte da operatori come la scrivente allorché questi operano secondo il modello di mera rivendita di servizi altrui, e pertanto la materiale imputabilità di ritardi o altre problematiche non ricade su tali operatori, che dovrebbero perciò rispondere di un fatto non proprio e che non ricade sotto il proprio controllo. L'operatore ritiene che la previsione vada riconsiderata tenendo conto di tale peculiarità. Analogamente per quanto riportato al punto precedente, **OMISSIS** auspica che l'Autorità imponga espressamente a carico degli operatori di rete infrastrutturati l'obbligo di recepire negli accordi wholesale in essere modalità e tempi congrui per condividere tempistiche e modalità che possano non ostacolare gli operatori ospitati nella fornitura del servizio alla clientela finale.

O.209 **OMISSIS** osserva che l'articolo **8-bis comma 3** prevede che il fornitore paghi agli utenti degli indennizzi in caso di mancato rispetto degli obblighi in merito alla migrazione e in particolare, in caso di ritardi nelle operazioni di migrazione da un operatore all'altro. L'operatore ritiene che tali ritardi possano essere causati da fattori fuori dal controllo degli operatori stessi, come ad esempio la difficoltà nel reperire dati permessi, l'indisponibilità dell'utente nel fissare l'appuntamento entro il tempo stabilito per il passaggio, problemi legati all'operatore wholesale, etc.. **OMISSIS** ritiene dunque che non sia opportuno prevedere a priori un meccanismo automatico di pagamento degli indennizzi ipotizzati, ma che al contrario la debenza o meno degli indennizzi già previsti dovrebbe essere valutata caso per caso e in base alle condizioni specifiche che si vengono a creare di volta in volta e alle responsabilità da accertare in capo ai singoli operatori nel caso concreto.

V.132 **AGCOM**. L'Autorità richiama l'articolo 98 octies-decies del Codice che prevede che: “7. *L'Autorità stabilisce norme relative ai rimborsi e indennizzi in favore degli utenti finali e alle sanzioni in caso di mancato rispetto degli obblighi previsti dal presente articolo da parte del fornitore, compresi i ritardi o abusi relativi alle operazioni di passaggio tra fornitori e nel trasferimento del numero e alla mancata presentazione ad appuntamenti di servizio e di installazione.*

*8. Oltre alle informazioni richieste ai sensi dell'allegato 8, l'Autorità provvede affinché' gli utenti finali siano adeguatamente informati in merito all'esistenza del diritto al rimborso e indennizzo di cui al comma 7”.*

Conformemente ai principi generali del vigente regolamento sugli indennizzi, è pertanto, il fornitore che si obbliga contrattualmente a risponderne nei confronti del proprio cliente. Resta ferma la possibilità per i fornitori di rivalersi, in base agli accordi di fornitura all'ingrosso, con gli operatori o imprese che sono incaricate di fornire, con certe tempistiche, i servizi e le prestazioni intermedie.

O.210 **OMISSIS** ritiene che **il comma 3** potrebbe risultare ridondante rispetto agli analoghi obblighi previsti, in capo agli operatori, dalle delibere nn. 179/03/CSP s.m.i. (15) e 347/18/CONS (16), con cui l’Autorità ha approvato rispettivamente la “Direttiva generale in materia di qualità e carte dei servizi di telecomunicazioni” ed il “Regolamento in materia di indennizzi applicabili nella definizione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche”, creando confusione e incertezza interpretativa.

V.133 **AGCOM**. L’Autorità richiama che l’articolo 2 (Ambito di applicazione e finalità) della delibera n. 347/18/CONS prevede che

*1. Il presente regolamento stabilisce i criteri per il calcolo degli indennizzi applicabili nella definizione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche, ai sensi dell’articolo 14 del Regolamento di procedura.*

*2. Nella decisione delle controversie di cui al comma 1 si applicano gli **indennizzi contrattuali** se più favorevoli per l’utente rispetto a quelli previsti dal presente regolamento.*

*3. Gli indennizzi stabiliti dal presente regolamento non si applicano se l’operatore entro quarantacinque giorni dal reclamo comunica all’utente l’accoglimento dello stesso ed eroga gli indennizzi contrattuali con le modalità e nei termini stabiliti dal contratto, fatto salvo quanto stabilito all’articolo 3.*

Si osserva che, conformemente con il comma 3 dell’articolo 8-bis dello schema di Regolamento, l’operatore deve prevedere degli indennizzi contrattuali.

In base all’articolo 3 (Indennizzo automatico), comma 1, del regolamento, gli operatori corrispondono in maniera automatica gli indennizzi previsti agli articoli 4, comma 1.

In base all’articolo 4 (Indennizzo per ritardo nell’attivazione del servizio)

*1. Nel caso di ritardo nell’attivazione del servizio rispetto al termine massimo previsto dal contratto, ovvero di ritardo nel trasloco dell’utenza, gli operatori sono tenuti a corrispondere un indennizzo per ciascun servizio non accessorio pari a euro 7,50 per ogni giorno di ritardo.*

*2. L’indennizzo di cui al comma 1 è applicato anche nei casi di ritardo per i quali l’operatore, con riferimento alla attivazione del servizio, non abbia rispettato i propri oneri informativi circa i motivi del ritardo, i tempi necessari per l’attivazione del servizio o gli eventuali impedimenti, ovvero nel caso di affermazioni non veritiere circa l’esistenza di impedimenti tecnici o amministrativi.*

Gli operatori, pertanto, dovranno attuare il comma 3 dell’articolo 8-bis facendo riferimento a quanto previsto nel regolamento indennizzi e, anche alla luce del comma 1 dello stesso articolo, nel rispetto degli oneri informativi che anche il comma 2 dell’articolo 4 del regolamento indennizzi prevede.

## **XI. PACCHETTI (ART. 8-TER)**

*l) pacchetto: vendita di due o più servizi e prodotti comprendenti almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, nonché altri servizi, quali servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero*

*accessibili al pubblico, trasmissione lineare e servizi da macchina a macchina o apparecchiature terminali, contenuti digitali o servizi digitali, forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato;*

*1. Se un pacchetto di servizi o un pacchetto di servizi e apparecchiature terminali offerto a un consumatore comprende almeno un servizio di accesso a Internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, si applicano a tutti gli elementi del pacchetto, le disposizioni inerenti:*

*a. la sintesi contrattuale di cui all'art. 4, comma 5;*

*b. durata del contratto e diritto di recesso, di cui agli art. 5, 6 e 6-bis;*

*c. passaggio ad altro fornitore e portabilità del numero, di cui all'art. 8-bis.*

*2. Se il consumatore ha il diritto di risolvere qualsiasi elemento del pacchetto di cui al comma 1 prima della scadenza contrattuale concordata per ragioni di mancata conformità al contratto o di mancata fornitura, ha il diritto di risolvere il contratto in relazione a tutti gli elementi del pacchetto.*

*3. La sottoscrizione di servizi o apparecchiature terminali supplementari forniti o distribuiti dal medesimo fornitore di servizi di accesso a Internet o di servizi di comunicazione interpersonale basati sul numero accessibili al pubblico non prolunga la durata originaria del contratto a cui tali servizi o apparecchiature terminali sono aggiunti, salvo qualora il consumatore convenga diversamente, in maniera espressa, al momento della sottoscrizione relativa a servizi o apparecchiature terminali supplementari.*

*4. I commi 1 e 3 si applicano anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che non abbiano espressamente acconsentito in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni. Il contratto per i suddetti utenti finali prevede le specifiche clausole che consentono la espressa rinuncia mediante modulo pre-compilato.*

O.211 **OMISSIS** rileva che con l'articolo 8-ter dello schema di provvedimento posto in consultazione l'Autorità propone di estendere il regime di tutela dei servizi di TLC a qualsiasi elemento del pacchetto (anche diverso, quindi, dai servizi fonia e dati o ad essi strettamente correlati). L'operatore non condivide la proposta dell'Autorità dal momento che, estendendo il regime di tutela dei servizi di TLC a qualsiasi elemento del pacchetto (i.e. anche servizi di assicurazione qualora inclusi nell'offerta di rete fissa o mobile), finisce con il regolare servizi non regolati, in evidente contrasto con quanto da sempre precisato in tema di replicabilità delle offerte, ove l'Autorità ha tradizionalmente statuito che il regime regolatorio non fosse applicabile a servizi diversi da quelli di comunicazione elettronica, pur se offerti in bundle con questi ultimi. Alla luce di quanto sopra precisato, la rispondente propone le seguenti revisioni al testo dell'articolo:"

~~*“1. Se un pacchetto di servizi o un pacchetto di servizi e apparecchiature terminali offerto a un consumatore comprende almeno un servizio di accesso a Internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, si applicano a tutti gli elementi del pacchetto, le disposizioni inerenti:*~~

*a. la sintesi contrattuale di cui all'art. 4, comma 5;*

*b. durata del contratto e diritto di recesso, di cui agli art. 5, 6 e 6-bis; c. passaggio ad altro fornitore e portabilità del numero, di cui all'art. 8-bis.*

*21. Se il consumatore ha il diritto di risolvere qualsiasi elemento **di un pacchetto di cui al comma 1 di offerte proposte in bundle con un servizio di comunicazione** prima della scadenza contrattuale concordata per ragioni di mancata conformità al contratto o di mancata fornitura, ha il diritto di risolvere il contratto in relazione a tutti gli elementi del pacchetto.*

*32. La sottoscrizione di servizi o apparecchiature terminali supplementari forniti o distribuiti dal medesimo fornitore di servizi di accesso a Internet o di servizi di comunicazione interpersonale basati sul numero accessibili al pubblico non prolunga la durata originaria del contratto a cui tali servizi o apparecchiature terminali sono aggiunti, salvo qualora il consumatore convenga diversamente, in maniera espressa, al momento della sottoscrizione relativa a servizi o apparecchiature terminali supplementari.*

*43. Il comma 1 e 3-2 si applicano anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro **che abbiano stipulato con l'Operatore un contratto per adesione**. , a meno che non abbiano espressamente acconsentito in fase di conclusione del contratto, a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni. Il contratto per i suddetti utenti finali prevede le specifiche clausole che consentono la espressa rinuncia mediante modulo pre-compilato”.*

O.212 **OMISSIS** riferisce quanto segue. A detta dell'Autorità spesso i pacchetti contengono elementi accessori al servizio principale – quali servizi di Cloud, licenze di utilizzo, IoT, security, centralini, telefoni etc. – forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato e che pertanto anche a questi elementi, qualora inclusi nel pacchetto, debbano essere estese le disposizioni essenziali in materia di informazioni contrattuali sintetiche, trasparenza, durata e risoluzione dei contratti e cambiamento di fornitore. Se, da un lato, **OMISSIS** condivide che le caratteristiche di eventuali elementi accessori debbano essere chiaramente indicate così da rendere il consumatore pienamente consapevole delle condizioni tecniche ed economiche di accesso al pacchetto nel suo complesso, al contempo ritiene che alcune disposizioni indicate nello schema Regolamento siano sproporzionate, eccessive ed anche di difficile attuazione. Si fa riferimento in particolare alle disposizioni della **lettera c) comma 1 dell'art. 8-ter** in merito al passaggio ad altro fornitore e portabilità del numero di cui all'art. 8-bis che risulta inapplicabile in caso di vendita di servizi Cloud o di licenze di utilizzo. Pertanto, propone di inserire in corrispondenza della lett. c) del comma 1 dell'art. 8-ter del Regolamento la dicitura “ove compatibili”. Al contempo appare eccessiva la disposizione indicata da parte dell'Autorità per cui se il consumatore ha il diritto di risolvere qualsiasi elemento del pacchetto prima della scadenza contrattuale concordata per ragioni di mancata conformità al contratto o di mancata fornitura, ha il diritto di risolvere il contratto in relazione a tutti gli elementi del pacchetto. Se si tratta infatti di offerte combinate tale previsione appare contravvenire alle disposizioni del codice civile.

Nel verbale di audizione **OMISSIS** specifica quanto segue:” *si ritiene che la normativa predisposta dall'Autorità non trovi applicazione nel caso in cui l'offerta aggregata sia composta da servizi “telco” (voce, internet) e servizi di diverso genere (quali, energia, gas acqua ovvero servizi OTT quali Cloud, licenze, IoT). Più in generale nella definizione di queste offerte, gli operatori devono*

*poter definire liberamente le ipotesi di recesso/risoluzione con riferimento a tali specifici beni e/o servizi. Il cliente, nel caso aderisca a questa tipologia di offerte, deve essere libero di aderire a un contratto che diversifichi le regole da applicarsi ai prodotti o servizi in esso contenuti, di modo che gli sia consentito di recedere dai servizi abbinati a condizioni anche differenti dai servizi telco. Il discorso è tuttavia trasversale e vale anche qualora l'offerta sia composta da servizi afferenti al settore delle comunicazioni elettroniche ma al momento non regolamentati (es. OTT). Sul punto, OMISIS chiarisce che la "risoluzione del contratto concordata per ragioni di mancata conformità al contratto o di mancata fornitura" è applicata al servizio/bene erogato e che, nel caso in cui il cliente continui a beneficiare di beni o servizi non impattati dalla mancata conformità/fornitura, vigono le regole vigenti. Pertanto, la relativa osservazione nel documento inviato durante la consultazione viene integrata come sopra".*

O.213 **OMISIS specifica** che non costituisce un "pacchetto" la sottoscrizione di contratti autonomi tra loro sebbene collegati. **OMISIS** chiede che venga chiarito che "pacchetto" è un'offerta tariffaria unitaria che comprende una serie di servizi attivabili insieme e non separabili. Ad avviso di **OMISIS**, la vendita abbinata, quindi, non costituisce un "pacchetto". **OMISIS** ritiene che il Regolamento confermi il fatto che la durata originaria del contratto possa essere prorogata, se c'è l'accordo del cliente, con l'aggiunta di servizi o apparecchiature terminali.

Nel verbale di audizione, **OMISIS** specifica che appare di grande importanza la definizione di pacchetto, la cui nozione viene richiamata dalla delibera relativa al contributo dovuto all'Autorità per l'anno 2023, che assoggetta al pagamento del contributo le quote di ricavo derivanti dalla fornitura di apparecchi e servizi accessori forniti insieme ai contratti di servizi di comunicazioni elettroniche (cd. offerta *bundle*). A tale riguardo, **OMISIS** fa presente che il pacchetto è la vendita congiunta - in un medesimo impegno contrattuale - di beni e servizi ad un prezzo scontato. La vendita congiunta può avvenire nello stesso momento oppure in momenti successivi (ad esempio, il cliente compra prima il servizio e in un secondo momento il bene, accedendo alle stesse condizioni agevolate come se l'acquisto fosse stato contestuale). Il prezzo deve essere scontato perché, se i beni/servizi vengono venduti con lo stesso contratto o con contratti separati ma a condizioni non agevolate non siamo di fronte ad un pacchetto. Inoltre, occorre chiarire che nel pacchetto deve essere indicato, accanto al prezzo scontato, il prezzo teorico (pieno) dei singoli elementi del pacchetto, anche se tali singoli elementi non sono effettivamente commercializzati.

V.134 **AGCOM**. L'Autorità ritiene che il riferimento al tema della replicabilità delle offerte fatto da due rispondenti non sia pertinente.

Si osserva che l'elemento che identifica il pacchetto è l'offerta degli elementi che lo compongono nel quadro dello stesso contratto o di contratti collegati.

Il caso in cui il prezzo complessivo possa essere inferiore ai singoli elementi acquistati separatamente rappresenta una delle possibilità incluse nella definizione dell'Autorità, possibilità che dipende dalla volontà del fornitore ed è applicabile solo laddove i singoli elementi del pacchetto sono venduti anche singolarmente. Laddove ciò non accada la definizione economica proposta dal rispondente non risulta applicabile. Inoltre, trattasi di una definizione che escluderebbe i casi in cui l'utente acquista un pacchetto con un costo pari o superiore alla somma dei singoli elementi.

L'Autorità non ravvede, pertanto, ragioni per utilizzare in ambito contrattuale la definizione economica che, invece, ha la sua ragion d'essere nell'ambito dei test di prezzo come disciplinati dalle analisi di mercato dei servizi all'ingrosso.

Ciò premesso un rispondente lamenta il fatto che con la proposta in consultazione l'Autorità andrebbe a regolare *servizi diversi* da quelli di comunicazione elettronica offerti in bundle con questi ultimi.

Nella sezione 3.10. I pacchetti (art. 8-ter dello schema di Regolamento) della delibera n. 89/23/CONS l'Autorità ha già chiarito i presupposti normativi della proposta in consultazione che qui si richiamano.

“L'art. 98 *noviesdecies* introduce disposizioni specifiche in tema di pacchetti comprendenti almeno un servizio di comunicazione elettronica, eccetto i servizi M2M. Oggetto della disposizione sono i pacchetti in cui gli elementi che lo compongono sono forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato.

Il comma 1 dell'art. 98- *noviesdecies* prevede che talune disposizioni essenziali in materia di informazioni contrattuali sintetiche, trasparenza, durata e risoluzione dei contratti e cambiamento di fornitore si applicano a tutti gli elementi di un pacchetto, comprese le apparecchiature terminali.

Pertanto, è lo stesso Codice a stabilire che, quando diversi servizi sono forniti nell'ambito dello stesso contratto, alcune tutele dell'utente si applicano a tutti gli elementi dell'offerta.

Il considerato 283 della direttiva europea, inoltre, evidenzia che *I pacchetti comprendenti almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, nonché altri servizi, quali servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero accessibili al pubblico, trasmissione lineare e servizi da macchina a macchina o apparecchiature terminali, sono sempre più diffusi e rappresentano un elemento importante della concorrenza. Ai fini della presente direttiva si dovrebbe considerare di essere in presenza di un pacchetto nelle situazioni in cui gli elementi del pacchetto sono forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato. Se i pacchetti, da un lato, spesso apportano benefici ai consumatori, dall'altro essi possono rendere il cambiamento di fornitore più difficile o costoso e aumentare i rischi di immobilizzazione contrattuale.*

E', altresì, chiarito nello stesso paragrafo che *Talune disposizioni essenziali della presente direttiva in materia di informazioni contrattuali sintetiche, trasparenza, durata e risoluzione dei contratti e cambiamento di fornitore dovrebbero pertanto applicarsi a tutti gli elementi di un pacchetto, compresi le apparecchiature terminali, altri servizi quali il contenuto digitale o i servizi digitali e i servizi di comunicazione elettronica che non rientrano direttamente nell'ambito di applicazione di tali disposizioni.*

Anche la direttiva che istituisce il Codice delle comunicazioni europee è chiara nello stabilire che le tutele in materia di *informazioni contrattuali sintetiche, trasparenza, durata e risoluzione dei contratti e cambiamento di fornitore dovrebbero pertanto applicarsi a tutti gli elementi di un pacchetto.*”

Si riferisce, pertanto, che tutti gli obblighi relativi agli utenti finali previsti dalla citata direttiva in relazione a un servizio di comunicazione elettronica fornito o venduto quale servizio a sé stante, quale

un servizio di accesso a Internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, dovrebbero essere applicabili a tutti gli elementi del relativo pacchetto di servizi di cui fa parte *forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato*.

Altre questioni contrattuali, quali i mezzi di ricorso applicabili in caso di inadempienza del contratto, dovrebbero essere disciplinate dalle norme applicabili al rispettivo elemento del pacchetto, come ad esempio le norme contrattuali per la vendita di beni o per la fornitura di contenuti digitale.

Tuttavia, ***il diritto di risolvere prima della scadenza contrattuale concordata*** qualsiasi elemento di un pacchetto contenente almeno un servizio di accesso a Internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico a causa della mancata conformità o della mancata fornitura dovrebbe ***conferire al consumatore il diritto di risolvere tutti gli elementi del pacchetto***. In aggiunta, al fine di mantenere la loro facoltà di cambiare facilmente fornitore, i consumatori non dovrebbero essere vincolati, a seguito della sottoscrizione di servizi o apparecchiature terminali supplementari forniti o distribuiti dal medesimo operatore, allo stesso da un prolungamento de facto del periodo contrattuale iniziale a meno che l'utente finale abbia convenuto in tal senso in maniera espressa al momento della sottoscrizione di tali elementi accessori.

La disposizione si applica sia ai consumatori che agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che non abbiano espressamente acconsentito a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni.

La *ratio* della norma risiede nel fatto che i pacchetti sono sempre più diffusi e rappresentano un elemento importante della concorrenza. Se i pacchetti, da un lato, spesso apportano benefici ai consumatori, dall'altro essi possono rendere il cambiamento di fornitore più difficile o costoso e aumentare i rischi di immobilizzazione contrattuale. Infatti, come spiegato al punto 283 della Direttiva *“Ove diversi servizi e apparecchiature terminali all'interno di un pacchetto siano soggetti a norme divergenti sulla risoluzione del contratto e sul cambiamento di fornitore o a impegni contrattuali riguardante l'acquisizione di apparecchiature terminali, i consumatori sono effettivamente ostacolati nell'esercizio dei diritti a norma della presente direttiva che consentono loro di passare a offerte della concorrenza per l'intero pacchetto o per parti di esso.”*

Spesso i pacchetti contengono elementi accessori al servizio principale – quali servizi di Cloud, licenze di utilizzo, IoT, security, centralini, telefoni etc. – che vengono forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato. La Direttiva chiarisce che anche questi elementi, qualora inclusi nel pacchetto, soggiacciono alle stesse disposizioni essenziali in materia **di informazioni contrattuali sintetiche, trasparenza, durata e risoluzione dei contratti e cambiamento di fornitore**.

Conformemente a quanto sopra, **l'articolo 98 novies-decies** prevede, ai primi due commi, quanto segue: *“1. Se un pacchetto di servizi o un pacchetto di servizi e apparecchiature terminali offerto a un consumatore comprende almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, si applicano l'articolo 98-quater decies comma 4 (sintesi contrattuale), 98-quindecies comma 1 (trasparenza), 98-septies decies (durata dei contratti e diritto di recesso) e 98-octies decies (passaggio ad altro operatore) a tutti gli elementi del pacchetto, compresi, se del caso quelli non altrimenti contemplati da tali disposizioni.*

2. *Se il consumatore ha il diritto di risolvere qualsiasi elemento del pacchetto di cui al comma 1 prima della scadenza contrattuale concordata per ragioni di mancata conformità al contratto o di mancata fornitura, ha il diritto di risolvere il contratto in relazione a tutti gli elementi del pacchetto”..”...”...*

In conformità con quanto sopra, il comma 1 della bozza di Regolamento prevede che:

*1. Se un pacchetto di servizi o un pacchetto di servizi e apparecchiature terminali offerto a un consumatore comprende almeno un servizio di accesso a Internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, si applicano a tutti gli elementi del pacchetto, le disposizioni inerenti:*

*a. la sintesi contrattuale di cui all’art. 4, comma 5;*

*b. durata del contratto e diritto di recesso, di cui agli art. 5, 6 e 6-bis;*

*c. passaggio ad altro fornitore e portabilità del numero, di cui all’art. 8-bis.*

O.214 **OMISSIS** concorda pienamente con le previsioni previste dal presente articolo. Ciò premesso, il presente articolo, per come attualmente formulato, non chiarisce sufficientemente che, in caso di sottoscrizione di servizi o apparecchiature terminali supplementari in un momento successivo alla sottoscrizione di un contratto di servizi di connettività (e solo in caso di espresso consenso dell’utente), è la durata del contratto a poter essere prolungata, e non altresì il vincolo contrattuale originariamente pattuito. È evidente come, in assenza di tale chiarimento gli operatori potrebbero imporre ai propri utenti, in maniera surrettizia e del tutto indebita, vincoli contrattuali più lunghi di quelli consentiti dall’articolo 98-septies decies del Codice e dall’art. 5, comma 1 del nuovo Regolamento, con un impatto negativo sulla contendibilità del settore, sul livello di trasparenza e pertanto sul benessere dei consumatori. Di seguito riporta una proposta di revisione del comma 3: “La sottoscrizione di servizi o apparecchiature terminali supplementari forniti o distribuiti dal medesimo fornitore di servizi di accesso a Internet o di servizi di comunicazione interpersonale basati sul numero accessibili al pubblico non prolunga la durata originaria del contratto a cui tali servizi o apparecchiature terminali sono aggiunti, salvo qualora il consumatore convenga diversamente, in maniera espressa, al momento della sottoscrizione relativa a servizi o apparecchiature terminali supplementari. Anche in caso di prolungamento della durata originaria del contratto ai sensi del presente comma, non potrà essere prorogato il vincolo contrattuale originariamente pattuito [parte aggiunta]”.

V.135 **AGCOM**. In relazione alla richiesta di chiarire cosa succede in caso di acquisto di terminali o sottoscrizione di servizi in un momento successivo alla sottoscrizione del contratto, si ritiene che l’attuale formulazione del comma 3 vada intesa nel senso che tale evenienza non prolunga la durata originaria del contratto a cui tali servizi sono aggiunti, a meno che l’utente finale non abbia convenuto diversamente.

O.215 **OMISSIS commentano il comma 2**, in quanto, con riferimento alla possibilità di recedere dall’intero pacchetto, resta inteso che per le Scriventi il diritto di recesso per mancata conformità al contratto deve essere accertato e non semplicemente dedotto dall’utente stesso. Gli operatori temono infatti che, così come formulato, l’articolo possa offrire all’utenza ampi margini di arbitrio (nel Regolamento è, infatti, previsto che se il consumatore ha il diritto di risolvere qualsiasi elemento del pacchetto, questi può risolvere il contratto in relazione a tutti gli elementi del pacchetto).

V.136 **AGCOM**. Alcuni rispondenti chiedono di chiarire, in relazione al diritto di recesso di cui al comma 2, che la mancata conformità al contratto sia accertata da un soggetto terzo. A tale proposito si rinvia a quanto chiarito nel paragrafo V.134 oltre che nelle precedenti sezioni in relazione, ad esempio, ai casi di discrepanza continuativa delle prestazioni. Il diritto di recesso senza costi riguarda i casi di modifica unilaterale delle condizioni contrattuali e di mancato rispetto della velocità minima garantita, evenienza che deve essere certificata mediante il software NE.ME.SYS. Pertanto, nessuna modifica appare necessaria al comma in questione.

O.216 **OMISSIS** riferisce che tra le principali novità introdotte dal nuovo quadro giuridico in materia di comunicazioni elettroniche e dal D.Lgs. 8 novembre 2021, n. 207 (di seguito, per brevità, “Codice”), si rinviene la disciplina dei cd. pacchetti. Dalla lettura sistematica complessiva delle diverse disposizioni sia del Codice che della proposta di Regolamento di cui all’Allegato B alla delibera n. 89/23/CONS (di seguito “Schema di Regolamento”) non sussiste alcun dubbio in merito all’inclusione nell’alveo della nozione di “pacchetto” dei soli servizi di comunicazione elettronica.

Esemplificativamente, questo si ricava, secondo la società, sia dalla nozione di “consumatore” di cui all’art. 1, lett. e), dello Schema di Regolamento (laddove si intende per tale “la persona fisica o giuridica che utilizza o chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico per scopi non riferibili all’attività lavorativa, commerciale o professionale svolta”), sia da quella speculare di “operatore” di cui alla lett. f) del medesimo articolo (“ai fini del presente regolamento l’impresa che fornisce servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico [...]”).

Al di là degli inequivocabili elementi testuali (peraltro rinvenibili nel Codice alle lett. r) e ll) dell’art. 1), l’esclusione dei servizi diversi da quelli di comunicazione elettronica dall’ambito della nozione di pacchetto qui in rilievo deriva da ineludibili considerazioni di ordine sistematico. In particolare:

- i) qualora per assurdo si ritenesse che la nozione di pacchetto includa servizi diversi da quelli di comunicazione elettronica, ciò determinerebbe una impropria estensione – in assenza di una norma primaria di riferimento - della disciplina del Codice a servizi esclusi dal suo campo di applicazione;
- ii) una tale inopinata estensione creerebbe poi (eufemisticamente) diversi problemi di coordinamento con le discipline regolamentari settoriali applicabili alla fornitura di altri servizi, diversi da quelli di comunicazione elettronica.

O.217 **OMISSIS** specifica quanto segue:” *si ritiene che la normativa predisposta dall’Autorità non trovi applicazione nel caso in cui l’offerta aggregata sia composta da servizi “telco” (voce, internet) e servizi di diverso genere (quali, energia, gas acqua ovvero servizi OTT quali Cloud, licenze, IoT). Più in generale nella definizione di queste offerte, gli operatori devono poter definire liberamente le ipotesi di recesso/risoluzione con riferimento a tali specifici beni e/o servizi. Il cliente, nel caso aderisca a questa tipologia di offerte, deve essere libero di aderire a un contratto che diversifichi le regole da applicarsi ai prodotti o servizi in esso contenuti, di modo che gli sia consentito di recedere dai servizi abbinati a condizioni anche differenti dai servizi telco. Il discorso è tuttavia trasversale e vale anche qualora l’offerta sia composta da servizi afferenti al settore delle comunicazioni elettroniche ma al momento non regolamentati (es. OTT). Sul punto, OMISSIS chiarisce che la “risoluzione del contratto concordata per ragioni di mancata conformità al contratto o di mancata fornitura” è applicata al servizio/bene erogato e che, nel caso in cui il cliente continui*

*a beneficiare di beni o servizi non impattati dalla mancata conformità/fornitura, vigono le regole vigenti. Pertanto, la relativa osservazione nel documento inviato durante la consultazione viene integrata come sopra”.*

V.137 **AGCOM**. Il comma 1 dell’articolo 98 novies decies prevede che: *“1. Se un pacchetto di servizi o un pacchetto di servizi e apparecchiature terminali offerto a un consumatore comprende almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, si applicano l’articolo 98-quater decies comma 4, 98-quindecies comma 1, 98-septies decies e 98-octies decies a tutti gli elementi del pacchetto, compresi, se del caso quelli non altrimenti contemplati da tali disposizioni”..”...”...*

Nel caso sottoposto dai su citati rispondenti l’utente fruisce di un *servizio integrato* composto da servizi di comunicazione elettroniche, e se del caso relativi servizi accessori e terminali necessari per la loro fruizione, e servizi di diversa natura quali energia, gas, ecc.

Il contratto sarà, in generale, costituito da diversi documenti quali, a titolo meramente esemplificativo:

- a) la Proposta di Contratto;
- b) Condizioni Generali e Particolari di Contratto;
- c) Offerta Economica;
- d) ecc.....

Le condizioni generali di Contratto, in tali casi, regolano il rapporto contrattuale fra l’operatore, nella sua accezione generale, che li fornisce (per l’appunto in modalità integrata) e l’utente e hanno per oggetto le norme che disciplinano la fornitura da parte del fornitore dei servizi richiesti dall’utente aderendo **all’offerta commerciale abbinata**, secondo le caratteristiche tecniche, le modalità e le opzioni indicate nei documenti contrattuali.

Pertanto, alle condizioni generali di contratto, che hanno valenza trasversale sui diversi servizi forniti, si aggiungono le **condizioni particolari** che riguardano gli specifici servizi conformemente alla regolamentazione e normativa di settore.

L’elemento distintivo, ai sensi del Codice, di un pacchetto è che lo stesso includa *almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico*.

Inoltre, il considerata 283 della Direttiva chiarisce che *“Altre questioni contrattuali, quali i mezzi di ricorso applicabili in caso di inadempienza del contratto, dovrebbero essere disciplinate dalle norme applicabili al rispettivo elemento del pacchetto, come ad esempio le norme contrattuali per la vendita di beni o per la fornitura di contenuto digitale”..”...”...*

Pertanto, il consumatore, nell’ambito di un pacchetto di servizi nei termini di cui sopra, deve veder garantire dal fornitore le tutele contrattuali relative al recesso, durata, trasparenza, portabilità del numero indipendente dal fatto che il servizio telefonico o di connettività sia offerto in un unico contratto con altri servizi, incluso l’energia.

Resta ferma, per gli elementi del pacchetto diversi dal servizio di comunicazioni elettroniche, il rispetto della normativa e regolamentazione settoriale.

Ne consegue, in conclusione, che l'estensione delle tutele normative e regolamentari ai servizi/terminali accessori ai servizi di comunicazioni elettroniche non può intendersi anche con riferimento ad altri servizi, quali acqua, energia, che rispondono a diversa normativa settoriale. Pertanto, la nozione di pacchetto, ai sensi del Codice, va intesa solo con riferimento ai primi e, cioè, ai servizi di comunicazione elettronica e ai relativi servizi e terminali accessori che sono inclusi nel contratto attraverso le condizioni generali e particolari.

Una diversa lettura creerebbe una disparità di trattamento tra utenti e una distorsione dell'assetto concorrenziale.

O.218 **OMISSIS** rinvia, per le modalità di una deroga espressa, a quanto chiarito in commento agli articoli 4 e 5.

O.219 **OMISSIS** fa riferimento al passaggio del testo in consultazione in cui l'Autorità chiede, nell'ambito di un pacchetto e in relazione a quanto previsto nel CCE con particolare riferimento all'elenco degli obblighi di informazione di cui all'All. 8 del CCE, di specificare "*per i pacchetti di servizi e i pacchetti che comprendono servizi e apparecchiature terminali, il prezzo dei singoli elementi del pacchetto, nella misura in cui sono commercializzati anche separatamente*". **OMISSIS** riferisce che, a suo avviso, tale disposizione si applica solo nel caso in cui i beni e i servizi vengano venduti attraverso diversi contratti connessi e collegati. Tale disposizione non trova applicazione, invece, nel caso in cui più servizi o prodotti vengano venduti con un unico contratto, ove il prezzo sia unitario, non essendo tecnicamente corretto scindere il prezzo di un bundle nelle sue singole componenti implicite (i.e., le singole componenti non hanno un prezzo c.d. "*stand alone*").

V.138 **AGCOM**. Un rispondente ritiene che la misura sopra riportata in corsivo debba limitarsi ai casi in cui i singoli servizi sono venduti anche separatamente. D'altra parte, il passaggio richiamato dal rispondente, ripreso dall'All. 8 del CCE, "*per i pacchetti di servizi e i pacchetti che comprendono servizi e apparecchiature terminali, il prezzo dei singoli elementi del pacchetto, nella misura in cui sono commercializzati anche separatamente*", conferma che il prezzo dei singoli elementi del pacchetto debba essere specificato nei contratti nel caso in cui questi siano commercializzati separatamente.

O.220 Più nello specifico, **OMISSIS** riferisce che l'art. 98-noviesdecies del CCE introduce disposizioni specifiche in tema di pacchetti comprendenti almeno un servizio di comunicazione elettronica. Oggetto della disposizione sono i pacchetti in cui gli elementi che lo compongono sono forniti o venduti dallo stesso fornitore, nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato. Il comma 1 dell'art. 98-noviesdecies prevede che talune disposizioni essenziali in materia di informazioni contrattuali sintetiche, trasparenza, cambiamento di fornitore, durata e risoluzione dei contratti si applicano a tutti gli elementi di un pacchetto, comprese le apparecchiature terminali.

Inoltre, il CCE prevede che, se il consumatore ha il diritto di risolvere qualsiasi elemento del pacchetto prima della scadenza contrattuale concordata per ragioni di mancata conformità al contratto o di mancata fornitura, ha il diritto di risolvere il contratto in relazione a tutti gli elementi del pacchetto.

La società ritiene evidente che le disposizioni richiamate troveranno applicazione solo se compatibili in relazione all'elemento del pacchetto, per cui, ad esempio, le disposizioni sul passaggio ad altro fornitore e portabilità del numero saranno applicabili solo per i servizi di rete fissa e mobile.

V.139 **AGCOM**. L'Autorità ritiene condivisibile l'osservazione di un rispondente laddove precisa che, in caso di pacchetto, le specifiche disposizioni sulla portabilità e passaggio ad altro operatore si applicano ai servizi telefonici e connettività.

O.221 Secondo **OMISSIS** al contempo le norme contrattuali per la vendita di beni trovano la loro disciplina in primis nel codice civile. In tal senso, non sarà certamente possibile recedere da un contratto di vendita già perfezionato ed il cliente sarà comunque tenuto al pagamento delle eventuali rate residue. Ad analoga conclusione si giunge nel caso di un servizio già fruito, il cui pagamento sia stato convenuto in forma rateale.

**OMISSIS** ritiene che l'introduzione delle disposizioni sui pacchetti ponga diversi dubbi interpretativi, perché non esiste una definizione giuridica di pacchetto, né a livello nazionale, né a livello europeo. Una definizione si può desumere solo dagli orientamenti giurisprudenziali e di dottrina forniti nell'ambito del diritto della concorrenza. Sicuramente costituisce un pacchetto l'offerta di più servizi per cui è previsto un unico prezzo e le prestazioni sono fornite dallo stesso operatore. In questo caso, però, non è certamente possibile recedere da uno solo degli elementi del pacchetto: con la cessazione dell'offerta vengono meno tutte le prestazioni previste dal contratto ed il cliente sarà tenuto solo al pagamento delle eventuali rate residue di prodotti e/o servizi.

V.140 **AGCOM**. Ritiene condivisibile la precisazione di un rispondente secondo cui, se nell'ambito del pacchetto il terminale è stato acquistato a rate, in caso di recesso dagli altri servizi resta l'obbligo contrattuale di versare le rate residue. Come precisato, infatti, la regolamentazione sui pacchetti mantiene ferme le applicabili norme settoriali, ma anche, in generale, quelle del Codice civile.

O.222 **OMISSIS** ritiene che, allo stesso modo, andrebbe ulteriormente precisato il valore costitutivo della fattispecie dell'identità del fornitore di tutti gli elementi del pacchetto. A parere della Scrivente, infatti, non si può considerare rientrante nella definizione di pacchetto l'offerta congiunta da parte di più fornitori di diversi servizi/prodotti, secondo le logiche proprie delle iniziative di co-marketing (o partnership commerciali), che sempre più caratterizzano i modelli di business degli operatori.

V.141 **AGCOM**. Un rispondente chiede di chiarire se l'offerta congiunta da parte di più fornitori di diversi servizi/prodotti, secondo le logiche proprie delle iniziative di co-marketing (o partnership commerciali), costituisca un pacchetto. L'Autorità ritiene che l'elemento distintivo sia, come previsto nella definizione proposta, la presenza di un unico fornitore e un contratto unico o contratti collegati afferenti al contesto delle comunicazioni elettroniche e servizi/terminali accessori, come indicato nella definizione

*l) pacchetto: vendita di due o più servizi e prodotti comprendenti almeno un servizio di accesso a internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico, nonché altri servizi, quali servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero accessibili al pubblico, trasmissione lineare e servizi da macchina a macchina o apparecchiature terminali, contenuti digitali o servizi digitali, forniti o venduti dallo stesso fornitore nel quadro dello stesso contratto o di un contratto strettamente connesso o collegato;*

Il caso di servizi integrati, che includono servizi afferenti ad altri settori, è stato in precedenza chiarito che non costituisce un pacchetto ma un'abbinata.

O.223 Secondo **OMISSIS**, altro elemento rilevante nella definizione della fattispecie, è la necessità del requisito con cui si prevede che la sottoscrizione di un pacchetto avvenga solo ed

esclusivamente contestualmente per tutti i servizi/prodotti in esso compresi. In tal senso, non costituirebbero un pacchetto servizi/prodotti che, quand'anche forniti dal medesimo operatore, possono essere acquistati opzionalmente dal cliente in qualunque momento del ciclo di vita del contratto.

V.142 **AGCOM**. Un rispondente chiede di chiarire se costituisca un pacchetto il caso in cui i servizi o prodotti siano acquistati nel ciclo di vita del contratto.

A tale riguardo si fa rilevare che la definizione proposta, in conformità con il comma 1 dell'articolo 98 novies decies del Codice, non prevede il requisito della contestualità. Ciò che rileva è la presenza di un unico vincolo contrattuale o di contratti collegati.

O.224 Secondo **OMISSIS**, in definitiva, la complessità della fattispecie in parola, di cui le casistiche sopra illustrate non rappresentano altro che una minima parte, porta necessariamente a concludere che l'accertamento di un pacchetto vada comunque effettuato di volta in volta, in base alle specifiche condizioni di ogni singola offerta. Alla luce delle considerazioni sopra esposte, la Scrivente auspica che l'Autorità voglia precisare nel senso indicato i termini costitutivi della fattispecie, dando anche conto della necessità di valutare caso per caso ogni iniziativa economica per verificare se ricorrano i presupposti per l'applicazione dell'art. 98-noviesdecies.

## **XII. CONTRATTI CON PREVISIONE DI ADEGUAMENTO ALL'INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO (ART. 8-QUATER)**

### *Considerazioni di carattere generale*

O.225 **OMISSIS** alcune associazioni di consumatori ritengono opportuno puntualizzare alcuni aspetti di ordine generale sul tema dell'indicizzazione dei contratti. Ritengono in particolare opportuno evidenziare che gli aumenti in questione trovano origine dalla fase fortemente critica che l'intero settore delle Telecomunicazioni, e in particolare gli operatori TLC, stanno attraversando: la progressiva corsa al ribasso dei prezzi delle offerte, che le Associazioni Consumatori da anni segnalano come fuorviante logica di mercato, ha portato nel tempo ad una crisi di sistema ormai conclamata e con impatti su tutti i soggetti, dai consumatori ai lavoratori passando per le aziende.

In questa sede, trattandosi di consultazione su una specifica materia, non è certamente opportuno affrontare tematiche di ampio respiro ma allo stesso modo si ritiene necessario mettere in luce l'urgenza di interventi strutturali e coordinati, quali quelli richiesti dalle scriventi Associazioni con specifiche comunicazioni indirizzate all'Autorità, all'AGCM ed allo stesso MIMIT per avviare un confronto complessivo che anche in questa sede ribadiscono come prioritario ed improcrastinabile.

Si ribadisce la necessità di aprire una discussione che coinvolga le Autorità pubbliche e le Autorità di settore e regolatorie. A tale proposito auspicano che AGCOM promuova iniziative allargate, avviando un Tavolo di settore con i soggetti coinvolti al fine di dare risposte ai milioni di cittadini impattati non solo dai singoli provvedimenti ma anche dalle politiche generali di questo settore. Non è più possibile ignorare, infatti, che l'intero settore delle telecomunicazioni è ormai fondamentale nella quotidianità di tutti i cittadini e che la tutela dei diritti della persona passa sempre di più attraverso la difesa del diritto alla digitalizzazione quale diritto universale.

### ***1-Osservazioni sui commi 1-5***

*1. La proposta di modifica, da parte dell'operatore, delle condizioni contrattuali al fine di prevedere un adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo, in caso di contratti che non prevedono già tale meccanismo, può essere attuata solo dopo esplicita accettazione, in forma scritta, da parte dell'utente finale. In caso di non accettazione della modifica contrattuale da parte dell'utente restano in vigore le condizioni contrattuali già previste.*

*2. Per i contratti con previsione di adeguamento all'indice dei prezzi al consumo a cui l'utente finale ha aderito, se e solo se la successiva modifica delle tariffe, connesse alla prestazione di servizi di comunicazione elettronica, è dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, questa non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali ai sensi dell'articolo 6 comma 2.*

*3. Ai fini di cui al comma 2, le condizioni contrattuali prevedono che l'operatore ha il diritto di incrementare le tariffe in misura corrispondente all'aumento dell'indice annuale dei prezzi al consumo ed è, al contempo, obbligato a ripercuotere le riduzioni di tale indice, diminuendo le tariffe in misura corrispondente alla riduzione. L'operatore informa i clienti per iscritto di tali adeguamenti.*

*4. I contratti di cui al comma 2 non possono prevedere alcun correttivo rispetto all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico, incluso l'applicazione di soglie rispetto all'indice o mark up aggiunti nel corso del periodo contrattuale.*

*5. L'applicazione dell'adeguamento di cui al comma 3 non può avvenire, in prima applicazione, prima di 12 mesi dall'adesione contrattuale.*

**O.226 OMISSIS** chiede l'eliminazione dell'art. 8-quarter per le ragioni che seguono:

- i. ai sensi e per effetti dell'articolo 101.1 della Direttiva (Livello di armonizzazione), è fatto divieto di introdurre disposizioni più rigorose rispetto a quelle previste dalla Direttiva stessa. Ritiene indubbio che il proposto art. 8-quarter introduca delle forti limitazioni alla clausola di variazione delle tariffe ed alle modifiche contrattuali unilaterali che possono essere introdotte ai sensi dell'art. 98-septies decies (Durata dei contratti e diritto di recesso) comma 5 del Codice.
- ii. il comma 1 dell'art. 8-quarter limiterebbe in maniera arbitraria la facoltà di introdurre modifiche contrattuali. Come noto, questa facoltà, sancita dall'art. 105.4 della Direttiva, ha invece ampi confini per quanto riguarda il contenuto delle modifiche contrattuali che possono essere introdotte. Ha, di contro, forti ripercussioni perché concede, di norma, il diritto al cliente di recedere dal contratto senza alcun costo. L'Autorità con la proposta di cui all'art. 8-quarter starebbe sbilanciando ingiustificatamente la previsione europea ed introducendo misure più rigorose rispetto a quelle europee.
- iii. il comma 2 dell'art. 8-quarter limita la clausola di variazione delle tariffe: la sola clausola di meccanismo d'indicizzazione che, se applicata non costituirebbe una modifica contrattuale ex art. 105.4 della Direttiva, sarebbe quella basata sull'ISTAT.

Ritiene, invece, che la decisione della Corte Europea C-326/14 richiamata dall’Autorità, dista da imporre limitazioni alle clausole contrattuali che disciplinano le variazioni tariffarie. Ritiene che il Giudice europeo si sia limitato a quanto segue:

- a) una ricognizione circa la chiarezza, la precisione e l’accessibilità al pubblico del meccanismo presente nelle condizioni contrattuali definite dall’operatore austriaco ed
- b) un accertamento del fatto che l’applicazione di una simile clausola non può essere ritenuta una modifica unilaterale delle condizioni pattuite.

Nulla esclude, pertanto, che altri meccanismi di adeguamento possano rispettare lo stesso standard richiesto dal giudice europeo e come tali, se applicati, non costituiscono un caso di modifica unilaterale delle condizioni contrattuali.

Come noto, il mercato al dettaglio dei servizi di comunicazione elettronica è da diversi anni caratterizzato dall’assenza di obblighi ex-ante, grazie al livello di competizione che sia la Commissione Europea sia l’Autorità hanno riscontrato. Ciò esclude, di conseguenza, l’imposizione ai fornitori di comunicazione elettronica di specifici obblighi di controllo dei prezzi applicati. Ne deriva che eventuali limitazioni e divieti in capo ai fornitori di definire liberamente le tariffe dei servizi erogati, sarebbero prive di giustificazioni e pertanto illegittime. Nel caso austriaco, infatti, è stato il proprio operatore a declinare la clausola di adeguamento delle tariffe, decidendo in piena autonomia di applicarla sia al caso di aumento dell’indice sia al caso di riduzione e di non aggiungere alcun mark up all’indice riscontrato.

In subordine, qualora l’Autorità confermi la sua proposta d’introdurre questa disciplina, la società chiede di limitare la sua applicazione soggettiva ai consumatori.

Ciò risulta essere coerente con la pronuncia n. 8024/2019 del Consiglio di Stato al quale non è sfuggito che siano solo i casi di forte asimmetria tra i contraenti, ovvero i rapporti contrattuali con i consumatori, quelli che richiedono di tutele rafforzate. I clienti business, che negoziano le condizioni applicabili ai servizi erogati, resterebbero pertanto esclusi dall’ambito soggettivo di applicazione di questa specifica previsione.

L’operatore chiede di chiarire se tale articolo si applichi agli utenti finali oppure ai consumatori (il comma 1 sembrerebbe applicarsi agli utenti finali mentre il comma 9 ai consumatori), posto che appare difficile comprendere come in un contesto di libero mercato e di libertà tariffaria tali norme sulla indicizzazione possano applicarsi anche agli utenti business; ritiene, in linea generale, che nel mercato delle comunicazioni non sia possibile proporre dei cap alle tariffe, anche perché per la tutela delle famiglie e, in generale, dei consumatori soccorre la disciplina del servizio universale.

O.227 **OMISSIS** è favorevole all’introduzione di una disciplina regolamentare in tema di indicizzazione in quanto, da un lato, garantirebbe un’adeguata tutela degli utenti soprattutto (ma non solo) sotto il profilo informativo e, dall’altro, consentirebbe agli operatori di fare fronte all’attuale situazione che vede l’inflazione crescere. Ciò premesso, ritiene opportuno svolgere alcune considerazioni sul testo della disposizione proposta.

In primo luogo, commenta il **comma 1** dell’art. 8-quater secondo il quale, in caso di contratti che non prevedono il meccanismo di indicizzazione, la “esplicita accettazione in forma scritta da parte

dell'utente finale" dell'adeguamento periodico delle condizioni economiche costituirebbe una *conditio sine qua non* affinché la modifica possa divenire efficace tra le parti.

A tal proposito, **OMISSIS** non ritiene che una simile modifica possa configurarsi - così come indicato dall'Autorità al paragrafo 50 della delibera in questione - come una novazione del preesistente rapporto contrattuale che, come è noto, sussiste nel caso di estinzione del rapporto di obbligazione tra le parti con conseguente nascita di uno nuovo, rispetto al precedente, mutato nel titolo o nell'oggetto; ipotesi che non sussisterebbe nella fattispecie in questione.

Ritiene, invece, corretto e in linea con il quadro legislativo vigente europeo e nazionale configurare la fattispecie in questione come *jus variandi* che tutela l'utente consentendogli di sciogliere il contratto senza sostenere alcun costo, in caso di modifica unilaterale del contratto.

L'istituto dello *ius variandi* disciplinato dal vigente Codice delle comunicazioni elettroniche (articolo 98-septies decies, comma 5) va, infatti, letto ed interpretato anche alla luce della Direttiva UE 2018/1972, istitutiva del Codice delle comunicazioni elettroniche, che ne chiarisce meglio la *ratio* stabilendo che "Qualsiasi cambiamento non favorevole all'utente finale delle condizioni contrattuali proposte dai fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero, ad esempio in relazione a oneri, tariffe, limitazioni del volume di dati, velocità dei dati, copertura o trattamento dei dati personali, dovrebbe conferire all'utente finale il diritto di risolvere il contratto senza dover sostenere alcun costo, anche se tale cambiamento è associato ad alcuni benefici." (Considerando n. 275).

Alla luce di quanto sopra espresso, ritiene pertanto che la fattispecie in questione possa essere ricompresa esclusivamente nell'istituto dello *jus variandi* e, al contrario, in alcun modo essere considerata un *quid novi* rispetto al contratto originario, trattandosi di una modifica unilaterale del contratto in relazione a "oneri, tariffe" (eventualmente) "non favorevole all'utente", così come espresso nel Considerando della Direttiva appena sopra richiamato; tale modifica, tra l'altro, potrebbe anche apportare un vantaggio economico all'utente nel tempo (e dunque non essere considerata necessariamente sfavorevole per quest'ultimo) atteso che l'operatore sarebbe comunque obbligato, nel caso di riduzione dell'indice all'inflazione, a diminuire "le tariffe in misura corrispondente alla riduzione" (comma 3 dell'art. 8 quater proposto), il tutto a vantaggio del cliente stesso. Invita, pertanto, l'Autorità ad apportare le modifiche necessarie al comma 1 dell'articolo in questione.

O.228 **OMISSIS** evidenzia che con l'articolo 8-quater dello schema di provvedimento posto in consultazione l'Autorità introduce una serie di misure con l'obiettivo di definire un quadro regolamentare chiaro, applicabile in maniera uniforme da tutto il mercato, per disciplinare una fattispecie nuova ma ad oggi già attuata da diversi Operatori, ossia la possibilità di prevedere nei contratti, anche quelli già in essere con la *customer base*, clausole di indicizzazione del canone a parametri che tengono conto dell'andamento dell'inflazione. **L'operatore condivide la proposta dell'Autorità di definire un quadro regolamentare chiaro ed uniforme**, fornendo indicazioni univoche in relazione alle modalità tramite le quali gli Operatori possano attuare un adeguamento del canone mensile delle proprie offerte all'indice dei prezzi al consumo. Ritiene innanzitutto che un intervento dell'Autorità su tale tema sia necessario ed urgente, alla luce delle manovre già attuate da diversi mesi da alcuni Operatori, al fine di chiarire quali possano essere le modalità corrette per procedere ad un adeguamento periodico del canone mensile dei nuovi contratti e soprattutto di quelli già in essere, al fine di individuare condotte poco trasparenti degli Operatori e tutelare gli utenti finali,

se del caso chiarendo quale debba essere la sorte dei contratti che, all'atto dell'entrata in vigore della delibera finale, contengano clausole difformi.

O.229 **OMISSIS** commenta il **comma 1** dell'articolo 8-quater, che disciplina il caso in cui la proposta di introdurre un meccanismo di indicizzazione riguardi la clientela già acquisita in regime di condizioni generali di contratto che, all'atto della stipula, non includono la previsione di tale meccanismo: la disposizione in esame prevede l'esplicita accettazione in forma scritta da parte dell'utente finale quale *conditio sine qua non* affinché la modifica possa produrre effetto, per cui in sua assenza resterebbero valide le condizioni contrattuali previgenti.

Non ritiene condivisibili le considerazioni che portano il regolatore a una simile decisione per le ragioni di seguito esposte. La fattispecie del c.d. *ius variandi* è chiaramente disciplinata dal Codice (comma 5 dell'articolo 98-septies decies) che, mutuando quanto disposto dal comma 4 del corrispondente articolo 105 della direttiva UE 2018/1972, riconosce all'utente il diritto di recedere senza incorrere in penali o costi qualora gli venga comunicata la modifica delle condizioni contrattuali, salvo casi ben circoscritti (esclusivo vantaggio del cliente, modifiche amministrative ecc).

Tale norma va letta alla luce del considerando 275 della succitata Direttiva che, chiarendone meglio la ratio, recita: “*Qualsiasi cambiamento non favorevole all'utente finale delle condizioni contrattuali proposte dai fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero, ad esempio in relazione a oneri, tariffe, limitazioni del volume di dati, velocità dei dati, copertura o trattamento dei dati personali, dovrebbe conferire all'utente finale il diritto di risolvere il contratto senza dover sostenere alcun costo, anche se tale cambiamento è associato ad alcuni benefici.*”

La finalità è secondo il rispondente chiara e consiste nel conferire al cliente finale il diritto di risolvere il contratto senza sostenere costi, qualora gli venga proposta una modifica delle condizioni contrattuali non favorevole allo stesso, in modo da tutelarlo da modifiche arbitrarie o vessatorie. Va da sé che anche la modifica delle condizioni economiche, nelle sue varie declinazioni, rientra in questa fattispecie e il riferimento a “oneri e tariffe” del considerando appena citato ne sarebbe la dimostrazione palese.

Il rispondente non vede ragione perché la modifica collegata all'introduzione di meccanismi di adeguamento all'inflazione non possa essere ricondotta alla medesima disciplina e debba sfuggire alle regole dello *ius variandi*: si sarebbe, infatti, anche in questo caso di fronte a una proposta di cambiamento non favorevole “in relazione a oneri, tariffe”, come delineato dalla Direttiva succitata e, quindi, dal Codice, che della prima è emanazione.

Non ritiene pertanto condivisibile l'orientamento espresso nella delibera secondo cui (cfr. sub 3.12, pag. 45) le modifiche unilaterali che andassero ad introdurre un meccanismo di indicizzazione non previsto nel contratto non riguarderebbero la variazione di condizioni già contemplate nel contratto, ma rappresenterebbero un *quid novi* rispetto al contratto originario e, pertanto, richiederebbero un'accettazione espressa.

Né convince, secondo il rispondente, il richiamo a una (sola) pronuncia del Consiglio di Stato (n. 8024/2019) per giustificare l'inapplicabilità al caso di specie dello *ius variandi* e la (presunta) necessità di un'accettazione espressa: osserva a tal proposito che il quadro di riferimento, ai fini

dell'adozione delle misure attuative del Codice, deve essere *in primis* quello normativo; per contro, ancorare un'eccezione all'istituto dello *ius variandi*, così ben delineato dall'impianto normativo esistente, a una (sola) sentenza del giudice amministrativo risulta una motivazione troppo debole; ritiene invece che l'eventuale imposizione di limiti all'applicazione dello *ius variandi*, ulteriori rispetto al diritto di recesso senza costi, debba trovare una più stringente e robusta motivazione.

Il rispondente richiama un'altra sentenza (n. 1529/2020) del Consiglio di Stato relativa ai limiti applicabili allo *ius variandi*. Nel caso di specie il Giudice amministrativo era stato chiamato a pronunciarsi sulla legittimità della disposizione contenuta nell'art. 6, comma 1 del Regolamento ex delibera 519/15/CONS secondo cui "Gli operatori modificano le condizioni contrattuali solo nelle ipotesi e nei limiti previsti dalla legge o dal contratto medesimo, ovvero quando tali modifiche siano esclusivamente a vantaggio dell'utente."; tale previsione era stata ritenuta illegittima dal Giudice di prime cure, ma l'appello interposto dall'Autorità Garante ha portato il Consiglio di Stato a giungere ad un esito opposto<sup>19</sup>.

Nello specifico nel procedimento suddetto il Consiglio di Stato era stato chiamato a stabilire se, oltre alle disposizioni contenute nel comma 4 dell'articolo 70 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259<sup>20</sup> - omologo dell'attuale comma 5 dell'articolo 98-septies decies del nuovo ECC - esistessero nell'ordinamento altre norme che prevedessero ulteriori limiti all'esercizio dello *ius variandi* idonei a consentire al consumatore di conservare il rapporto contrattuale e, in particolare, accertare se fosse applicabile l'art. 33, comma 2, lett. m, del Codice del consumo che condiziona l'esercizio dello *ius variandi* alla sussistenza di un giustificato motivo.

Al termine del suo percorso argomentativo il Giudice arriva alla conclusione che un limite legale allo *ius variandi* è desumibile dal principio generale di buona fede e che, in forza di tale principio, l'operatore, nella fase di esercizio del diritto di modifica del rapporto contrattuale, è obbligato ad indicare le ragioni oggettive - connesse, normalmente, alla gestione di sopravvenienze rilevanti - che giustificano lo *ius variandi*. Alla luce di questo, il rispondente ritiene che, se proprio si vuole individuare un limite all'applicabilità del potere di modifica unilaterale in capo all'operatore, è molto più ragionevole rinvenirlo nell'obiettività delle ragioni a supporto della modifica, nella misura in cui tale limite trova riscontro e fondamento in una norma dell'ordinamento (Codice del consumo). Non sarebbe peraltro difficile trovare giustificazioni più che plausibili all'eventuale introduzione di un meccanismo di indicizzazione, dato il noto contesto di generale aumento dei prezzi e la crisi che sta attraversando il comparto delle TLC.

Per quanto sopra esposto, ritiene necessario e richiede una riformulazione del Regolamento in consultazione, affinché, al caso di modifica delle condizioni generali di contratto nei confronti della clientela già acquisita che preveda l'introduzione di un meccanismo di indicizzazione, si applichi l'istituto dello *ius variandi*, così come disciplinato nell'attuale ordinamento, senza che sia richiesta la formale accettazione da parte dell'interessato.

---

<sup>19</sup> L'Autorità appellante sosteneva che la sentenza impugnata fosse erronea laddove riteneva che il potere regolamentare esercitato fosse privo di base legale, adducendo l'applicabilità del Codice del consumo - il quale condiziona l'esercizio dello *ius variandi* all'esistenza di un "giustificato motivo" - alla fattispecie in questione.

<sup>20</sup> Detto articolo dispone che i) «il contraente, qualora non accetti le modifiche delle condizioni contrattuali da parte delle imprese che forniscono reti o servizi di comunicazione elettronica, ha diritto di recedere dal contratto senza penali né costi di disattivazione; ii) le modifiche sono comunicate al contraente con adeguato preavviso, non inferiore a trenta giorni, e contengono le informazioni complete circa l'esercizio del diritto di recesso.

O.230 **OMISSIS** evidenzia che l'andamento inflattivo che ha colpito l'Europa in questi ultimi 12 mesi ha posto tutti gli operatori in una situazione di estrema incertezza e criticità. In tale arco temporale **OMISSIS** ha rappresentato in più occasioni all'Autorità la necessità che si dessero chiare inequivocabili indicazioni sia al mercato che ai consumatori finali su come tener conto di tali andamenti. A tal fine accoglie con favore l'orientamento dell'Autorità volto a dare trasparenza al mercato in modo da non arrecare vantaggio competitivo ovvero incertezza per i clienti finali

**In tal senso la previsione in base alla quale gli operatori sono legittimati ad inserire nei contratti con i consumatori clausole che prevedano meccanismi di indicizzazione dei prezzi sulla base di indici oggettivi e definiti da istituti pubblici garantisce piena trasparenza e certezza** circa i presupposti e i meccanismi di variabilità (in positivo o in negativo) dei prezzi e consente ai consumatori di valutare nel tempo l'effettiva convenienza dell'offerta.

**Ritiene inoltre corretta e condivisibile la scelta dell'Autorità di prevedere l'applicazione di queste clausole ai contratti già in essere che non contenevano meccanismi di adeguamento automatico all'inflazione solo con espresso ed esplicito consenso dei clienti.** Tale soluzione appare in linea con il costante indirizzo recentemente sancito anche dal Consiglio di Stato in tema di novazione dei contratti e modifiche unilaterali.

L'introduzione di una clausola di questo tipo, infatti, sembra assumere i contorni di una modifica radicale dei contratti che è incompatibile con lo *ius variandi* e che quindi necessita di un nuovo e rinnovato consenso contrattuale dei consumatori.

V.143 **AGCOM**. Un rispondente chiede di eliminare l'articolo 8-quater in quanto, con il comma 1, andrebbe ad:

- i. imporre disposizioni più rigorose rispetto a quelle previste dalla Direttiva stessa,
- ii. introdurre delle limitazioni alla clausola di variazione delle tariffe ed alle modifiche contrattuali unilaterali che possono essere introdotte dall'operatore ai sensi dell'art. 98-septies decies (Durata dei contratti e diritto di recesso) comma 5 del Codice,
- iii. concedere, di norma, il diritto al cliente di recedere dal contratto senza alcun costo,

Il rispondente chiede, in subordine, di applicare l'articolo in questione ai soli consumatori.

Un altro rispondente ritiene che la fattispecie in questione possa essere ricompresa esclusivamente nell'istituto dello *jus variandi* e, al contrario, in alcun modo essere considerata un *quid novi* rispetto al contratto originario, trattandosi di una modifica unilaterale del contratto in relazione a “oneri, tariffe” (eventualmente) “non favorevole all'utente”, così come espresso nel Considerando 275 della Direttiva. Il richiamo alla pronuncia del Consiglio di Stato (n. 8024/2019) per giustificare l'inapplicabilità al caso di specie dello *ius variandi* non sarebbe sufficiente. Lo stesso propone di far riferimento alla sentenza (n. 1529/2020) del Consiglio di Stato relativa ai limiti applicabili allo *ius variandi* in cui il Giudice arriva alla conclusione che un limite legale a tale istituto è desumibile dal principio generale di buona fede e che, in forza di tale principio, l'operatore, nella fase di esercizio del diritto di modifica del rapporto contrattuale, è obbligato ad indicare le ragioni oggettive – connesse, normalmente, alla gestione di sopravvenienze rilevanti – che giustificano lo *ius variandi*.

A tale proposito l'Autorità osserva quanto segue.

Nel paragrafo 48 della delibera n. 89/23/CONS l'Autorità ha richiamato il contenuto della pronuncia della Corte (Quarta Sezione) laddove, in conclusione, ha dichiarato che:

*“L'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva 2002/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (direttiva servizio universale), come modificata dalla direttiva 2009/136/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2009, deve essere interpretato nel senso che una modifica delle tariffe di una prestazione di servizi relativi alle reti o di servizi di comunicazione elettronica, derivante dall'applicazione di una clausola di adeguamento delle tariffe contenuta nelle condizioni generali di contratto applicate da un'impresa che fornisce tali servizi, clausola che prevede un tale adeguamento in base a un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, non costituisce una «modifica delle condizioni contrattuali» che, ai sensi di tale disposizione, conferisce all'abbonato il diritto di recedere dal contratto senza penali.”.*

Nel paragrafo 49 l'Autorità ha calato la decisione della Corte di giustizia nel quadro normativo di cui al nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche, analizzandone la portata.

L'Autorità ha, in particolare, evidenziato che, gli Obblighi di informazione applicabili ai contratti sono definiti, nel quadro normativo vigente, all'art. 98-quater decies del Codice, di cui si è ampiamente discusso nelle sezioni precedenti.

Si è poi ampiamente discusso degli obblighi di cui all'art. 98-septies decies inerenti alla durata dei contratti e diritto di recesso anche nel caso di offerte di pacchetti (art.98-novies decies).

Le misure relative alla trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni sono definite all'art. 98-quindecies (ex art. 103 eccc – art. 71 del Codice 2003).

In base al comma 1 del succitato articolo *“Qualora i fornitori di servizi di accesso a internet o di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico assoggettino la fornitura di tali servizi a termini e condizioni, l'Autorità provvede affinché le informazioni di cui all'allegato 9 siano pubblicate da tutti i fornitori in questione o dalla stessa Autorità, in forma chiara, esaustiva, idonea alla lettura automatica e in un formato accessibile per i consumatori con disabilità, conformemente al diritto dell'Unione che armonizza i requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi. Tali informazioni sono costantemente aggiornate. L'Autorità può precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui tali informazioni devono essere pubblicate”.*

Tra le informazioni da pubblicare di cui all'Allegato 9 rientrano:

*“2.2. Le tariffe del servizio offerto, incluse informazioni sui volumi delle comunicazioni (quali le restrizioni all'uso dei dati, il numero dei minuti di chiamata, il numero di messaggi) di piani tariffari specifici e sulle tariffe applicabili per le unità aggiuntive di comunicazione, sui numeri o i servizi soggetti a particolari condizioni tariffarie, sul costo dell'accesso e della manutenzione, sui costi di utenza, le formule tariffarie speciali e destinate a categorie di utenti specifiche ed eventuali costi supplementari, nonché sui costi relativi alle apparecchiature terminali.*

*2.4. Condizioni contrattuali generali, comprese quelle relative alla durata del contratto, alle commissioni per la cessazione anticipata del contratto, a diritti relativi alla cessazione delle offerte a pacchetto o ai relativi elementi e alle procedure e costi diretti legati alla portabilità dei numeri e di altri identificatori, se pertinenti”.*

In materia di Servizio universale, l'art. 94 del (Servizio universale a prezzi accessibili) (ex art. 84 eecc – art. 6 cod. 2003) il Codice prevede che:

*“1. Su tutto il territorio nazionale i consumatori hanno diritto ad accedere a un prezzo accessibile, tenuto conto delle specifiche circostanze nazionali, a un adeguato servizio di accesso a internet a banda larga e a servizi di comunicazione vocale, che siano disponibili, al livello qualitativo specificato, ivi inclusa la connessione sottostante, in postazione fissa, da parte di almeno un operatore. Il Ministero e l'Autorità, nell'ambito delle rispettive competenze, vigilano sull'applicazione del presente comma.*

*2. L'Autorità può assicurare l'accessibilità economica dei servizi di cui al comma 1 non forniti in postazione fissa qualora lo ritenga necessario per garantire la piena partecipazione sociale ed economica dei consumatori alla società”.*

Il quadro normativo vigente, pertanto, conferma e, se del caso, aumenta le tutele contrattuali per gli utenti finali. Per tale ragione, l'Autorità ha ritenuto che ciò consenta di applicare al caso di specie le conclusioni della Corte.

Pertanto, alla luce della sentenza citata e del quadro normativo vigente e sopra richiamato, l'Autorità ha ritenuto di poter fornire, **in materia di contratti con indicizzazione**, le seguenti indicazioni al mercato.

Nel paragrafo 50 della delibera n. 89/23/CONS si riporta quanto segue.

***a) La modifica delle condizioni generali di contratto in assenza del diritto di recesso  
Comunicazione della modifica contrattuale a clienti già attivi (customer base)***

Ci si occupa del diritto di recesso senza costi per i clienti già in *customer base* a cui viene comunicata la modifica contrattuale.

In base al quadro legislativo e regolamentare vigente (comma 5 dell'art. 98-septies decies del Codice delle comunicazioni elettroniche e art. 6, commi 1 e 2, del vigente Regolamento di cui alla delibera n. 519/15/CONS, c.d. *ius variandi*) in materia di diritto di recesso (che si va ad attuare con il presente Regolamento), il principio vigente in tema di contratti per la fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche è quello per cui l'utente ha il diritto, e dunque la libertà, di scegliere l'operatore e l'offerta di servizi più convenienti, sulla base delle condizioni di contratto comunicategli al momento della stipula, ferma restando la facoltà di recesso dal contratto a fronte di un sopravvenuto esercizio dello *jus variandi* da parte del fornitore dei servizi.

E invero, il meccanismo dello *jus variandi* non può giustificare qualsivoglia intervento contrattuale dell'operatore. Sul punto, lo stesso Consiglio di Stato, in una propria pronuncia (n. 8024/2019), ha spiegato quanto segue: *“Ritiene il Collegio che, quantomeno nel quadro dei rapporti contrattuali caratterizzati da una forte asimmetria tra i contraenti, la ricostruzione in termini di bilateralità del meccanismo modifica-recesso sia fuorviante. Il contegno dell'utente che ometta di esercitare il recesso non è sufficiente a ricondurre la variazione disposta unilateralmente dall'operatore professionale ad un accordo. Il cliente “subisce” la modifica apportata ex uno latere e che egli non ha voluto. Ad impedire di riconoscere al silenzio il significato di accettazione delle nuove condizioni contrattuali sta una fondamentale considerazione: il recesso permette al titolare, non la*

*conservazione delle condizioni contrattuali originariamente convenute, ma soltanto l'uscita dal rapporto; la difficoltà per gli utenti più vulnerabili di destreggiarsi sul mercato costituisce per essi un disincentivo significativo ad avvalersi della facoltà di exit”.*

Da quanto sopra, lo stesso Giudice ha poi tratto la conclusione (esattamente pertinente anche nella fattispecie qui in esame) secondo cui “Per questi motivi, l’art. 70, comma 4, del Codice, non può applicarsi a qualsivoglia tipo di *variazione del contenuto del contratto, dovendosi riconoscere in via ermeneutica due tipologie di limiti: in primo luogo, le modifiche unilaterali possono riguardare soltanto la variazione di condizioni già contemplate nel contratto; in secondo luogo, i mutamenti delle condizioni preesistenti non possono mai raggiungere il livello della novazione del preesistente rapporto obbligatorio.*”.

Tale argomentazione ha un chiaro recente precedente dell’Autorità, ad esempio, nell’ordinanza di ingiunzione di cui alla delibera n. 497/19/CONS recante “*Ordinanza ingiunzione nei confronti della società Wind Tre S.p.A. per la violazione dell’articolo 70, commi 1 e 4, del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, in combinato disposto con l’articolo 6, dell’allegato a, alla delibera n. 519/15/CONS, e dell’articolo 2, comma 2, della delibera n. 326/10/CONS (contestazione n. 11/19/DTC)*”.

Nel caso di cui alla su citata delibera, l’Autorità ha ritenuto che la Società non avesse attuato una modifica unilaterale volta ad adeguare le condizioni contrattuali già consapevolmente accettate dai destinatari, bensì ha proceduto a inserire un *quid novi* nell’originario contratto.

L’Autorità aveva concluso che tale novità avrebbe dovuto formare oggetto di consapevole accettazione da parte della clientela coinvolta, tanto più che la facoltà di recesso riconosciuta agli utenti non risulta relativa alla nuova funzionalità, in quanto non disattivabile, ma travolge l’intero contratto liberamente scelto con evidente alterazione degli equilibri contrattuali tra le parti.

Orbene, nel caso di specie, ci si trova di fronte ad analoga fattispecie in cui le modifiche unilaterali, laddove vanno a introdurre un meccanismo di indicizzazione non previsto nel contratto, non riguardano la variazione di condizioni già contemplate nel contratto. In base a quanto statuito dal CdS i mutamenti delle condizioni preesistenti non possono mai raggiungere il livello della novazione del preesistente rapporto obbligatorio.

Analoghe argomentazioni sono state utilizzate dall’Autorità nelle delibere nn. 495/19/CONS, 496/19/CONS, 3/21/CONS, 32/21/CONS.

***b) Diritto di recesso in caso di contratti indicizzati a cui gli utenti hanno aderito a seguito dell’applicazione dell’incremento del canone dovuto all’adeguamento all’inflazione***

Nel paragrafo 51 della delibera n. 89/23/CONS l’Autorità osserva, in primis, che sulla base di quanto disposto dall’art. 98 -septies decies, comma 5, del rifuso Codice delle comunicazioni elettroniche, è ammissibile una modifica unilaterale di contratto da parte del fornitore di servizi di comunicazione elettronica con corrispondente diritto di recesso senza penali né costo di disattivazione da parte degli utenti.

Il meccanismo di adeguamento tariffario, come descritto da Wind Tre e TIM, non risulta essere basato, avuto ad esempio riguardo all’introduzione di un mark up rispettivamente del 5% e del 3,5% anche in caso di valore inferiore a tale valore (e quindi anche negativo) dell’indice utilizzato (ISTAT o FOI),

su un metodo di indicizzazione chiaro, preciso e accessibile al pubblico oltre che derivante da decisioni e meccanismi propri della sfera pubblica.

Nella citata sentenza, il Giudice adito ha deciso che l'adeguamento tariffario, come previsto dal contratto, nei limiti in cui si basa su un metodo di indicizzazione chiaro, preciso e accessibile al pubblico, derivante da decisioni e da meccanismi propri della sfera pubblica, non può porre gli utenti finali in una situazione contrattuale differente rispetto a quella che emerge dal contratto il cui contenuto è determinato dalle condizioni generali che contengono la clausola in questione.

Conseguentemente, qualora una modifica delle tariffe venga così effettuata, non può essere qualificata come modifica apportata alle condizioni contrattuali, ai sensi dell'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva 2002/22.

Alla luce delle considerazioni che precedono, il Giudice ha risposto alla questione posta dichiarando che l'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva 2002/22 deve essere interpretato nel senso che una modifica delle tariffe di una prestazione di servizi relativi alle reti o di servizi di comunicazione elettronica, derivante dall'applicazione di una clausola di adeguamento delle tariffe contenuta nelle condizioni generali di contratto applicate da un'impresa che fornisce tali servizi, clausola che prevede un tale adeguamento in base a un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, non costituisce una «modifica delle condizioni contrattuali» che, ai sensi di tale disposizione, conferisce all'abbonato il diritto di recedere dal contratto senza penali.

In considerazione delle tutele previste dal vigente Codice, che in qualche misura appaiono rafforzare quelle della direttiva del 2002, ***l'Autorità ritiene che, qualora la modifica delle tariffe venga effettuata come allo stato comunicato dalle società in parola, essa risulta qualificabile come modifica delle condizioni contrattuali, ai sensi del Codice delle comunicazioni elettroniche, art. 98-septies decies, comma 5 e, pertanto, deve essere soggetta allo ius variandi.***

Ciò in quanto gli adeguamenti tariffari, come previsto dai contratti delle società TIM e Wind Tre, non si basano su un metodo di indicizzazione chiaro, preciso e accessibile al pubblico, derivante da decisioni e da meccanismi propri della sfera pubblica. A tale riguardo si rileva l'applicazione di un eventuale un mark up aggiuntivo all'indice pubblico e la mancata applicazione di quest'ultimo in caso di valori inferiori ad una determinata soglia o negativi.

L'introduzione di un *mark up* eventuale che si applica nel corso del periodo contrattuale (non all'inizio) a cui si aggiunge la variazione pubblica non risponde, in aggiunta, ai canoni di trasparenza e confrontabilità delle offerte.

**Si conferma, in conclusione, visti gli esiti della consultazione pubblica, che Solo laddove l'incremento del canone derivi da clausola che prevede un tale adeguamento in base a un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, non costituisce una "modifica delle condizioni contrattuali".**

Anche su tale questione l'Autorità ha applicato la normativa vigente e la sentenza Europea, rispettando il richiamato principio di armonizzazione, chiarendo al mercato entro quali limiti gli aumenti del canone dell'offerta in forza dell'inflazione danno diritto al recesso senza costi.

**L'Autorità ritiene, inoltre, viste le argomentazioni dei rispondenti, di confermare che per la customer base una modifica contrattuale che trasformi un contratto non indicizzato in uno**

**indicizzato debba essere oggetto di consapevole accettazione da parte della clientela coinvolta e, pertanto, non sia applicabile lo *ius variandi*.**

Le argomentazioni dei rispondenti non adducono, infatti, salvo generiche affermazioni scarsamente motivate, elementi tali da modificare la suddetta impostazione dell’Autorità in relazione alla necessità di accettazione esplicita da parte del cliente di una simile modifica.

Si osserva, tra l’altro, alla luce delle su richiamate argomentazioni, basate su precedenti decisioni dell’Autorità non soggette ad arresto dal parte del Giudice amministrativo, che l’Autorità non ha in alcun modo inteso limitare l’applicazione dello *ius variandi* da parte degli operatori ma ha applicato le norme e le sentenze del più altro grado giudicante a livello amministrativo al fine di chiarire se una modifica che trasformi un contratto da non indicizzato a indicizzato possa considerarsi rientrante nel novero delle modifiche unilaterali a cui si applica il suddetto diritto e laddove la sola azione a disposizione dell’utente è il recesso senza costi dal contratto.

**Nonostante quanto sopra chiarito**, un operatore ritiene che la motivazione addotta dall’Autorità a supporto della previsione di cui al comma 1, laddove nel caso di proposta di contratti con indicizzazione a utenti che non hanno tale tipologia di contratti prevede l’esplicita accettazione, non sia sufficiente a limitare il diritto alla variazione delle condizioni economiche del contratto.

A tale proposito si richiama che il considerando n. 275 della direttiva UE 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, specifica quanto segue:

*“Qualsiasi cambiamento non favorevole all’utente finale delle condizioni contrattuali proposte dai fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di comunicazione interpersonale indipendenti dal numero, ad esempio in relazione a oneri, tariffe, limitazioni del volume di dati, velocità dei dati, copertura o trattamento dei dati personali, dovrebbe conferire all’utente finale il diritto di risolvere il contratto senza dover sostenere alcun costo, anche se tale cambiamento è associato ad alcuni benefici.”*

La modifica di un contratto che va a introdurre, per la prima volta, un meccanismo di indicizzazione, non può essere considerata come una mera modifica tariffaria ma altera la natura stessa del contratto coinvolgendo altri aspetti quali, ad esempio, l’assenza di certezza sull’entità del canone nel corso del rapporto contrattuale. Si passa da un contratto determinato in tutte le sue componenti a un contratto in cui una delle componenti essenziali, il canone, potrà variare nel tempo in modo non prevedibile.

L’operatore fa poi riferimento al Codice del consumo ritenendo che, una eventuale limitazione allo *ius variandi* possa solo derivare da una mancata motivazione dell’aumento tariffario. Il passaggio a contratti indicizzati sarebbe, a detta del rispondente, giustificato dal noto contesto di generale aumento dei prezzi e la crisi che sta attraversando il comparto delle TLC.

A tale proposito, l’Autorità osserva che l’articolo 33 del Codice del consumo prevede che

*“1. Nel contratto concluso tra il consumatore ed il professionista **si considerano vessatorie le clausole che, malgrado la buona fede, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.***

*2. Si presumono vessatorie fino a prova contraria le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di:*

...

*m) consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso;*

...

*o) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto”.*

Il comma 6, tuttavia, prevede che:

*6. Le lettere n) e o) del comma 2 non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.*

L’Autorità ha, a tale proposito, richiesto agli operatori di descrivere con la massima trasparenza le modalità di variazione del prezzo. In aggiunta se l’aumento supera il 5% l’utente finale può passare, senza costi, a un’offerta non indicizzata.

Pertanto, è proprio il richiamo al Codice del consumo a rafforzare le ragioni sottostanti alla tutela di cui al comma 1 e sulla trasparenza in quanto, tenuto conto della sentenza della Corte di giustizia, una volta stipulato un contratto indicizzato l’utente, anche in caso di notevole aumento del prezzo, non avrà il diritto di recedere senza costi (lettera o) ed esclusione di cui al comma 6).

O.231 **OMISSIS** commenta l’articolo per aree tematiche.

In linea generale, riferisce di essere presente dal 2016 in Italia, avendo nel corso degli ultimi 5 anni incrementato la propria presenza nel settore delle telecomunicazioni: a partire dall’offerta, lanciata a maggio 2018, di servizi di telefonia mobile dedicati ai consumatori, dal gennaio 2022 offre altresì servizi di telefonia fissa, cui si sono da ultimo aggiunti, da maggio 2023, servizi di telefonia mobile dedicati a liberi professionisti ed aziende. Nel corso di tale periodo di ormai più di cinque anni e nel contesto di un settore in cui alcuni operatori hanno spesso adottato pratiche commerciali con offerte sempre più complesse e, a suo dire, poco trasparenti per gli utenti, da ultimo tramite l’introduzione di clausole contrattuali volte ad adeguare i prezzi delle offerte all’indice dei prezzi al consumo (cd. “indicizzazione” o “clausole di indicizzazione”), **OMISSIS** ha sin dall’inizio sviluppato la propria offerta e strategia commerciale sui valori della trasparenza e della tutela degli utenti, anche attraverso la proposta di offerte senza vincoli contrattuali, nonché l’implementazione di processi di sottoscrizione e gestione delle proprie offerte e contratti che risultassero quanto più semplici, efficienti e user-friendly.

In tale quadro, la modifica del “Regolamento recante disposizioni a tutela degli utenti in materia di contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche” approvato dall’Autorità con delibera n. 519/15/CONS (il “Regolamento”), finalizzata al recepimento operativo delle novità introdotte all’interno del Codice delle Comunicazioni elettroniche dal d.lgs. 207/2021, con cui l’Italia ha recepito la direttiva (UE) 2018/1972 (il “Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche” o il “Codice UE”), risulta di fondamentale importanza.

**Di particolare rilievo in tal senso è l’iniziativa dell’Autorità volta a definire un quadro normativo chiaro e certo (di seguito il “Nuovo Regolamento”) applicabile ai contratti che prevedono clausole di indicizzazione, anche con riferimento alle recenti pratiche già oggetto di una**

precedente segnalazione da parte della Società<sup>21</sup> – di due dei maggiori operatori di telefonia fissa e mobile, TIM S.p.A. (nel prosieguo, “TIM”) e WindTre S.p.A. (nel prosieguo, “WindTre”).

Proprio nell’ambito di tale iniziativa, la società riporta di seguito alcune considerazioni generali in materia di introduzione di clausole di indicizzazione negli accordi conclusi con gli utenti, cui seguirà un’analisi del testo proposto dall’Autorità in consultazione, articolo per articolo.

In primo luogo, **OMISSIS** ritiene che una disciplina in materia di inserimento di clausole di indicizzazione negli accordi con gli utenti debba contemperare due diversi interessi: da un lato l’interesse degli operatori, cui deve essere garantita la possibilità di definire liberamente la propria strategia di *pricing*; e, dall’altro, i diritti degli utenti finali, che in conformità con quanto previsto dal Codice delle Comunicazioni Elettroniche (di seguito, “Codice”) e dal Codice del Consumo devono:

- essere messi nella condizione di assumere scelte libere e consapevoli riguardo la sottoscrizione di contratti, anche con riferimento alla presenza di una clausola di indicizzazione;
- godere di una piena e rafforzata trasparenza ed informativa rispetto alla presenza ed al contenuto di tali clausole;
- a valle della sottoscrizione del contratto, essere informati con il dovuto anticipo dell’entrata in vigore degli adeguamenti del prezzo e non siano costretti a subire passivamente gli aumenti senza avere la possibilità di recedere dal contratto senza penali.

Nel contemperamento di tali interessi, è pertanto fondamentale che: (i) tutte le informazioni rilevanti riguardo all’indicizzazione siano fornite agli utenti prima della sottoscrizione dell’offerta in modo chiaro, esaustivo e trasparente, su ogni canale informativo e commerciali disponibile (e.g. brochure, punti vendita fisici, online, telemarketing, social network, affissioni pubblicitarie, spot televisivi, etc.); e (ii) al fine di minimizzare l’esposizione degli utenti agli aumenti di prezzo dovuti indicizzazione, vengano rimossi gli ostacoli al passaggio ad altro operatore anche in corso di contratto, qualora il cliente decidesse di non voler subire l’adeguamento proposto.

Le considerazioni sopra evidenziate risultano, tra l’altro, coerenti con la disciplina introdotta in materia in altri Paesi europei negli ultimi anni.

In particolare, nel Regno Unito l’Autorità nazionale di Regolamentazione (Ofcom), pur avendo già nel 2013 definito delle linee guida<sup>22</sup> sulla possibilità per gli operatori di prevedere clausole di adeguamento annuale delle proprie tariffe retail, dopo aver registrato – in assenza di norme dettagliate a garanzia di un’adeguata trasparenza – un’impennata di reclami da parte dei consumatori ha:

- avviato un piano di monitoraggio della trasparenza e della legittimità di tali pratiche commerciali<sup>23</sup> ed effettuato un sondaggio ad hoc sul tema<sup>24</sup> da cui è emerso che, nel 2022, (i) circa un quarto dei consumatori mobili e fissi inglesi soggetti ad indicizzazione dei prezzi era convinto che il proprio operatore non potesse aumentare i canoni nel corso degli anni, mentre (ii) un terzo non sapeva se il proprio operatore potesse procedere in tal senso e che, anche tra

<sup>21</sup> Vedasi in tal senso la segnalazione inviata all’Autorità in data 23 marzo u.s., protocollo Agcom 0082271 del 24/3/2023.

<sup>22</sup> OFCOM, Guidance on “material detriment” under GC9.6 in relation to price rises and notification of contract modifications, October 13, 2013.

<sup>23</sup> <https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2022/ofcom-probes-transparency-of-telecoms-price-rises>

<sup>24</sup> OFCOM, Review of inflation-linked telecoms price rise preliminary research, January 2023

quelli che sono informati in merito, (iii) la metà non è a conoscenza delle modalità di calcolo di tale revisione;

- dichiarato, nel febbraio 2023, alla luce dei risultati del sondaggio<sup>25</sup>, di voler modificare le regole relative ai meccanismi di indicizzazione dei contratti.

Inoltre, il regolatore portoghese (Anacom), al fine di minimizzare l’impatto sui consumatori degli aumenti tariffari dovuti all’inflazione, ha raccomandato al Governo<sup>26</sup> di modificare la legge nazionale sulle telecomunicazioni per ridurre il vincolo massimo di permanenza degli utenti finali da 24 a 6 mesi. Difatti, secondo Anacom<sup>27</sup>, la presenza di vincoli contrattuali di 24 mesi ha avuto l’effetto di limitare eccessivamente la mobilità dei consumatori anche in presenza di aumenti di prezzo legati all’indicizzazione considerati “very detrimental to their household budgets” con un impatto negativo anche sulla competitività degli altri operatori “*who offer more favourable conditions*”.

Di seguito si riportano le osservazioni di maggior dettaglio del rispondente in relazione all’**Introduzione del meccanismo di indicizzazione per i clienti già attivi (customer base)**.

Con le premesse sopra ricordate, **OMISSIS concorda con la proposta dell’Autorità di subordinare**, in linea con quanto previsto dall’art. 65 del Codice del Consumo<sup>28</sup>, l’introduzione di una clausola di indicizzazione in contratti esistenti al consenso esplicito da parte del cliente (di seguito “Opt-in”).

Tuttavia, secondo **OMISSIS** non appare compatibile con la normativa in tema di “jus variandi”, nonché con i requisiti di proporzionalità previsti dal Codice, la proposta dall’Autorità secondo cui, in caso di mancata accettazione della modifica contrattuale da parte dell’utente, quest’ultimo deve poter continuare a beneficiare delle condizioni contrattuali precedentemente previste.

Tale previsione, infatti, di fatto impedirebbe agli operatori di poter definire liberamente la propria strategia di *pricing*, eventualmente introducendo clausole di indicizzazione, tenuto conto che l’utente verosimilmente opterebbe sempre per mantenere il meccanismo tariffario esistente, ovvero privo di indicizzazione. Al fine di garantire il giusto equilibrio tra libertà commerciale degli operatori e tutela degli utenti, l’Autorità potrebbe piuttosto prevedere nel nuovo Regolamento ulteriori misure per garantire la massima trasparenza e completezza informativa.

In quest’ottica, la società ritiene che una possibile soluzione potrebbe essere la seguente: l’operatore che decidesse di proporre ai propri clienti una modifica contrattuale con introduzione dell’indicizzazione, dovrebbe contestualmente proporre, in alternativa, al cliente anche un’offerta priva di indicizzazione (ad es. con una rimodulazione tariffaria) accompagnata dal tradizionale

---

<sup>25</sup> OFCOM, Ofcom to review inflation-linked telecoms price rises, February 9th 2023

<sup>26</sup> ANACOM, ANACOM believes it is urgent to adopt measures to strengthen competition and consumer protection, proposing to the Government a reduction in customer loyalty periods to promote price reductions, February 1st, 2023.

<sup>27</sup> “The recent price increase by the three largest providers has reinforced this concern for mobility. “*In fact, the fact that the vast majority of consumers have signed contracts with loyalty periods excessively limits consumers’ mobility, even when faced with price updates that, although contractually provided for, prove to be very detrimental to their household budgets, in addition to jeopardising the activity of other players who offer more favourable conditions*”.

<sup>28</sup> Prima che il consumatore sia vincolato dal contratto o dall’offerta, il professionista chiede il consenso espresso del consumatore per qualsiasi pagamento supplementare oltre alla remunerazione concordata per l’obbligo contrattuale principale del professionista.

meccanismo di opt-out e relativo diritto di recesso senza costi o penali. Il cliente, in questo modo, potrebbe:

- accettare consapevolmente la clausola di indicizzazione tramite l'Opt-in; oppure
- accettare consapevolmente la rimodulazione tariffaria proposta dall'operatore senza indicizzazione; oppure
- recedere senza costi né penali anche passando ad altro operatore.

V.144 **AGCOM**. Un rispondente, nel concordare con la proposta dell'Autorità di richiedere, in caso di proposta contrattuale che preveda l'indicizzazione, il consenso espresso, ritiene che il Regolamento debba prevedere che l'operatore che decidesse di proporre ai propri clienti una modifica contrattuale con introduzione dell'indicizzazione, dovrebbe contestualmente proporre in alternativa al cliente anche un'offerta priva di indicizzazione (ad es. con una rimodulazione tariffaria) accompagnata dal tradizionale meccanismo di opt-out e relativo diritto di recesso senza costi o penali.

Secondo l'operatore il cliente avrebbe le seguenti alternative:

- accettare consapevolmente la clausola di indicizzazione tramite l'Opt-in; oppure
- accettare consapevolmente la rimodulazione tariffaria proposta dall'operatore senza indicizzazione; oppure
- recedere senza costi né penali anche passando ad altro operatore.

L'Autorità non condivide la proposta di **OMISSIS** per le seguenti ragioni. In primo luogo, trattasi di una misura che va a limitare la libertà commerciale del mercato. Infatti, si andrebbe a porre in capo agli operatori l'obbligo di proporre, con un'unica comunicazione, due tipologie di offerta con caratteristiche completamente differenti. Una con diritto di recesso senza costi (opt out), l'altra che richiede un consenso esplicito (opt in). D'altra parte, l'operatore potrebbe, diversamente, decidere di proporre alcune offerte con indicizzazione, altre senza indicizzazione secondo quelle che sono le proprie strategie commerciali che, con la proposta del rispondente, verrebbero incanalate in un unico modulo commerciale.

In secondo luogo, come già risultato evidente nel caso di un operatore a seguito di un procedimento dell'AGCM, la presenza di una doppia comunicazione come quella proposta è foriera di confusione nel consumatore, il quale si troverebbe a doversi districare tra due proposte con caratteristiche completamente differenti.

O.232 **OMISSIS**, con riferimento al **comma 1**, assume che l'accettazione possa avvenire con tutte le forme previste per la sottoscrizione dei servizi (quindi SMS, App, vocal order e PdC con firma elettronica/OTP) oltre a quella scritta in senso stretto. Tale accettazione inoltre potrà essere associata all'accettazione di altre offerte della società, ad operazioni di ricarica ed estesa a tutte le consistenze del cliente.

Con riferimento ai commi 3 e 4, propone le seguenti alternative:

- si elimina l'obbligo dell'adeguamento inflattivo al ribasso, visto che, una volta che i fornitori hanno aumentato i prezzi agli operatori, non vi è un'automatica revisione loro imposta

(AGCOM non ha questo potere sui fornitori degli operatori) e gli operatori continuerebbero a sopportare prezzi non adeguati al ribasso che pure sarebbero tenuti ad applicare

oppure

- il testo va modificato nel senso di ammettere correttivi all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico (applicazione di soglie rispetto all'indice o mark up aggiunti nel corso del periodo contrattuale), così da compensare i maggiori costi che, nonostante il ribasso applicato al cliente, la società sarebbe costretta a sopportare.

In generale, anche negli scenari inflattivi, **OMISSIS** richiede inoltre di ammettere correttivi giustificati dai livelli di investimento che l'azienda sostiene annualmente nonostante la riduzione costante dei ricavi che, senza l'opportunità delle manovre correttive, potrebbero non essere sostenibili.

V.145 **AGCOM**. L'Autorità, premesso che l'accettazione, in forma scritta, può avvenire in tutte le forme previste dalla normativa vigente, non ritiene di accogliere la modifica proposta. L'applicazione senza correttivi dell'indice di inflazione consente all'operatore di applicare le variazioni annuali senza che si possa ricorrere al diritto di recesso senza costi. L'operatore, in alternativa, può proporre una differente formula contrattuale, ad esempio con dei correttivi rispetto all'indice di inflazione. In tal caso, fermo restando quanto previsto al comma 1, in applicazione del comma 2 l'utente potrà recedere senza costi al momento dell'applicazione di qualunque aumento nel corso del contratto.

O.233 **OMISSIS** riferisce che l'Autorità, nello schema di Regolamento posto in consultazione, affronta due diverse tematiche, entrambe di rilievo preminente nello sviluppo delle attività commerciali degli operatori di comunicazione elettronica. Da un lato, il Regolamento aggiorna le vigenti disposizioni applicabili ai contratti tra utenti ed operatori; dall'altro, con lo stesso provvedimento, si vanno a disciplinare i contratti che prevedono prezzi indicizzati all'inflazione. Molto diversi, però, sono i contesti normativi in cui i due suddetti ambiti di intervento vanno a collocarsi. La disciplina generale dei contratti, infatti, si colloca nell'alveo del nuovo Codice, di cui attua le già dettagliate previsioni normative, dirimendo i dubbi interpretativi emersi nel confronto con gli operatori. La regolamentazione dei contratti indicizzati, invece, si colloca sul piano del diritto positivo, andando a determinare nuovi limiti alla libera iniziativa economica degli operatori, in termini di garanzie rafforzate che devono essere offerte agli utenti finali.

**Secondo la società, con riferimento alla disciplina dei contratti indicizzati, gli orientamenti espressi dall'Autorità non possono essere considerati condivisibili.**

**OMISSIS** rileva come l'intervento regolatorio proposto dall'Autorità, pur mosso da comprensibili ragioni di tutela dell'utenza interessata, appaia caratterizzato da misure non proporzionate e, con riferimento alle modalità di adeguamento dei contratti in essere, anche basato su una lettura opinabile dei pertinenti principi giuridici. A ciò si aggiunga che, nell'intento di regolare espressamente ogni aspetto della fattispecie in parola, si evidenziano inevitabilmente anche alcuni elementi di ambiguità interpretativa, se non di potenziale contraddizione, tra specifici aspetti della nuova disciplina proposta, anche rispetto a consolidati principi di valutazione delle condotte commerciali degli operatori in ambito consumeristico.

In un quadro di massima armonizzazione delle norme consumeristiche di derivazione comunitaria, la regolamentazione proposta dall’Autorità introdurrebbe un insieme di vincoli di cui non si trova traccia negli altri contesti europei. Lo studio comparativo effettuato nei quattro mercati dove le pratiche di indicizzazione dei prezzi dei servizi di comunicazione elettronica sono risultate essere maggiormente consolidate (Regno Unito, Austria, Belgio e Spagna) ha evidenziato i seguenti aspetti salienti: in nessuno dei Paesi analizzati l’ente regolatore ha preso provvedimenti volti a limitare i modelli commerciali proposti dagli operatori per i contratti indicizzati, mantenendo invece la focalizzazione sugli aspetti di trasparenza delle offerte.

V.146 **AGCOM.** A tale proposito l’Autorità rileva che Ofcom specifica a quali condizioni i fornitori di servizi possono utilizzare l’indicizzazione. Nelle proprie Linee guida<sup>29</sup>, OFCOM chiarisce che in tutti i contratti deve essere indicato chiaramente il prezzo base dell’offerta e, se previsto, l’eventuale aumento legato all’inflazione e il periodo in cui esso interviene. Il fornitore di servizi deve essere chiaro sul prezzo dell’offerta base; si specifica, inoltre, un modello concreto per la presentazione dell’indice di inflazione e deve essere utilizzato il valore più recente. Il riepilogo delle informazioni sul contratto deve includere un esempio semplice di come l’aumento influisce sul prezzo. Secondo Ofcom, se i termini non sono abbastanza evidenti e trasparenti, i fornitori dovrebbero dare ai clienti un preavviso di almeno un mese e il diritto di recedere dal contratto senza penalità. Se le condizioni di trasparenza sono soddisfatte, l’offerente non è tenuto a concedere ai clienti il diritto di recedere dal contratto senza costi aggiuntivi.

Nella pagina web pubblicato il 1° dicembre 2022 (<https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2022/ofcom-probes-transparency-of-telecoms-price-rises>) Ofcom ha evidenziato un problema di trasparenza dei contratti con indicizzazione, riportando quanto segue:

*Complaints suggest phone and broadband firms may not have been upfront enough about in-contract price hikes.*

Ha pertanto lanciato una indagine sulle modalità di applicazione delle modifiche contrattuali per capire *whether in-contract price rises were set out clearly enough by phone and broadband companies before customers signed up.*

***Having analysed customer complaints and other preliminary evidence, we are concerned that consumers who took out contracts between 1 March 2021 and 16 June 2022 may not have been provided with sufficiently clear information about in-contract price rises, which are usually applied in March or April each year.***

Nella ricerca del 9 febbraio 2023 (<https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2023/review-of-inflation-linked-telecoms-price-rises>) Ofcom ha pubblicato i risultati della ricerca evidenziando che ***around a third of mobile and broadband customers do not know whether their provider can increase their price. Among those who do know their provider can increase their price, around half do not know how this would be calculated. And nearly half of all customers do not know what CPI and RPI measure.***[1]

---

<sup>30</sup> <https://www.anacom-consumidor.pt/-/atualizacoes-anuais-dos-precos-dos-servicos-de-comunicacoes-pelos-operadores> <https://www.anacom-consumidor.pt/-/atualizacoes-anuais-dos-precos-dos-servicos-de-comunicacoes-pelos-operadores>

*Our review will examine these issues in detail to see whether tougher protections are needed.*

*We need to take a closer look at these issues to consider whether we need to intervene to ensure customers have greater certainty and clarity, from the outset, about the prices they will pay over the duration of their contract. We expect to publish our initial findings later in the year.*

*Customers need certainty and clarity about what they will pay over the course of their contract. But inflation-linked price rises can be unclear and unpredictable. So we're concerned that providers are making it difficult for customers to know what to expect.*

*We're taking a thorough look at these types of contract terms, to understand fully the extent to which customers truly know what they're signing up to, and whether tougher protections are needed.*

Quanto riportato evidenzia la presenza di un problema di trasparenza e la possibilità di un ulteriore intervento regolamentare da parte di OFCOM di cui il rispondente non tiene conto nel proprio benchmark.

Inoltre, l'**Autorità** rileva che in Portogallo non vi è una regolamentazione specifica in materia di indicizzazione dei prezzi al dettaglio per i servizi di telecomunicazione. La normativa sulle comunicazioni elettroniche non disciplina specificamente l'indicizzazione dei prezzi, ma solo modifiche generali alle condizioni contrattuali proposte dai fornitori, anche per quanto riguarda i prezzi. In una propria dichiarazione del 2021, ANACOM ha precisato che l'aggiornamento contrattualmente previsto non deve essere considerato come una modifica delle condizioni generali che darebbe diritto al cliente di recedere dal contratto senza penalità<sup>30</sup>. Difatti i contratti dei fornitori di servizi di comunicazione elettronica prevedono una clausola che consente loro di applicare "l'indicizzazione automatica dei prezzi, la cui variazione di solito interviene nel mese di gennaio di ogni anno. Se il contratto contiene una clausola che prevede l'indicizzazione automatica basata sull'indice dei prezzi al consumo pubblicato dall'Istituto Nazionale di Statistica— Statistics Portugal— e se l'indicizzazione non supera l'importo dell'indice, gli operatori non sono obbligati a inviare il termine di preavviso previsto dalla normativa e gli utenti finali non hanno il diritto di recedere dal contratto senza incorrere in alcuna penalità. A seguito dell'aumento del costo della vita, il 25 ottobre 2022, ANACOM ha pubblicato una raccomandazione affinché i fornitori di servizi di comunicazione elettronica garantiscano che qualsiasi aumento di prezzo da attuare tenga in debita considerazione il contesto sociale ed economico del Paese, per garantire un accesso effettivo ai citati servizi da parte degli utenti finali.

O.234 **OMISSIS**, in aggiunta, ritiene che nei Paesi esaminati la modifica di contratti in essere, volta ad inserire una clausola di adeguamento periodico dei prezzi, consente al contraente di esercitare il diritto di recesso senza penali, se non disposto ad accettare l'indicizzazione, ma nessuna esplicita autorizzazione da parte del consumatore è richiesta. Inoltre, in nessun Paese esaminato è necessario attendere dodici mesi dall'adesione contrattuale, prima di poter applicare l'adeguamento delle tariffe. Risulta invece essere pratica comune fissare una data di adeguamento annuale dei prezzi per tutti i clienti interessati, indipendentemente dalla data di sottoscrizione del contratto.

---

<sup>30</sup> <https://www.anacom-consumidor.pt/-/atualizacoes-anuais-dos-precos-dos-servicos-de-comunicacoes-pelos-operadores> <https://www.anacom-consumidor.pt/-/atualizacoes-anuais-dos-precos-dos-servicos-de-comunicacoes-pelos-operadores>

V.147 **AGCOM**. Come chiarito al paragrafo 53 della delibera n. 89/23/CONS, in base al comma 3 dell'articolo 98 quater decies del nuovo Codice *“i fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico [omissis] forniscono ai consumatori una sintesi contrattuale concisa e facilmente leggibile. Tale sintesi individua i principali elementi degli obblighi di informazione in conformità del comma 1 tra cui i costi ricorrenti o legati al consumo, qualora il servizio sia fornito a fronte di un pagamento diretto in denaro”*.

A tal riguardo si richiama quanto previsto dall'art. 98 quater decies, comma 5, del Codice, a mente del quale *“[l]e informazioni di cui ai commi 1 e 4 diventano parte integrante del contratto e non sono modificate prima della scadenza del termine di cui all'articolo 98-septies decies comma 1, se non con l'accordo esplicito delle parti contrattuali”*, ossia durante il periodo di durata massima del vincolo contrattuale pari a 12 o 24 mesi.

Nella fattispecie in esame, viceversa, sarebbe ammessa una variazione, prestabilita e ad libitum di un elemento essenziale del contratto, quale è il canone del servizio, con costi di disattivazione e restituzione di sconti in caso di recesso, magari anche solo pochi giorni o mesi dopo l'avvenuta adesione del cliente atteso che l'adeguamento avverrebbe comunque, rispettivamente, nel mese di aprile (TIM) o gennaio di ciascun anno (Wind Tre).

Per tale variazione, se rispetta i suddetti requisiti di utilizzo di un indice oggettivo per quanto stabilito in questo provvedimento, non è applicabile il diritto dell'utente di recesso senza costi.

Per tale ragione, a tutela del cliente e a voler bilanciare lo squilibrio contrattuale di tale fattispecie, proprio per evitare aumenti dopo poco tempo dalla stipula, l'Autorità ha ritenuto opportuno prevedere che l'indicizzazione non possa essere applicata nei primi 12 mesi dalla sottoscrizione dell'offerta (comma 13):

*13. L'applicazione dell'adeguamento di cui al comma 3 non può avvenire, in prima applicazione, prima di 12 mesi dall'adesione contrattuale.*

Come precedentemente precisato, la misura dell'Autorità va, anche alla luce di quanto previsto dal Codice del Consumo, *art. 33 comma 2*, a bilanciare lo squilibrio contrattuale tra le parti laddove, in presenza di un'elevata inflazione, il cliente, in caso intendesse cambiare fornitore, dovrà pagare i costi di recesso e restituire eventuali sconti.

O.235 **OMISSIS** ritiene che, per quanto riguarda l'applicazione di un correttivo dell'indice dei prezzi al consumo, i maggiori operatori del Regno Unito applicano il *mark-up*. Tale pratica non è presente negli altri Paesi analizzati.

Tuttavia, non risulta essere prevista in alcuno dei Paesi analizzati la possibilità da parte del consumatore di richiedere all'operatore, in caso di aumenti superiori al 5%, un'offerta di pari caratteristiche rispetto a quella soggetta ad indicizzazione, che non preveda il meccanismo di adeguamento annuale.

Sotto il profilo più strettamente giuridico, il rispondente osserva che, né le conclusioni a cui l'Autorità giunge con riferimento ai contratti in essere che non prevedono già clausole di indicizzazione, né le condizioni a cui l'Autorità sottopone la previsione di tali clausole di adeguamento nei nuovi contratti a cui l'utente aderisce, possono essere considerate:

- (i) conformi alla giurisprudenza ed alla prassi applicativa della stessa Autorità e di altre autorità che vigilano sull'adozione, nel corso del rapporto contrattuale, di clausole volte a ristabilire - come nel caso di specie - l'equilibrio del sinallagma contrattuale, alterato da mutamenti nel quadro macroeconomico;
- (ii) rispettose di principi cardine dell'ordinamento giuridico, quali quelli di autonomia negoziale e libertà di impresa, di cui deve tenere certamente conto anche l'Autorità nell'esercizio dei propri poteri di normazione secondaria;
- (iii) nonché fondate, se si considera l'errore in cui l'Autorità cade optando per una lettura strumentalmente estensiva di una sentenza di rinvio pregiudiziale che, invece, è sottoposta a precise regole e principi di stretta interpretazione giuridica.

Pur volendo quindi concedere che ne abbia effettivamente la potestà, l'Autorità sembra aver utilizzato in modo errato il proprio potere, dettando disposizioni eccessivamente restrittive e, con riferimento ai contratti già in essere, anche contrarie a principi giuridici consolidati. A ben vedere, infatti, si ha novazione (e quindi si può pretendere una nuova manifestazione di consenso) solo quando il rapporto originario di utenza subisce un'alterazione sostanziale, per effetto delle modifiche unilateralmente proposte dall'operatore. Non costituisce pertanto novazione l'introduzione, nei contratti già in essere, di un meccanismo di indicizzazione, sia perché già contemplato (per TIM), sebbene indirettamente, nelle vigenti condizioni generali di contratto, sia perché attinente ad una variazione meramente quantitativa di una componente del sinallagma originario. L'introduzione di una clausola di indicizzazione, anche ove si preveda un *mark up* predeterminato e noto ex ante, costituisce in definitiva una mera modifica delle condizioni contrattuali in essere, che attribuisce al cliente la facoltà di recedere senza oneri.

Più nel dettaglio **OMISSIS**, pur concordando con l'Autorità sul fatto che l'adeguamento annuale dei prezzi sulla base dell'inflazione non costituisca una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali, ritiene che, rispetto allo schema di provvedimento posto in consultazione, ci siano diversi aspetti da rivedere.

***Comma 1. La proposta di modifica dei contratti in essere, volta all'inserimento di una clausola di adeguamento dei prezzi, deve essere accettata espressamente dal cliente***

**OMISSIS** non ritiene condivisibile richiedere, per i contratti in customer base, una specifica accettazione del cliente. Anche in presenza di correttivi, non si tratterebbe di novazione contrattuale, ma piuttosto di una variazione meramente quantitativa degli elementi originariamente previsti dall'offerta accettata dal cliente (*jus variandi*), che consente allo stesso di recedere senza costi, a seguito della comunicazione effettuata dall'operatore. L'inserimento della clausola non ha quindi contenuto novativo, ma costituisce un ordinario caso di *jus variandi*, bilanciato dal diritto di recesso senza costi concesso al cliente. A maggior ragione il contenuto novativo della clausola va escluso nel caso sia previsto il mero adeguamento all'indice dei prezzi ISTAT. In tale fattispecie, infatti, la modifica contrattuale sarebbe rivolta unicamente a garantire nel tempo il mantenimento dell'equilibrio dell'originario sinallagma contrattuale.

**OMISSIS** ritiene che, per i contratti in essere, la comunicazione dell'adeguamento annuale dei prezzi non possa configurare una novazione e che, pertanto, non necessiti di un meccanismo di opt-in, poiché si tratterebbe, a prescindere dalla formulazione della clausola, della mera modifica di un corrispettivo

già previsto. In linea di principio, infatti, ad una mera modifica in aumento di un corrispettivo già disciplinato dal contratto sottoscritto con l'utente non può oggettivamente riconoscersi contenuto novativo, nei termini indicati dalla sentenza del Consiglio di Stato citata dall'Autorità.

A maggior ragione, il contenuto novativo della clausola va certamente escluso nel caso sia comunicato dall'operatore il mero adeguamento integrale all'indice dei prezzi ISTAT senza correttivi. Tale modifica, infatti, sarebbe rivolta unicamente a garantire nel tempo il mantenimento dell'equilibrio dell'originario sinallagma contrattuale, adeguando annualmente i corrispettivi dovuti dal cliente alle variazioni oggettive del contesto macroeconomico rilevate da un ente terzo indipendente. Nulla di novativo, dunque, né in termini di "animus", né di contenuto, né l'introduzione di tale clausola modifica la natura dei corrispettivi dovuti dal cliente (vulnus rilevato dal Consiglio di Stato nei precedenti citati dall'Autorità).

Per i contratti che non prevedono già tale clausola, la comunicazione della variazione annuale dei prezzi agganciata all'inflazione appartiene all'insieme di qualsiasi altra variazione delle condizioni economiche, la quale, in forza di un giustificato motivo contrattualmente previsto, può essere proposta dall'operatore nel rispetto dei diritti riconosciuti al cliente dalla normativa applicabile (preavviso e recesso senza penali).

Per dimostrare che la comunicazione dell'adeguamento dei prezzi all'inflazione non sia un elemento avente carattere novativo la società rammenta come la stessa Autorità in passato, nel regolamentare i prezzi al dettaglio dei mercati retail al fine di tutelare gli utenti finali e la concorrenza all'interno dei mercati suscettibili pro tempore di regolamentazione ex ante, aveva fissato come parametro certo la variazione percentuale annua programmata dei prezzi del paniere dei servizi di accesso (ad esempio, per i clienti non residenziali, era IPC - 0%. cfr. art. 19 della delibera 33/06/CONS).

La società auspica quindi che AGCOM voglia consentire, per i contratti in essere, di modificare le condizioni economiche tramite le ordinarie regole dello *ius variandi*, quantomeno nei casi in cui si preveda un adeguamento dei prezzi integralmente allineato all'indice ISTAT.

La necessità di un consenso espresso del cliente, invece, potrebbe al massimo essere giustificata per le clausole di adeguamento annuale dei prezzi, che prevedano correttivi rispetto all'andamento dell'inflazione rilevato dall'ISTAT.

V.148 **AGCOM.** In relazione alla tesi del rispondente secondo cui *l'introduzione di una clausola di indicizzazione, anche ove si preveda un markup predeterminato e noto ex ante, costituisce in definitiva una mera modifica delle condizioni contrattuali in essere, che attribuisce al cliente la facoltà di recedere senza oneri*, si rinvia a quanto estensivamente replicato nel paragrafo V.143.

La società rispondente fa riferimento, a voler dimostrare che la comunicazione dell'adeguamento dei prezzi all'inflazione non sia un elemento novativo, alle disposizioni di cui all'art. 19 della delibera di analisi di mercato n. 33/06/CONS.

L'Autorità ritiene tale riferimento inconferente per le seguenti ragioni. L'articolo 19 della citata delibera stabilisce gli obblighi regolamentari al dettaglio (Condizioni attuative per l'implementazione degli obblighi di controllo dei prezzi e di contabilità dei costi). I commi 1 e 2 stabiliscono che:

*"1. Ai contributi e canoni dei servizi di accesso destinati ai clienti residenziali e non residenziali, offerti da Telecom Italia e inclusi nei panieri di riferimento, si applica, per gli anni 2006 e 2007, un*

*meccanismo pluriennale di controllo basato sulla fissazione di un vincolo complessivo alla modifica del valore economico del paniere dei consumi di tali servizi (price cap), come disciplinato dal presente articolo.*

*2. Per ciascun paniere il vincolo è definito nella misura di  $IPC - X$  (cap), dove IPC (indice dei prezzi al consumo) è la variazione percentuale su base annua dell'indice dei prezzi al consumo delle famiglie di operai e impiegati (senza tabacchi) rilevato dall'Istat e il fattore X è il tasso di variazione di produttività relativo all'insieme dei servizi inclusi nei panieri di appartenenza, così come definito nei successivi commi 4 e 6.*

*3. L'ottemperanza agli obblighi di controllo dei prezzi (contributi e canoni) è verificata sui seguenti panieri, ognuno pertinente al mercato rilevante di riferimento:*

*a. Paniere dei servizi di accesso residenziale;*

*b. Paniere dei servizi di accesso non residenziale.*

*4. La variazione percentuale annua programmata dei prezzi del paniere dei servizi di accesso per i clienti residenziali è fissata in  $IPC - IPC$ .*

*5. La variazione percentuale annua programmata dei prezzi del paniere dei servizi di accesso per i clienti non residenziali è fissata in  $IPC - 0\%$ ".*

L'articolo citato va ad attuare gli obblighi di controllo di prezzo al dettaglio, in capo a Telecom Italia quale operatore SMP, di cui all'articolo 10:

*"Sezione II – Obblighi a livello retail*

*10 Obbligo di controllo dei prezzi e di contabilità dei costi*

*1. Nella fornitura dei servizi di accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa ai clienti residenziali e ai clienti non residenziali, Telecom Italia è soggetta al controllo dei prezzi e di contabilità dei costi ai sensi dell'art. 67 del Codice.*

*2. Il controllo dei prezzi di cui al comma precedente è attuato adottando il meccanismo di programmazione pluriennale dei prezzi massimi (price cap) attraverso un vincolo complessivo alla modifica del valore economico del paniere dei consumi dei servizi di accesso.*

*3. Il meccanismo del price cap è applicato separatamente per i servizi forniti nel mercato nazionale al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e nel mercato nazionale al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti non residenziali".*

Si osserva, in primo luogo, che trattasi di un obbligo regolamentare di controllo di prezzo in capo a Telecom Italia funzionale a prevenire condotte che la società avrebbe potuto adottare in qualità di operatore dominante.

A titolo di esempio, per i clienti residenziali, *La variazione percentuale annua programmata dei prezzi del paniere dei servizi di accesso per i clienti residenziali è fissata in  $IPC - IPC$* , che vale a dire che il prezzo del canone di accesso doveva restare costante stabilendo un recupero di efficienza (X) pari all'inflazione.

**Proprio il contrario di ciò che si vorrebbe, senza il consenso dell'utente, applicare nell'attuale contesto.**

In disparte da tale osservazione di merito, da un punto di vista formale il richiamo ad obblighi regolamentari ex-ante, rimossi da oltre un decennio, appare assolutamente inconferente atteso che **OMISSIS** può, nel quadro regolamentare vigente, applicare i prezzi al dettaglio che ritiene e modificare le condizioni contrattuali in attuazione dello ius variandi.

O.236 **OMISSIS** fa poi riferimento al contenuto del *Comma 2. Il diritto di recesso senza penali è escluso solo se l'adeguamento annuale corrisponde esattamente alla variazione dell'indice dei prezzi ISTAT*

In relazione all'adeguamento annuale dei prezzi, **OMISSIS** ritiene che l'esclusione del diritto di recesso senza penali non vada circoscritto alla sola previsione di una clausola, in cui si faccia esclusivamente riferimento alla variazione dell'indice dei prezzi Istat.

Se la clausola prevede dei correttivi di natura certa e predeterminata, che si aggiungono all'applicazione dell'indice ISTAT, a parere di **OMISSIS** questi non modificano le condizioni economiche rese note all'utente prima dell'adesione all'offerta. Pertanto, anche laddove trovi applicazione un correttivo, a seguito della comunicazione dell'aumento non dovrebbe trovare applicazione in capo all'utente il diritto di recesso senza penali. L'operatore, infatti, applicando l'adeguamento annuale dei prezzi, non modifica in alcun modo le condizioni contrattuali originariamente sottoscritte dall'utente.

**OMISSIS** non ritiene condivisibile prevedere indicizzazioni corrispondenti unicamente alla variazione dell'indice dei prezzi ISTAT. Occorrerebbe, invece, anche poter prevedere contratti indicizzati con correttivi, di natura certa e predeterminata, in quanto non si andrebbero comunque a modificare le condizioni economiche rese note all'utente prima dell'adesione all'offerta. In relazione a tali coefficienti di maggiorazione, **OMISSIS** specifica che essi sono previsti con un limite di un aumento del costo dell'offerta non superiore, per ciascun adeguamento annuale, al 10%. Tale valore del 10% rappresenta il limite massimo di elevazione consentito, perché si tratta di una percentuale tipica del framework regolatorio ed è un indice che viene utilizzato nelle analisi dei mercati rilevanti per calcolare la significatività di un aumento di prezzo rispetto a quella che è la regolamentazione ex ante di un operatore con significativo potere di mercato. **OMISSIS** specifica, inoltre, che il coefficiente di maggiorazione viene predeterminato in fase di stipula contrattuale e ciò appare possibile in ragione delle stime previsionali che vengono effettuate quando è presentata una offerta: si tratta di previsioni macroeconomiche sulla base delle indicazioni fornite, ad esempio, da Banca d'Italia o dal Fondo monetario internazionale.

**OMISSIS non ritiene corretta la applicazione estensiva della sentenza della Corte (Quarta Sezione) del 26 novembre 2015 nella causa C-326/14 volta a negare, nel disegno dell'Autorità, la stipulazione di contratti indicizzati con mark-up aggiuntivi:** in primo luogo, infatti, mark-up di vario tipo si applicano pacificamente in altri settori, come in quello energetico e bancario; in secondo luogo, occorre precisare che il giudice comunitario si è espresso su di un caso in cui il mark-up non era presente e per tale ragione il pronunciamento ha riguardato la legittimazione di contratti indicizzati con indici oggettivi di prezzi al consumo, senza tuttavia negare che possano essere stipulati anche contratti indicizzati con soglie di mark-up aggiuntive.

La certezza dei reciproci impegni e l'equilibrio nel tempo del sinallagma contrattuale sono sicuramente rafforzati laddove vengano previsti, in caso di correttivi, dei tetti massimi agli aumenti applicabili.

Se l'utente è pienamente informato, prima di essere vincolato dal contratto, che ogni anno il prezzo può variare in base all'indice ISTAT più un eventuale correttivo, la cui somma non potrà comunque eccedere un dato valore massimo, è di tutta evidenza che il cliente abbia consapevolmente scelto ab origine un'offerta con dette caratteristiche e che, nella peggiore delle ipotesi, il prezzo aumenterà di quel dato valore massimo. Peraltro, ogni eventuale applicazione di un incremento inferiore, rappresenterà di fatto una modifica migliorativa delle condizioni economiche considerate dal cliente prima della sottoscrizione. L'ipotesi in discussione, a voler semplificare, corrisponderebbe ad una configurazione d'offerta dove il prezzo aumenti ogni anno di un dato ammontare, univocamente noto al cliente e da quest'ultimo certamente considerato nel conformare la propria volontà di aderire all'offerta.

La società auspica pertanto che l'Autorità possa definire le opportune condizioni e garanzie, affinché sia possibile prevedere, nell'ambito delle clausole di adeguamento annuale dei prezzi, l'applicazione di correttivi all'indice ISTAT.

V.149 **AGCOM**. Il rispondente non condivide la proposta dell'Autorità secondo cui il diritto di recesso senza penali è escluso solo se l'adeguamento annuale corrisponde esattamente alla variazione dell'indice dei prezzi ISTAT. Ciò in quanto se l'utente è pienamente informato, prima di essere vincolato dal contratto, che ogni anno il prezzo può variare in base all'indice ISTAT più un eventuale correttivo, la cui somma non potrà comunque eccedere un dato valore massimo, è di tutta evidenza che il cliente abbia consapevolmente scelto ab origine un'offerta con dette caratteristiche e che, nella peggiore delle ipotesi, il prezzo aumenterà di quel dato valore massimo.

A tale riguardo, nel rinviare a quanto riportato nel precedente paragrafo V.143, si rileva che l'Autorità è tenuta a tener conto del contesto giurisprudenziale del massimo organismo comunitario (la Corte di giustizia europea). Si aggiunga che l'applicazione di un indice ISTAT combinato con mark-up e soglie di aumento minimo, che danno luogo ad un aumento annuale non conoscibile apriori, non garantisce una sostanziale trasparenza informativa, se non foss'altro per il fatto che l'utente medio dovrebbe essere in grado di stimare gli aumenti ISTAT e combinarli con le soglie arbitrariamente fissate dall'operatore.

O.237 **OMISSIS** fornisce le seguenti considerazioni in relazione al Comma 3. Gli operatori devono applicare anche le riduzioni dell'indice dei prezzi al consumo

Su questa specifica previsione **OMISSIS** ritiene che l'orientamento dell'Autorità possa essere ritenuto condivisibile, quale elemento di riequilibrio del sinallagma contrattuale. Non va però trascurato che l'ipotesi di una deflazione sia più un fenomeno di scuola, che una condizione ricorrente del contesto macroeconomico dell'era moderna.

La scelta di non prevedere tale ipotesi rappresenta solo un elemento di semplificazione dei processi operativi e di fatturazione degli operatori, che, stante la remota possibilità di verificarsi, potrebbe a ragion veduta essere trascurata.

Ciò nonostante, ove l'Autorità non concordi in tal senso, al fine di mantenere comunque il pregio della semplicità di implementazione sui sistemi, si potrebbe prevedere che, in caso di deflazione,

l'operatore possa eventualmente decidere di decurtare la riduzione dell'indice dell'anno in corso dall'incremento dei prezzi dell'anno successivo (o dal correttivo, ove questo sia previsto dal contratto).

In considerazione di quanto appena argomentato, la società auspica che l'Autorità possa rivedere la presente disposizione, tenendo conto dell'assenza di proporzionalità intrinseca nell'obbligo di configurare i sistemi di fatturazione in maniera tale da tener conto della remota possibilità di verificarsi di una deflazione.

V.150 **AGCOM.** Il rispondente propone, al fine di mantenere comunque il pregio della semplicità di implementazione sui sistemi, di prevedere che, in caso di deflazione, l'operatore possa eventualmente decidere di decurtare la riduzione dell'indice dell'anno in corso dall'incremento dei prezzi dell'anno successivo (o dal correttivo, ove questo sia previsto dal contratto).

L'Autorità rileva che trattasi di un aspetto attuativo che richiede, ai fini di una valutazione, uno specifico approfondimento tecnico. L'Autorità si riserva di analizzare aspetti di dettaglio in sede di vigilanza sull'attuazione del presente Regolamento.

O.238 **OMISSIS riporta quanto segue in relazione al:**

**Comma 4. I contratti non possono prevedere correttivi rispetto all'applicazione integrale dell'indice di variazione dei prezzi rilevato dall'ISTAT**

**OMISSIS** ritiene che, se questa disposizione va interpretata come divieto assoluto di introduzione di mark up, la stessa sia illegittima, in quanto verrebbe ingiustamente limitata dal punto di vista regolamentare la libertà d'impresa costituzionalmente garantita agli operatori, che dovrebbero poter definire i prezzi delle loro offerte in piena autonomia.

Se, invece, la disposizione in parola va interpretata nel senso che, in presenza di un mark up, la comunicazione dell'entrata in vigore dell'aumento dia luogo al diritto di recesso senza penali, richiama quanto già evidenziato con riferimento al comma 2. A tal fine ribadisce che l'introduzione di soglie massime all'incremento annuale può rappresentare una doppia tutela nei confronti dell'utenza finale, sia perché viene scongiurato un aumento al di sopra di un certo valore (noto al cliente ab origine), sia perché si fornisce al mercato un parametro certo per valutare la convenienza dell'offerta rispetto alle altre presenti sul mercato (comparabilità).

**OMISSIS** auspica che l'Autorità voglia riformulare il comma in esame, precisando innanzitutto la legittimità in sé anche delle clausole contrattuali che prevedono correttivi all'indice di variazione dei prezzi, disciplinandone eventualmente in via differenziale gli effetti e le tutele rispetto alle clausole che non contemplano tali correttivi.

V.151 **AGCOM.** Un **rispondente** chiede di chiarire se la disposizione di cui al comma 4 vada interpretata nel senso che, in presenza di un *mark up*, la comunicazione dell'entrata in vigore dell'aumento dia luogo al diritto di recesso senza penali, in applicazione di quanto già evidenziato con riferimento al comma 2.

La risposta è affermativa. Infatti, il comma 2 prevede che:

*2. Per i contratti con previsione di adeguamento all'indice dei prezzi al consumo a cui l'utente finale ha aderito, se e solo se la successiva modifica delle tariffe, connesse alla prestazione di servizi di*

*comunicazione elettronica, è dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, questa non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali ai sensi dell'articolo 6 comma 2.*

Il comma 4 prevede che:

*4. I contratti di cui al comma 2 non possono prevedere alcun correttivo rispetto all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico, incluso l'applicazione di soglie rispetto all'indice o mark up aggiunti nel corso del periodo contrattuale.*

Il mark up, pertanto, è un elemento che non consente di considerare l'aumento contrattuale come collegato a un indice "oggettivo", ossia non alterato, dei prezzi.

**O.239 OMISSIS riporta quanto segue in relazione al:**

***Comma 5. L'applicazione dell'adeguamento dei prezzi non può avvenire prima che siano decorsi 12 mesi dalla sottoscrizione del contratto***

**OMISSIS** non ritiene condivisibile applicare l'adeguamento dei prezzi solo dopo che siano decorsi 12 mesi dalla sottoscrizione del contratto. L'applicazione di questa previsione comporterebbe la necessità di definire un adeguamento rolling su base mensile, che porterebbe ciascun cliente a dover collocare nel tempo l'adeguamento dei prezzi in base alla data di adesione all'offerta.

Secondo **OMISSIS** questa previsione sarebbe inoltre di difficile attuazione, anche in considerazione della stessa esigenza, fatta propria dall'Autorità, di voler garantire certezza delle condizioni economiche ai clienti. Infatti, l'applicazione della suddetta previsione comporterebbe la necessità di definire un modello di adeguamento rolling su base mensile, che porterebbe ciascun cliente a dover collocare temporalmente l'adeguamento prezzi in base al mese di adesione alla propria offerta. Ciò potrebbe confondere la clientela che, tipicamente, può associare alla propria linea molteplici offerte, sottoscritte in diversi momenti. Al di là delle possibili esemplificazioni, ritiene, in conclusione, di tutta evidenza come un modello di adeguamento rolling, con aumenti scaglionati per cluster di clienti in funzione del singolo mese di adesione alla specifica offerta, non sia oggettivamente sostenibile, non solo per quanto riguarda l'implementazione di processi e sistemi informativi, ma sopra tutto per gli effetti della radicale mancanza di chiarezza sulla customer experience del cliente.

Anche sul piano del merito, secondo **OMISSIS** questa previsione non appare proporzionata, in quanto presuppone che ciascun cliente abbia sottoscritto la propria offerta alle condizioni economiche definite dall'equilibrio sinallagmatico specifico di un dato mese. Nella realtà, però, ciò non avviene, in quanto gli operatori, tipicamente, definiscono i prezzi delle proprie offerte una o due volte l'anno. Non vi sarebbe quindi alcuno squilibrio nelle reciproche prestazioni contrattuali se l'operatore adeguasse i corrispettivi previsti anche prima del decorso di un anno dall'adesione, anzi l'adeguamento andrebbe proprio nella direzione di ristabilire quanto venuto meno per il mero decorrere del tempo (si pensi ad un cliente che sottoscriva a dicembre un'offerta commercializzata secondo il listino definito a gennaio, ovvero 12 mesi prima).

Alla luce delle considerazioni sopra esposte, auspica che AGCOM voglia rivedere la disposizione in parola, rimuovendo la previsione di un periodo di *standstill* per l'applicazione degli adeguamenti di prezzo. Ritiene vada inoltre precisato che il termine di *standstill* non si applica, in ogni caso, ai clienti

già in customer base che aderiscano alla proposta di variazione delle condizioni contrattuali di cui al punto 2.

V.152 **AGCOM**. L'Autorità ha chiarito le ragioni giuridiche del proprio posizionamento nel paragrafo V.143 a cui si rinvia.

Il rispondente ritiene, nello specifico, che un modello di adeguamento *rolling*, con aumenti scaglionati per *cluster* di clienti in funzione del singolo mese di adesione alla specifica offerta, non sia oggettivamente sostenibile, non solo per quanto riguarda l'implementazione di processi e sistemi informativi, ma sopra tutto per gli effetti della radicale mancanza di chiarezza sulla *customer experience* del cliente nonché per la determinazione di situazioni recanti disparità di trattamento.

Inoltre, il rispondente rileva che le società definiscono i prezzi una o due volte l'anno e ciò sarebbe compatibile con un aumento annuale, sincrono, dei canoni con l'indice ISTAT.

Ciò premesso, non si condivide, in primo luogo, sul tema della trasparenza, l'assunto secondo cui la modalità *rolling* sia foriera di mancanza di chiarezza in quanto ogni utente, con la proposta in consultazione, sarà a conoscenza del fatto che per 12 mesi dall'accettazione del contratto il proprio canone non subirà l'aumento ISTAT. Inoltre, la modalità proposta dall'Autorità consente all'utente di effettuare un agevole confronto con le altre offerte vigenti su base annuale, in quanto tutti gli operatori saranno vincolati, laddove l'utente aderisse a una delle offerte disponibili nel mercato, a tenere il prezzo fermo per 12 mesi rispetto al momento dell'accettazione del contratto. Tale confrontabilità sarebbe difficoltosa nel caso in cui, senza tale vincolo, il mese di aumento del canone, rispetto al momento dell'adesione al contratto, fosse differente da un operatore all'altro.

L'Autorità ritiene, rispetto al secondo punto dell'equilibrio contrattuale che, se è vero che gli operatori con un aumento sincrono dei canoni possono pianificare agevolmente i ricavi nel corso dell'anno, d'altro canto anche se gli aumenti sono distribuiti su 12 mesi è comunque possibile effettuare delle stime che, in media, consentono di effettuare le necessarie previsioni di entrata. Per contro l'Autorità ritiene che in tal modo sia apprezzabile il beneficio per gli utenti in termini di trasparenza e riequilibrio contrattuale.

O.240 **OMISSIS** **condivide** la proposta ma ritiene che andrebbe meglio chiarito e circoscritto l'esatto ambito applicativo, es. in relazione alla tipologia di utenti (solo consumatori) e di servizi (servizio di accesso a Internet o un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero accessibile al pubblico).

V.153 **AGCOM**. In risposta a una associazione che chiede di chiarire l'ambito applicativo si conferma che l'articolo in questione si applica agli utenti finali e a tutti i servizi di comunicazioni elettroniche.

O.241 **La ("OMISSIS")** ritiene che occorra prevedere, anche in questo caso, l'esonero dalla applicazione delle disposizioni ivi citate per le grandi imprese, che potranno caso per caso negoziare l'indice di prezzi al consumo ritenuto congruo.

V.154 **AGCOM**. Si rinvia a quanto già chiarito in relazione all'ambito di applicazione del Regolamento. Nel caso di specie si fa riferimento all'utente finale. Si condivide, tuttavia che le medie e grandi imprese, nell'ambito della negoziazione del contratto, potranno individuare le idonee misure per l'eventuale applicazione dell'adeguamento all'ISTAT.

O.242 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** espone i seguenti commenti.

Con riferimento al **comma 1 e, in particolare,** alla dicitura "...*al fine di prevedere un adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo...*" esprime contrarietà alla possibilità per l'operatore di applicare la norma a sua discrezione. L'operatore, infatti, può proporre contratti per l'erogazione di servizi legati all'indice prezzi e/o contratti non legati all'indice. Tuttavia, il consumatore non può aderire ad un contratto che prevede una possibilità di variazione dei prezzi che si applica quando e se vuole l'operatore. Tale modalità, arbitraria, non è in linea con un principio di corretta e trasparente informazione, oltre che al diritto ad un'adeguata scelta e comparazione fra offerte.

V.155 **AGCOM**. Rientra nella strategia commerciale dell'operatore di decidere se e quando applicare clausole di indicizzazione. Tuttavia, proprio al fine di evitare la eccessiva discrezionalità rilevata dall'associazione, l'Autorità ha messo a punto una completa disciplina nel caso di utilizzo di un indice di aumento oggettivo senza diritto di recesso, tra cui il divieto di inserimento di *mark up* e soglie minime, l'obbligo di non applicare aumenti prima di 12 mesi, l'utilizzo di indici riconosciuti e oggettivi.

O.243 **ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**. Nel condividere il contenuto del **comma 5**, ritiene che lo stesso debba decorrere dall'entrata in vigore di questo regolamento e non può assolutamente essere valido per modifiche contrattuali, relative alla tematica trattate in questo articolo, avvenute prima dell'entrata in vigore di questo regolamento che devono essere dichiarate nulle.

V.156 **AGCOM**. Sulla decorrenza e retroattività delle misure si rinvia al contenuto della successiva sezione.

O.244 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ha prodotto tre contributi in merito a tale articolo. L'associazione si dichiara fermamente contraria a qualunque ipotesi di concedere alle compagnie telefoniche la **possibilità di adeguare automaticamente e periodicamente le tariffe telefoniche all'andamento del tasso d'inflazione**. Chiede che il divieto di tale pratica sia assoluto e senza eccezioni. Tale possibilità va considerata illegittima e vietata non solo per i contratti futuri ma anche per i contratti in essere che già prevedono un meccanismo di indicizzazione.

Non condivide il contenuto del comma 2 e, in particolare, la facoltà di aumentare il canone senza che vi sia diritto di recesso senza costi laddove l'adeguamento sia "dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico".

L'associazione non condivide in particolare che, anche per i contratti che prevedono già un meccanismo di indicizzazione, **comma 2**, il conseguente aumento del canone "*non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali*". La variazione del prezzo, infatti, non è realmente contrattualmente prevista, essendo indeterminata ed essendo non determinabile ex ante ma solo ex post (ammettendo che vengano indicati con precisione gli indici e il periodo di applicazione degli stessi); quindi, il nuovo prezzo configura comunque una variazione contrattuale, essendo noto solo in un momento successivo alla conclusione del contratto.

L'associazione ritiene che gli operatori possano comunque adeguare i canoni periodicamente per tener conto dell'inflazione, piuttosto che per fronteggiare maggiori costi o semplicemente per incrementare i loro profitti. Trattandosi di variazione contrattuale, il consumatore non solo ha diritto a un adeguato

preavviso, non inferiore a trenta giorni, ma può recedere o passare ad altro operatore senza incorrere in alcuna penale o costi di disattivazione.

V.157 **AGCOM**. In disparte dal richiamo al contenuto della sentenza della Corte di giustizia e a tutto quanto in precedenza chiarito, si fa presente che l'Autorità ha previsto, al comma 1, che una proposta contrattuale con adeguamento all'inflazione deve essere esplicitamente accettata. L'operatore, pertanto, non può comunicare tale modifica in applicazione dello ius variandi. Il comma 2 si applica solo per contratti a cui l'utente ha già aderito liberamente.

Lo squilibrio contrattuale tra l'utente finale e l'operatore, in caso di utilizzo di un indice oggettivo senza diritto di recesso senza costi ai sensi del comma 2, viene sanato con una serie di misure quali il disporre che l'operatore deve comunque prevedere offerte senza indicizzazione.

In aggiunta se l'aumento supera il 5% l'utente può cambiare offerta senza costi.

In secondo luogo, l'Autorità ha richiesto una esaustiva serie di misure di trasparenza pre- e post-contrattuale.

Va inoltre detto che l'adesione ad un'offerta indicizzata che rispetta i requisiti fissati nella delibera potrebbe anche essere conveniente per l'utente, laddove il valore di partenza del canone fosse inferiore a offerte non indicizzate e tenuto conto che la prima variazione non può applicarsi prima di 12 mesi dalla stipula nei casi di cui al comma 2.

Si aggiunga che l'Autorità ha previsto che dopo 24 mesi, a seguito della proroga contrattuale, l'utente può comunque recedere senza costi.

Di fatto, pertanto, all'utente si applicherebbe, senza diritto di recesso senza costi ai sensi del comma 2, un solo aumento nel corso del periodo di 24 mesi. L'opposizione dell'associazione non appare, pertanto, giustificata alla luce delle numerose previsioni di tutela previste dal presente provvedimento.

O.245 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** con riferimento alla sentenza della Corte di Giustizia dell'Ue (Quarta Sezione) del 26 Novembre 2015 nella causa C-326/14, citata nella delibera n. 89/23/CONS, ritiene che trattasi di un documento che si limita, in un caso di specie, a dare un'interpretazione di una direttiva oramai abrogata<sup>31</sup>, ossia la direttiva 2002/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002, oggi fuori contesto rispetto ad un quadro normativo successivo ben più avanzato a tutela dei consumatori.

La Corte di Giustizia dell'Ue non estende *motu proprio* il quesito rispetto ad altre normative esistenti o ad altri articoli della stessa direttiva, limitandosi a rispondere solo a quella questione pregiudiziale, in questo caso interpretare l'articolo 20 paragrafo 2.

Secondo l'associazione la direttiva del 2002 sarebbe stata superata dall'introduzione del Codice del Consumo del 2005, dalla Legge n. 40 del 2007 sul recesso anticipato, dal Codice delle comunicazioni elettroniche del 2003 (D.Lgs n. 259/2003) come modificato anche dal D.Lgs n. 207 del 2021 che, attuando la direttiva (UE) 2018/1972, ha introdotto l'art. 98 septies decies comma 5 sul "diritto di recedere dal contratto ovvero di cambiare operatore, senza incorrere in alcuna penale né costi di disattivazione, al momento dell'avvenuta comunicazione di modifiche delle condizioni contrattuali",

---

<sup>31</sup> Riporta che la direttiva del 2018 all'art. 125 abroga le direttive 2002/19/CE, 2002/20/CE, 2002/21/CE e 2002/22/CE.

così come l'art. 98-quindecies sulla trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni, che prevede che l'Autorità provveda affinché gli utenti finali abbiano uno strumento di confronto per quanto riguarda prezzi e tariffe dei servizi forniti e che lo strumento di confronto deve comprendere "la possibilità di comparare prezzi, tariffe", cosa che l'associazione ritiene impossibile da fare in caso di adeguamento all'inflazione.

L'associazione cita inoltre le novità introdotte nel 2018, rispettivamente con gli articoli 105 e 103 della Direttiva; riporta che all'art. 1 la Direttiva elenca, tra gli scopi della stessa, quello di garantire "una concorrenza efficace e un'effettiva possibilità di scelta" che non verrebbe garantita se il consumatore non è in grado di sapere quale è l'offerta più conveniente; riporta inoltre che l'art. 83 comma 2 prevede che "le autorità nazionali di regolamentazione possono prescrivere a tali imprese di rispettare determinati massimali per quanto riguarda i prezzi al dettaglio, di controllare le singole tariffe o di orientare le proprie tariffe ai costi o ai prezzi su mercati comparabili al fine di tutelare gli interessi degli utenti finali e promuovere nel contempo un'effettiva concorrenza"; aggiunge che nei vari considerati (265) la Direttiva prevede che "la disponibilità di informazioni trasparenti, aggiornate e comparabili su offerte e servizi costituisce un elemento fondamentale per i consumatori in mercati concorrenziali", che "è opportuno che gli utenti finali siano in grado di confrontare agevolmente i prezzi dei vari servizi offerti sul mercato" e che, quindi, "per permettere loro di confrontare facilmente i prezzi e i servizi, le autorità competenti, in coordinamento, se del caso, con le autorità nazionali di regolamentazione, dovrebbero essere in grado di esigere dai fornitori di servizi di accesso a internet o di servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico una maggiore trasparenza in materia di informazione (incluse tariffe, qualità del servizio, condizioni applicabili alle apparecchiature terminali fornite e altre statistiche pertinenti)".

V.158 **AGCOM**. Avuto riguardo all'argomentazione dell'associazione secondo cui la sentenza della Corte di giustizia sarebbe superata dal successivo quadro normativo si rappresenta che la norma sullo *ius variandi* non ha subito sostanziali modifiche. Infatti, nella versione precedente l'entrata in vigore del nuovo Codice, l'art. 70 comma 4 disponeva quanto segue: "*il contraente, qualora non accetti le modifiche delle condizioni contrattuali da parte delle imprese che forniscono reti o servizi di comunicazione elettronica, ha diritto di recedere dal contratto senza penali né costi di disattivazione. Le modifiche sono comunicate al contraente con adeguato preavviso, non inferiore a trenta giorni, e contengono le informazioni complete circa l'esercizio del diritto di recesso. L'Autorità può specificare la forma di tali comunicazioni*".

In relazione alla valutazione relativi al cambiamento del quadro normativo di riferimento, rispetto a quello alla base del pronunciamento della Corte del 2015, l'Autorità ha già fornito i necessari chiarimenti al paragrafo 49 della delibera n. 89/23/CONS che si confermano e richiamano nella precedente sezione<sup>32</sup> V.143 in risposta ad analogo questione sollevata da un operatore.

---

<sup>32</sup> Gli Obblighi di informazione applicabili ai contratti sono definiti, nel quadro normativo vigente, all'art. 98-quaterdecies del Codice di cui si è ampiamente discusso nelle sezioni precedenti.

Si è poi ampiamente discusso degli obblighi di cui all'Art. 98-septiesdecies inerenti alla Durata dei contratti e diritto di recesso anche nel caso di Offerte di pacchetti (art.98-noviesdecies).

Le misure relative alla Trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni sono definite all'art. 98-quindecies (ex art. 103 eec – art. 71 Codice 2003).

L'associazione, inoltre, evidenzia che il quesito alla Corte non chiedeva se fosse lecito adeguare all'inflazione il contratto, ma solo se, dato l'adeguamento, si aveva diritto a recedere senza penali.

La posizione dell'associazione appare limitare la portata della sentenza la quale, dovendosi pronunciare sul quesito posto, ha evidentemente superato la questione se un contratto con adeguamento all'ISTAT fosse ammesso. Non avrebbe avuto senso il pronunciamento sul quesito laddove basato su un presupposto errato in radice. Ad ogni buon fine, rispetto alle motivazioni che l'associazione ha addotto a voler dimostrare che un contratto con indicizzazione non dovrebbe essere ammesso, l'Autorità ha puntualmente replicato nei precedenti passaggi.

**O.246 UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, sul tema dell'introduzione delle clausole indicizzate, richiama la sentenza del Cds 8024/2019 in cui si statuisce quanto segue: *“Ritiene il Collegio che, quantomeno nel quadro dei rapporti contrattuali caratterizzati da una forte asimmetria tra i contraenti, la ricostruzione in termini di bilateralità del meccanismo modifica-recesso sia fuorviante. Il contegno dell'utente che ometta di esercitare il recesso non è sufficiente a ricondurre la variazione disposta unilateralmente dall'operatore professionale ad un accordo. Il cliente “subisce” la modifica apportata ex uno latere e che egli non ha voluto. Ad impedire di riconoscere al silenzio il significato di accettazione delle nuove condizioni contrattuali sta una fondamentale considerazione: il recesso permette al titolare, non la conservazione delle condizioni contrattuali originariamente con...”*.

Ciò significa che sin dal 2019 non si poteva introdurre una clausola che stravolge il contratto in maniera totale (come quella dell'indicizzazione all'inflazione) senza accettazione espressa.

---

In base al comma 1 del succitato articolo “Qualora i fornitori di servizi di accesso a internet o di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico assoggettino la fornitura di tali servizi a termini e condizioni, l'Autorità provvede affinché le informazioni di cui all'allegato 9 siano pubblicate da tutti i fornitori in questione o dalla stessa Autorità, in forma chiara, esaustiva, idonea alla lettura automatica e in un formato accessibile per i consumatori con disabilità, conformemente al diritto dell'Unione che armonizza i requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi. Tali informazioni sono costantemente aggiornate. L'Autorità può precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui tali informazioni devono essere pubblicate.”.

Tra le informazioni da pubblicare di cui all'Allegato 9 rientrano:

2.2. Le tariffe del servizio offerto, incluse informazioni sui volumi delle comunicazioni (quali le restrizioni all'uso dei dati, il numero dei minuti di chiamata, il numero di messaggi) di piani tariffari specifici e sulle tariffe applicabili per le unità aggiuntive di comunicazione, sui numeri o i servizi soggetti a particolari condizioni tariffarie, sul costo dell'accesso e della manutenzione, sui costi di utenza, le formule tariffarie speciali e destinate a categorie di utenti specifiche ed eventuali costi supplementari, nonché sui costi relativi alle apparecchiature terminali.

2.4. Condizioni contrattuali generali, comprese quelle relative alla durata del contratto, alle commissioni per la cessazione anticipata del contratto, a diritti relativi alla cessazione delle offerte a pacchetto o ai relativi elementi e alle procedure e costi diretti legati alla portabilità dei numeri e di altri identificatori, se pertinenti.

In materia di Servizio universale, l'art. 94 (Servizio universale a prezzi accessibili) (ex art. 84 eec - art. 6 cod. 2003) il Codice prevede che:

1. Su tutto il territorio nazionale i consumatori hanno diritto ad accedere a un prezzo accessibile, tenuto conto delle specifiche circostanze nazionali, a un adeguato servizio di accesso a internet a banda larga e a servizi di comunicazione vocale, che siano disponibili, al livello qualitativo specificato, ivi inclusa la connessione sottostante, in postazione fissa, da parte di almeno un operatore. Il Ministero e l'Autorità, nell'ambito delle rispettive competenze, vigilano sull'applicazione del presente comma.

2. L'Autorità può assicurare l'accessibilità economica dei servizi di cui al comma 1 non forniti in postazione fissa qualora lo ritenga necessario per garantire la piena partecipazione sociale ed economica dei consumatori alla società.

Il quadro normativo vigente, pertanto, conferma e, se del caso, aumentare le tutele contrattuali per gli utenti finali. Ciò consente di estendere al caso di specie le conclusioni della Corte.

Pertanto, alla luce della sentenza citata e del quadro normativo vigente e sopra richiamato, si ritiene di poter fornire, in relazione a tali tipologie di contratto, le seguenti indicazioni al mercato.

L'associazione osserva che alla luce della giurisprudenza citata, per introdurre tale clausola non si può procedere con una mera comunicazione in opt-out, ma è necessaria l'accettazione espressa su supporto durevole (opt in). Si tratta di un principio affermato da diverse sentenze del Consiglio di Stato: una clausola che cambia in maniera radicale la natura del contratto deve essere sottoscritta dal consumatore per essere valida.

O.247 Nel corso della audizione, **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, anche per conto di **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, interviene sul tema dell'indicizzazione, chiedendo che i contratti debbano indicare in modalità perentoria se siano o meno indicizzati, senza alcun margine interpretativo del tipo” potrà prevedere”. Inoltre, deve essere previsto obbligatoriamente anche un numero minimo di offerte che non contemplano il citato meccanismo di indicizzazione, anche ai fini della comparabilità delle offerte. Le associazioni chiedono, altresì, di eliminare al comma 1 dell'articolo 8-quarter la frase “*in casi di contratti che non prevedono già tale meccanismo*”; di specificare nell'art. 8-quater (comma 1) quale indice si prende in considerazione; si chiede, inoltre, nel caso di telemarketing, l'accettazione per iscritto della clausola di indicizzazione (la clausola indicizzata sia considerata vessatoria e sottoposta alla doppia accettazione del cliente).

V.159 **AGCOM**. Il **comma 1** prevede che *La proposta di modifica, da parte dell'operatore, delle condizioni contrattuali al fine di prevedere un adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo, in caso di contratti che non prevedono già tale meccanismo, può essere attuata solo dopo esplicita accettazione, in forma scritta, da parte dell'utente finale. In caso di non accettazione della modifica contrattuale da parte dell'utente restano in vigore le condizioni contrattuali già previste.*

La frase in grassetto tiene conto del fatto che, se un contratto non prevede l'indicizzazione, non è possibile, per introdurla, l'applicazione dello ius variandi. L'Autorità, pertanto, non ne condivide la rimozione. L'Autorità concorda, altresì, con la necessità di indicare, senza margini interpretativi, se il contratto sia o meno indicizzato. In merito alla specificazione di quale indice si prenda in considerazione, si rinvia al paragrafo V.169.V.144

In relazione alla richiesta che, nel caso di telemarketing, vi sia l'accettazione per iscritto della clausola di indicizzazione (la clausola indicizzata sia considerata vessatoria e sottoposta alla doppia accettazione del cliente) giova il richiamo al D.Lgs. 06/09/2005, n. 206 Codice del consumo e, in particolare, gli articoli 33 e 34.

In particolare, la lettera o) del comma 2 dell'art.33 prevede tra le clausole che si presumono vessatorie quella di:

*o) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto;*

Il comma 6, tuttavia, prevede che:

*6. Le lettere n) e o) del comma 2 non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.*

L'Autorità ha, a tale proposito, richiesto agli operatori di descrivere con la massima trasparenza le modalità di variazione del prezzo. In aggiunta se l'aumento supera il 5% l'utente finale può passare, senza costi, nei casi di cui al comma 2 dell'articolo 8-quater, a un'offerta non indicizzata. La clausola,

pertanto, se rispetta i requisiti dell'articolo 8-quater del Regolamento, non è da considerarsi vessatoria.

Ad ogni buon fine si fa presente che l'articolo 51 prevede che, in caso di telemarketing, il contratto deve essere comunque accettato per iscritto salvo che il consumatore abbia convenuta di effettuarla su supporto durevole<sup>33</sup>.

O.248 **UNAASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** condivide quanto proposto in merito all'art. 8-quater e, in particolar modo, in relazione alla necessità che ci sia un'accettazione preventiva esplicita da parte del cliente alla sottoscrizione di un contratto indicizzato. Ritiene necessaria, tuttavia, una doppia accettazione (clausola vessatoria).

V.160 **AGCOM**. Come noto, nel codice del Consumo, cui il Codice delle comunicazioni elettroniche rinvia, le clausole vessatorie sono, ai sensi dell'art. 36, affette da nullità, anche se sottoposte alla doppia sottoscrizione. In considerazione di quanto sopra, si ritiene, pertanto, che il regime della doppia sottoscrizione, nel caso di specie, alla luce dell'attuale contesto normativo, non trovi applicazione. Ad ogni buon conto, la questione è di natura civilistica e, anche in considerazione dell'evoluzione del contesto normativo e giurisprudenziale, si ritiene di rinviare a tale ambito, per sua natura mobile, onde evitare possibili contrapposizioni.

Nel merito si rinvia a quanto prima chiarito in relazione al fatto che, ai sensi dell'art. 33 del Codice del consumo

*6. Le lettere n) e o) del comma 2 non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.*

L'Autorità ha, a tale proposito, richiesto agli operatori di descrivere con la massima trasparenza le modalità di variazione del prezzo. In aggiunta se l'aumento supera il 5% l'utente finale può passare, senza costi, a un'offerta non indicizzata. Se, pertanto, le proposte contrattuali rispettano i criteri stabiliti nell'articolo 8-quater non sussiste la vessatorietà della clausola.

## **2- Retroattività della misura**

O.249 **OMISSIS**, Proprio in tale ottica e tenuto conto della peculiarità della fattispecie che AGCOM si pone l'obiettivo di disciplinare, **ritiene opportuno che le previsioni di cui all'articolo 8-quater**

---

<sup>33</sup> Art. 50, Requisiti formali per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali, laddove prevede che:

1. Per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali il professionista fornisce al consumatore le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, su supporto cartaceo o, se il consumatore è d'accordo, su un altro mezzo durevole. Dette informazioni devono essere leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile.

2. Il professionista fornisce al consumatore una copia del contratto firmato o la conferma del contratto su supporto cartaceo o, se il consumatore è d'accordo, su un altro mezzo durevole, compresa, se del caso, la conferma del previo consenso espresso e dell'accettazione del consumatore in conformità all'articolo 59, comma 1, lettera o).

Art. 51, Requisiti formali per i contratti a distanza, prevede che:

6. Quando un contratto a distanza deve essere concluso per telefono, il professionista deve confermare l'offerta al consumatore, il quale è vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto; in tali casi il documento informatico può essere sottoscritto con firma elettronica ai sensi dell'articolo 21 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modificazioni. Dette conferme possono essere effettuate, se il consumatore acconsente, anche su un supporto durevole.

9. Il presente articolo lascia impregiudicate le disposizioni relative alla conclusione di contratti elettronici e all'inoltro di ordini per via elettronica conformemente agli articoli 12, commi 2 e 3, e 13 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni.

**siano applicate, una volta deliberato il provvedimento finale, non solo ai contratti conclusi dopo l'entrata in vigore della delibera finale ma a tutti i contratti in essere**, ai quali verrà applicata in futuro una clausola di adeguamento periodico ed automatico all'indice dei prezzi al consumo in difformità rispetto al regime stabilito. Ciò anche al fine di evitare discriminazioni, riconoscendo tutele differenti ai clienti di uno stesso Operatore che abbiano già sottoscritto contratti di questo tipo prima della conclusione della consultazione pubblica in oggetto, oltre che in un'ottica di trasparenza e chiarezza al fine di evitare che permangano sul mercato contratti difformi dal corretto paradigma regolamentare. **L'adeguamento dei contratti in essere alla disciplina che verrà adottata, vista la significativa novazione contrattuale, richiede la manifestazione di un rinnovato consenso ed implica di conseguenza l'esigenza di una nuova contrattualizzazione**. In assenza, deve quantomeno essere riconosciuto il diritto di recesso.

O.250 **OMISSIS**, con riferimento ai contratti che prevedono l'adeguamento all'indice dei prezzi al consumo, evidenzia che si dovrebbe mantenere il punto sul fatto che le manovre di inserimento di questo tipo di clausole già effettuate da altri operatori sul mercato e che non rispettano i principi e le indicazioni previste nel Regolamento, dovranno comportare l'attribuzione ai clienti del diritto di recesso senza costi al momento dell'applicazione dell'adeguamento dei prezzi come una normale modifica delle condizioni contrattuali ai sensi dell'art. 6 del Regolamento. Diversamente, tali operatori avrebbero un forte vantaggio competitivo nei confronti del resto del mercato. Nel corso dell'audizione, **OMISSIS** chiede di prevedere un diritto di recesso senza costi per i clienti che abbiano già ad oggi sottoscritto offerte indicizzate qualora le clausole presenti nei contratti non rispettino le condizioni indicate dall'Autorità.

O.251 **OMISSIS**. In merito alle tempistiche di applicazione delle clausole di indicizzazione dei prezzi in caso di modifiche contrattuali, in ottica di parità di trattamento, da un lato, e di garanzia del principio di comparabilità delle offerte, dall'altro, al fine di assicurare una protezione sempre più completa ed efficiente dei consumatori, ritiene opportuno indicare, analogamente a quanto previsto per le nuove sottoscrizioni, che l'adeguamento del prezzo possa essere applicato soltanto una volta decorso di un certo lasso di tempo a partire dalla data di accettazione della modifica contrattuale (art. 8-quater comma 1). Ciò consentirebbe anche di evitare aumenti di prezzo troppo ravvicinati rispetto al periodo in cui gli utenti hanno accettato la modifica contrattuale relativa all'indicizzazione.

Pertanto, in analogia con quanto già previsto in caso di nuove sottoscrizioni, propone di integrare l'art. 8 quater comma 5 dello schema di Regolamento al fine di prevedere che l'applicazione dell'adeguamento dei prezzi non possa avvenire prima di 12 mesi dall'accettazione della modifica contrattuale ai sensi dell'art. 8- quater comma 1.

O.252 **OMISSIS** suggerisce di integrare il testo di questo articolo al fine di garantire l'applicabilità di quanto previsto dall'articolo 8-quater del nuovo Regolamento anche ai contratti conclusi stipulati prima della sua entrata in vigore. Al fine di garantire parità di trattamento tra i diversi operatori presenti nel mercato e garantire adeguate tutele a tutti i consumatori, l'insieme delle disposizioni definite dall'Autorità ad esito del presente procedimento dovrà necessariamente applicarsi anche ai meccanismi di adeguamento annuale dei prezzi proposti da Wind Tre e TIM a partire dal mese di novembre 2022. Pertanto, sostiene **OMISSIS**, tali modifiche contrattuali dovranno essere considerate nulle e gli operatori che le hanno già introdotte prima dell'entrata in vigore del nuovo Regolamento (con particolare riferimento a TIM e Wind Tre) dovranno rinotificare ai propri clienti l'introduzione

del meccanismo di indicizzazione (i) rispettando tutti i requisiti ed obblighi che verranno definiti dall'Autorità e (ii) garantendo sempre all'utente finale l'effettiva possibilità, in caso di non accettazione della modifica contrattuale, di recedere dal contratto senza penali né costi di disattivazione, anche tramite il passaggio ad altro operatore.

O.253 **OMISSIS** ritiene vada inoltre precisato che il termine di standstill di 12 mesi, di cui al comma 5, non si applica, in ogni caso, ai clienti già in customer base che aderiscano alla proposta di variazione delle condizioni contrattuali di cui al punto 2.

O.254 **OMISSIS** ritiene che il **comma 1** comma non faccia chiarezza sui contratti che già sono stati modificati unilateralmente inserendo la possibilità per l'operatore di essere libero di applicare, dal 1° gennaio 2024, l'adeguamento delle proprie tariffe in base agli indici inflazionistici. Questo regolamento, quando sarà operativo, dovrà prevedere le modalità attuative per proporre una tariffa indicizzata all'inflazione con specifiche norme; pertanto, tutte le modifiche contrattuali che introducono un adeguamento all'indice dei prezzi, precedenti all'entrata in vigore di questo regolamento, devono essere ritenute nulle. Chiede pertanto di specificare che le regole dell'indicizzazione dei contratti devono valere anche per i contratti già sottoscritti. In altri termini l'adozione della delibera annulla gli effetti delle manovre di TIM e Wind Tre.

Nel condividere il contenuto del **comma 5**, ritiene che lo stesso debba decorrere dall'entrata in vigore di questo regolamento e non può assolutamente essere valido per modifiche contrattuali, relative alla tematica trattate in questo articolo, avvenute prima dell'entrata in vigore di questo regolamento che devono essere dichiarate nulle.

O.255 **ALCUNE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI** ritengono che le clausole di indicizzazione già introdotte da Wind Tre e Tim non rispettino la presente proposta di regolamentare e pertanto non debbano essere considerate valide, neppure in caso di eventuali modifiche e/o adeguamenti; le associazioni propongono infine di eliminare il passaggio "in caso di contratti che non prevedono già tale meccanismo".

**ALCUNE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI propongono di modificare il comma 5** come di seguito: "L'applicazione dell'adeguamento non può avvenire in prima applicazione prima di 12 mesi dall'adesione contrattuale per i nuovi contratti stipulati dalla pubblicazione della presente delibera, anche nel caso in cui sia già stata comunicata".

O.256 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** evidenzia che tutte le offerte indicizzate presenti sul mercato, di Tim e Wind Tre non corrispondono comunque a quanto previsto dalla proposta in consultazione, visto che *"le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento" non sono "caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione"*.

La proposta di Wind Tre, poi, non rispetta l'art. 8-quater, comma 3 della proposta di Regolamento, visto che, indipendentemente dall'indice Foi che verrà usato, quindi anche se scenderà, la variazione dovrà comunque essere almeno pari al 5%, violando il Regolamento laddove si prevede che, se si decide di far cambiare la tariffa in misura pari all'indice, si è obbligati a ripercuotere anche "le riduzioni di tale indice, diminuendo le tariffe", mentre Wind Tre contempla solo il caso di una variazione annua positiva. Risulterebbe violato anche il comma 4 secondo il quale non si possono

prevedere "correttivi", come appunto il 5%, "rispetto all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico", incluso "l'applicazione di soglie rispetto all'indice o mark up aggiunti nel corso del periodo contrattuale".

Anche la Tim contempla solo un aumento e non una diminuzione del costo mensile dell'offerta ("il costo mensile dell'offerta sarà incrementato annualmente in misura percentuale pari all'indice di inflazione (IPCA) ISTAT"). Tim viola anche il comma 4, visto che prevede "un correttivo rispetto all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico" pari a ben 3,5 punti percentuali.

Chiedono, quindi, in subordine al divieto assoluto di adeguare automaticamente e periodicamente le tariffe telefoniche all'andamento del tasso d'inflazione, che, comunque, anche per i contratti in essere, gli adeguamenti introdotti da Tim e Wind Tre siano considerati una modifica contrattuale, con conseguente diritto al recesso senza spese.

**O.257 UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** espone le seguenti osservazioni:

1) L'articolo 8-quater in consultazione prende le mosse dalle manovre di TIM e Wind Tre comunicate ai propri clienti nei mesi scorsi, come giustamente sottolinea il documento che accompagna la bozza di delibera. Ed è proprio da lì, da quelle manovre illegittime e poco trasparenti che occorre partire per stabilire le regole del gioco applicabili a tutti gli operatori del mercato indistintamente. Sia a coloro che hanno già comunicato manovre illegittime, sia a quegli operatori che ancora non hanno praticato alcuna manovra di adeguamento dei prezzi all'inflazione.

2) La delibera in consultazione distingue due casistiche:

a. L'applicazione delle clausole di adeguamento dei prezzi all'inflazione ai già clienti (ovvero a tutti coloro che hanno sottoscritto un contratto SENZA questo genere di clausole).

b. L'applicazione di queste clausole ai nuovi clienti (ovvero l'adesione a condizioni di contratto che già contengono questo genere di previsioni).

3) Per la prima categoria di clienti viene giustamente riconosciuto ed applicato un principio ormai consolidato da diverse sentenze del Consiglio di Stato in materia di novazione del contratto e limiti all'esercizio dello ius variandi. La delibera in questo caso non fa che riconfermare questo indirizzo ed ha quindi una sorta di **valore ricognitivo**. Sarà importante, pertanto, che l'Autorità vigili attentamente sulle manovre già comunicate da TIM e Wind Tre ai già clienti e accerti che nessuna clausola di adeguamento automatico dei prezzi venga applicata a chi ha sottoscritto un contratto che non contenesse fin da principio tale previsione. Gli operatori che hanno già comunicato l'introduzione di tale clausola alla propria base clienti mediante un meccanismo di modifica unilaterale delle condizioni contrattuali come normato dal vecchio articolo 70 del Codice delle comunicazioni (cosiddetto "opt out"), dovranno pertanto annullare gli effetti di tale manovra e dovranno necessariamente passare attraverso una nuova raccolta del consenso espresso e documentato con firma del cliente o consenso archiviato su supporto durevole (cosiddetto "opt in").

4) Relativamente alla seconda categoria di clienti, ovvero coloro che hanno sottoscritto fin da principio una clausola contrattuale di adeguamento automatico dei prezzi all'inflazione o un meccanismo analogo, occorre che l'Autorità garantisca che tale clausola rispetti il contenuto previsto dalla delibera in consultazione e sia pertanto coerente con la stessa. Non sarà possibile, pertanto, per chi (come Wind Tre e TIM) ha già inserito tali previsioni nelle condizioni generali di contratto,

applicare quanto di difforme contiene l'attuale previsione rispetto al contenuto della delibera. Per dirla in altri termini, la clausola dovrà essere corretta e rettificata soprattutto in relazione all'esistenza di un "mark-up" ulteriore rispetto al semplice recupero dell'inflazione secondo l'indice pubblico di riferimento o di un "tetto" di aumento minimo inderogabile ed applicato comunque anche in caso di indice di aumento dei prezzi al consumo inferiore a quel tasso. Inoltre, tali clausole contrattuali presenti nei contratti degli operatori dovranno contenere anche un meccanismo di adeguamento all'inflazione anche in caso di tasso negativo, ovvero qualora l'indice dei prezzi dovesse indicare un numero inferiore allo 0 e quindi consentire ai consumatori di avere una diminuzione del prezzo mensile pagato.

L'adeguamento ai contenuti della delibera delle manovre già comunicate ai clienti e soprattutto di quelle che incidono sui contratti già modificati mediante un illegittimo ius variandi rappresenta la priorità principale in ottica di trasparenza ed equità e di tutela effettiva ed efficace di tutti i consumatori. In caso contrario, la lettera e lo spirito di questo condivisibile intervento regolamentare dell'Autorità verrebbe completamente vanificato. Occorre ristabilire condizioni di equità e di trasparenza che già sono state alterate dalle "fughe in avanti" di alcuni operatori che hanno approfittato di questo supposto (ma inesistente, come evidenziato sopra) vuoto normativo per realizzare manovre e mutamenti contrattuali illegittimi e nulli.

La proposta di delibera cita correttamente la Sentenza del Consiglio di Stato 8024/2019: *"Ritiene il Collegio che, quantomeno nel quadro dei rapporti contrattuali caratterizzati da una forte asimmetria tra i contraenti, la ricostruzione in termini di bilateralità del meccanismo modifica-recesso sia fuorviante. Il contegno dell'utente che ometta di esercitare il recesso non è sufficiente a ricondurre la variazione disposta unilateralmente dall'operatore professionale ad un accordo. Il cliente "subisce" la modifica apportata ex uno latere e che egli non ha voluto.*

*Ad impedire di riconoscere al silenzio il significato di accettazione delle nuove condizioni contrattuali sta una fondamentale considerazione: il recesso permette al titolare, non la conservazione delle condizioni contrattuali originariamente convenute, ma soltanto l'uscita dal rapporto; la difficoltà per gli utenti più vulnerabili di destreggiarsi sul mercato costituisce per essi un disincentivo significativo ad avvalersi della facoltà di exit".*

Questo significa che sin dal 2019 non si poteva introdurre una clausola che stravolgesse il contratto in maniera totale (come quella dell'indicizzazione all'inflazione) senza accettazione espressa del consumatore. Questo comporta che le manovre di introduzione delle clausole inflattive già poste in essere da Tim e Wind Tre a partire da novembre 2022 erano già illegittime al momento in cui furono operate e violarono e violano i diritti dei consumatori. A questo si deve dare rimedio all'interno della delibera in discussione.

Il tema non è solo come trattare futuri casi di introduzione di questo tipo di clausole, ma soprattutto come tutelare i milioni di consumatori cui è già stata inserita illegittimamente la clausola nel contratto.

A tal proposito le associazioni propongono di emendare l'Articolo 8-quater (Contratti con previsione di adeguamento all'indice dei prezzi al consumo) con l'introduzione del seguente comma 13:

*"le disposizioni del presente articolo si applicano a tutti i contratti indipendentemente dal momento della stipula. Eventuali clausole di adeguamento dei prezzi al consumo già comunicate ed introdotte*

*nei contratti devono essere adeguate e rese conformi alle disposizioni di cui al presente articolo anche, ove necessario, tramite la raccolta di un nuovo consenso su supporto durevole. ”*

O.258 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che l’art. 8-quater dovrebbe altresì prevedere l’esclusione dal meccanismo di adeguamento per i contratti sottoscritti precedentemente l’entrata in vigore del Regolamento.

V.161 **AGCOM. L’Autorità** ritiene condivisibile la richiesta di alcuni operatori di prevedere, per i contratti che sono stati già modificati, prima dell’adozione del presente provvedimento, in modo unilaterale senza previsione del consenso espresso oltre che in assenza dei minimi requisiti di trasparenza, un intervento che tenga conto del fatto che tale variazione è stata posta in essere in difformità al presente Regolamento. Va detto, a tale proposito, che l’Autorità, già a novembre e dicembre 2022, aveva comunicato agli operatori i propri dubbi sulla conformità al Codice delle manovre proposte da TIM e Wind Tre.

Si ritiene, pertanto, ragionevole che agli utenti a cui è stata applicata in modo unilaterale l’indicizzazione, in difformità ai commi 1-4, sia inviata una comunicazione in merito alla necessità di esprimere il proprio consenso espresso in merito alla clausola di indicizzazione la quale, in assenza di tale accettazione deve ritenersi nulla.

Si introduce, pertanto, il seguente comma 14 all’articolo 8-quater:

*14. Le disposizioni del presente articolo si applicano a tutti i contratti indipendentemente dal momento della stipula. Eventuali clausole di adeguamento dei prezzi al consumo già comunicate ed introdotte nei contratti devono considerarsi nulle in assenza della raccolta di un consenso esplicito, in opt in, ai sensi del comma 1 del presente articolo.*

V.162 **AGCOM.** Una associazione<sup>34</sup> rispondente richiede che, in analogia con quanto già previsto in caso di nuove sottoscrizioni, occorra integrare l’art. 8-quater, comma 5, dello schema di Regolamento al fine di prevedere che l’applicazione dell’adeguamento dei prezzi, anche per le modifiche contrattuali già comunicate, non possa avvenire prima di 12 mesi dall’accettazione della modifica contrattuale ai sensi dell’art. 8- quater comma 1.

Viceversa, **OMISSIS** ritiene vada precisato che il termine di standstill di 12 mesi, di cui al comma 5, non si applica, in ogni caso, ai clienti già in customer base che aderiscano alla proposta di variazione delle condizioni contrattuali di cui al punto 2.

**L’Autorità**, come prima chiarito, ritiene che alle modifiche contrattuali già comunicate, che come premesso non hanno previsto l’esplicita accettazione, si applichi il comma 1 del presente articolo per cui è necessario acquisire un esplicito consenso rispetto alla clausola di indicizzazione. Parimenti, una volta che l’utente finale è passato da un contratto non indicizzato a un contratto indicizzato, in caso di assenza del diritto di recesso ai sensi del comma 2, risulta applicabile il limite di 12 mesi, di cui al comma 5, per cui il primo aumento decorre dopo 12 mesi dall’adesione.

---

<sup>34</sup> **ALCUNE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI** propongono di modificare il comma 5 come di seguito: “L’applicazione dell’adeguamento non può avvenire in prima applicazione prima di 12 mesi dall’adesione contrattuale per i nuovi contratti stipulati dalla pubblicazione della presente delibera, anche nel caso in cui sia già stata comunicata”.

Quindi, per rispondere alla richiesta di **OMISSIS**, come sopra chiarito la società dovrà inviare una comunicazione in cui si informa l'utente finale della clausola di indicizzazione e si richiede un consenso espresso rispetto alla stessa.

### ***3- Casi di adeguamento superiore al 5%***

*7. In caso di adeguamento superiore al 5% del canone l'utente finale può richiedere all'operatore di passare a un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo di adeguamento.*

O.259 **OMISSIS** ritiene utile modificare la proposta di cui al **comma 7** secondo il quale “*In caso di adeguamento superiore al 5% del canone l'utente finale può richiedere all'operatore di passare a un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo di adeguamento*” prevedendo una facoltà in capo all'operatore e non un obbligo di avere una seconda offerta “non indicizzata”. In tal modo, ad avviso della Scrivente, si eviterebbe di sovraccaricare gli operatori (soprattutto quelli di medie e piccole dimensioni) di ulteriori oneri economici conseguenti alla necessità di creare nuove offerte commerciali con relativi nuovi sviluppi e processi IT e, al contempo, si lascerebbe loro la possibilità di scegliere sulla base delle consuete regole concorrenziali se prevedere una nuova offerta o meno.

O.260 Con riferimento **al comma 7 OMISSIS** chiede di chiarire che tale disposizione si applichi solo sul presupposto che l'operatore offra servizi con analoghe caratteristiche, privi di meccanismi di adeguamento.

V.163 **AGCOM**. Un rispondente e un'associazione richiedono di modificare il comma 7 prevedendo la facoltà, e non l'obbligo, dell'operatore di proporre offerte non indicizzate.

L'Autorità non ritiene di accogliere la proposta per le ragioni indicate nel paragrafo V.143. Infatti, come premesso, la misura tende a riequilibrare il rapporto di forza contrattuale tra l'operatore e l'utente finale il quale, di fronte a un aumento eccessivo e non previsto, non potendo recedere senza costi ai sensi del comma 2, deve almeno poter passare a un'offerta che si colloca in analogia economica e di contenuti, ma senza indicizzazione.

O.261 **OMISSIS** ritiene che le offerte che prevedono una clausola di adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo non possano prevedere vincoli di durata contrattuale ma, al contrario, al fine di evitare fenomeni di lock-in, debbano prevedere sempre la possibilità per l'utente di recedere gratuitamente dal contratto, tanto più nel caso in cui l'adeguamento risulti superiore alla soglia del 5%. In un caso come questo, consentire al cliente di richiedere all'Operatore di passare ad un'offerta analoga che non preveda il meccanismo di adeguamento, senza consentire allo stesso di poter recedere senza oneri dal contratto, vorrebbe dire bloccare il cliente con meccanismi di lock-in, frustrando il suo diritto di passare liberamente ed agevolmente ad altro Operatore proprio in un momento in cui il significativo aumento di prezzo potrebbe e dovrebbe stimolare la competizione.

O.262 **OMISSIS** reputa fondamentale che, in caso di adeguamento superiore al 5% del canone, all'utente sia garantito il diritto di recedere dall'offerta senza costi o penali (anche attraverso il passaggio ad altro operatore). La possibilità per l'utente di richiedere all'operatore, nel caso sopra descritto, di passare ad un'altra offerta con caratteristiche analoghe (ma senza indicizzazione),

attualmente proposta dall’Autorità, non risulta difatti idonea a garantire il giusto equilibrio tra la tutela degli utenti finali rispetto di picchi inflattivi ed il diritto degli operatori di definire liberamente la propria strategia di pricing che risulterebbe leso da (i) la necessità di mantenere offerte che non prevedono l’inflazione e di (ii) sottostare a vincoli cogenti rispetto alla tipologia di offerte alternative da proporre agli utenti.

V.164 **AGCOM**. Due rispondenti propongono di prevedere, per aumenti superiori al 5%, il diritto di recesso senza costi. L’Autorità non ritiene di accogliere la proposta in quanto, tenuto conto della sentenza della Corte di giustizia europea, se l’aumento rispetta i requisiti di cui ai commi 2-4, non è applicabile, nel momento in cui interviene l’aumento, lo ius variandi e, pertanto, nemmeno il recesso senza costi.

O.263 **OMISSIS** commentano il solo comma 7, osservando che tale disposizione possa applicarsi solo qualora sia prevista una offerta analoga che non preveda il meccanismo di adeguamento.

O.264 **OMISSIS** reputa fondamentale chiarire cosa si intenda per offerta di “analoghe caratteristiche” senza meccanismo di adeguamento, cui l’utente finale può richiedere di passare quando l’adeguamento è superiore al 5% del canone (il prezzo potrebbe infatti essere maggiore).

O.265 Con riferimento infine al cap previsto al comma 7 della norma in parola, **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** fa presente che non dispone, al momento, di strumenti di analisi statistica per poter giudicare la congruità della misura del 5%, ma piuttosto sottolinea la necessità che la norma stessa consenta all’utente finale – qualora l’adeguamento superi tale soglia percentuale – di poter passare ad un’altra offerta che abbia, in maniera generica, non solo <<analoghe caratteristiche>>, ma specificamente lo stesso prezzo del contratto in essere al momento dell’applicazione dell’adeguamento all’inflazione superiore al 5%.

V.165 **AGCOM**. Un operatore chiede di chiarire cosa si intenda, nel comma 7, per offerte con caratteristiche analoghe. Un’associazione di consumatori ritiene che con il termine stesse caratteristiche debba intendersi lo stesso prezzo del contratto in essere al momento dell’applicazione dell’adeguamento.

L’Autorità ritiene che l’operatore debba far riferimento a offerte che, rispetto all’offerta proposta come modifica contrattuale, presenti analoghe caratteristiche tecniche, di contenuto, e analoghi costi una tantum e ricorrenti rispetto a quella vigente con indicizzazione. L’operatore, a tale riguardo, dovrà aver cura di predisporre, nel proprio portafoglio, un pacchetto di offerte, non indicizzate, che soddisfano tale criterio secondo i canoni di ragionevolezza e buona fede contrattuale.

O.266 **OMISSIS** non ritiene condivisibile prevedere che in caso di un aumento dei prezzi superiore al 5%, al cliente deve essere concesso il diritto di passare ad un’offerta di pari caratteristiche non indicizzata. Nella denegata ipotesi in cui l’Autorità confermi tale previsione, si auspica almeno che la stessa possa essere riformulata nella direzione di mettere a disposizione dei clienti interessati almeno una offerta senza clausola di adeguamento annuale dei prezzi. Ciò in analogia a quanto previsto dalla normativa vigente per le offerte con durata pari a 12 mesi del primo periodo di impegno contrattuale.

Questa previsione appare avere, secondo la società, una ratio di difficile comprensione, a maggior ragione nel framework regolamentare delineato dallo schema di provvedimento posto in consultazione, dove l’entità dell’adeguamento dei prezzi è integralmente allineato alle variazioni

dell'indice ISTAT. A prescindere dal merito, inoltre, si evidenzia un livello elevatissimo di complessità operativa ove, per ottemperare alla suddetta previsione, un operatore debba arrivare al paradosso di duplicare integralmente il proprio catalogo d'offerta nelle due versioni, con adeguamento ISTAT e senza.

Come già detto la società rammenta che l'IPC è stato considerato in passato nell'ambito della regolamentazione dei mercati al dettaglio come un elemento legittimante la variazione dei prezzi. Pertanto, prevedere un tetto all'aumento, oltre cui dover concedere al cliente di passare ad un'offerta di pari caratteristiche senza la clausola di adeguamento ISTAT, si tradurrebbe di fatto in una regolamentazione dei prezzi al dettaglio, che andrebbe a negare in nuce il framework regolatorio, ispirato alla neutralità contrattuale degli aumenti integralmente commisurati all'indice ISTAT, voluto dalla stessa AGCOM.

Per quanto sopra argomentato, la Scrivente auspica che l'Autorità voglia espungere la previsione in questione dal Regolamento. Nella denegata ipotesi in cui AGCOM non voglia rimuovere la previsione in parola dal provvedimento finale, si auspica che la stessa possa essere riformulata imponendo agli operatori di mettere a disposizione dei clienti almeno una offerta senza clausola di adeguamento annuale dei prezzi. Ciò in analogia a quanto previsto dalla normativa vigente per le offerte con durata pari a 12 mesi del primo periodo di impegno contrattuale.

**V.166 AGCOM.** L'Autorità ritiene che uno degli obiettivi della misura proposta sia quella di mettere a disposizione dei clienti alcune offerte senza clausola di adeguamento annuale dei prezzi.

L'Autorità non ritiene, pertanto, di accogliere la proposta di un operatore che richiede di modificare il comma 7 prevedendo l'obbligo di mettere a disposizione degli utenti una sola offerta non indicizzata. L'Autorità ritiene tale proposta non accoglibile in quanto una sola offerta non indicizzata non consentirebbe di mettere a disposizione degli utenti un ventaglio di proposte che siano in grado di costituire una accettabile alternativa al contratto indicizzato in caso di aumento superiore al 5%. L'Autorità ritiene, ad ogni buon fine, che un ragionevole numero di offerte non indicizzate possa essere sufficiente a soddisfare le esigenze dei consumatori, secondo criteri di proporzionalità e buona fede e nel rispetto della libertà commerciale della Società.

**O.267 UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI,** in relazione al comma 7, ritiene che debba essere garantito che il passaggio ad un'offerta senza il meccanismo di adeguamento, qualora le variazioni del canone superi il 5%, avvenga sempre senza costi.

**O.268 ALCUNE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI,** in relazione al Comma 7 – ossia in merito alla questione delle implicazioni derivanti da una percentuale di aumento superiore al 5% previste dal presente comma, propongono di prevedere due opzioni:

- In caso di adeguamento superiore al 3%, l'utente può richiedere all'operatore di passare senza alcun onere a un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo di adeguamento. Il passaggio deve essere totalmente gratuito, soprattutto qualora non sia stata mantenuta la durata minima dell'offerta, evitando eventuali soluzioni alternative (ad esempio il recupero sconti)
- In caso di adeguamento superiore al 5%, l'utente può passare ad altro operatore senza alcun onere.

Diversamente, qualora tale proposta non fosse ritenuta meritevole di accoglimento, si propone comunque di prevedere in presenza di aumenti superiori al 5% il passaggio senza alcun onere ad un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo dell'adeguamento.

Si propone di concludere il presente comma specificando che “di tale previsione deve esserne data chiara ed inequivocabile indicazione nelle comunicazioni alla clientela”.

O.269 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene, in merito al comma 7 dell'art. 8-  
quater del Regolamento, che nel caso la variazione superi il 5%, il consumatore deve poter cambiare offerta senza sostenere alcun onere.

O.270 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** invita a rivedere verso il basso il tetto del 5% previsto al comma 7 cit. che consente al cliente di passare ad offerta non indicizzata e chiede che sia previsto che vi siano anche contratti non indicizzati.

V.167 **AGCOM**. L'Autorità ritiene condivisibile che il passaggio ad altra offerta, con analoghe caratteristiche, avvenga senza costi per l'utente atteso che lo stesso si trova nella condizione di dover sopperire ad un aumento rilevante.

Si ritiene condivisibile che di tale possibilità gli operatori forniscano adeguata informazione, sui canali previsti, agli utenti.

Avuto riguardo alla congruità del tetto l'Autorità ritiene di confermare il valore del 5%, tenuto conto dei valori di inflazione registrati negli ultimi due anni.

L'Autorità, pertanto, integra il comma 7 come segue:

*7. In caso di adeguamento superiore al 5%, di cui al comma 3, del canone l'utente finale può richiedere all'operatore di passare a un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo di adeguamento. Il passaggio avviene senza costi per l'utente. Di tale previsione gli operatori danno chiara ed inequivocabile indicazione nelle comunicazioni alla clientela di cui al comma 6*

#### ***4-Scelta dell'indice di inflazione da utilizzare***

O.271 **OMISSIS**, in riscontro al quesito posto dall'Autorità a pagina 48 della delibera in questione ritiene opportuno che sia lasciata alla discrezionalità degli operatori la scelta dell'indice nazionale da utilizzare; in ogni caso qualora si decidesse di utilizzare un unico indice ritiene opportuno considerare il FOI (relativo ai prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati) in quanto risulta essere ad oggi quello più utilizzato a livello nazionale.

O.272 **OMISSIS**, avuto riguardo all'indice dei prezzi al consumo, presenta che l'Istat produce tre diversi indici dei prezzi al consumo:

- per l'intera collettività nazionale (NIC),
- per le famiglie di operai e impiegati (FOI) e
- l'indice armonizzato europeo (IPCA).

I tre suddetti indici dei prezzi al consumo hanno finalità differenti:

- il NIC misura l'inflazione a livello dell'intero sistema economico; in altre parole, considera l'Italia come se fosse un'unica grande famiglia di consumatori, all'interno della quale le abitudini di spesa sono ovviamente molto differenziate. Per gli organi di governo il NIC rappresenta il parametro di riferimento per la realizzazione delle politiche economiche;
- il FOI si riferisce ai consumi dell'insieme delle famiglie che fanno capo a un lavoratore dipendente (extragricolo). È l'indice usato per adeguare periodicamente i valori monetari, ad esempio gli affitti o gli assegni dovuti al coniuge separato;
- l'IPCA è stato sviluppato per assicurare una misura dell'inflazione comparabile a livello europeo. Infatti, viene assunto come indicatore per verificare la convergenza delle economie dei paesi membri dell'Unione Europea, ai fini dell'accesso e della permanenza nell'Unione monetaria.

Se l'indice utilizzato dagli operatori per adeguare i prezzi retail deve essere un indice oggettivo prodotto da un ente terzo super partes (Istat), dei tre il più aderente allo scopo sembra essere il FOI (by definition); del resto è lo stesso indice utilizzato per lo stesso scopo anche da altre utilities come **OMISSIS**.

Circa l'opportunità di avere o meno un unico indice tra i vari operatori, **OMISSIS** non ritiene questo un requisito imprescindibile, potendo anche gli operatori avvalersi di indici diversi purché tali indici, oltre ovviamente ad essere oggettivi, pubblici ed espressi da soggetti terzi autorevoli e indipendenti (es. ISTAT), siano mantenuti nel tempo e non vengano ad essere sostituiti dagli operatori che li hanno adottati, per convenienza.

O.273 **OMISSIS**, con riferimento allo specifico quesito posto dall'Autorità in merito all'indice da utilizzare per determinare l'adeguamento dei prezzi, ritiene che, in ossequio al principio della libera determinazione dei prezzi, ciascun operatore debba poter scegliere il proprio riferimento. Tuttavia, ove l'Autorità intenda disporre diversamente, **OMISSIS** ritiene che l'indice più adeguato, a cui ancorare gli adeguamenti tariffari, sia l'IPCA, essendo lo stesso un indicatore armonizzato a livello europeo.

O.274 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che vada chiarito nel Regolamento che l'ente di riferimento deputato alla rilevazione periodica dei prezzi è l'ISTAT. Va inoltre indicato nel Regolamento a quale coefficiente si fa riferimento, se il NIC il IPCA o il FOI.

Con riferimento al comma 6, ritiene che debba essere la stessa Agcom ad indicare la percentuale da usare per le variazioni tariffarie. Dopo 2 mesi, gli operatori, applicando la percentuale dichiarata, dovranno comunicare agli utenti interessati, per scritto o su supporto durevole, la nuova tariffa. La metodologia dovrebbe essere simile all'adeguamento ISTAT dei contratti d'affitto di locazione.

O.275 **ALCUNE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI** ritengono che allo scopo di rendere le offerte il più possibile trasparenti e confrontabili, è necessario definire univocamente quale sia l'indice da prendere a riferimento (NIC, IPCA o FOI).

O.276 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** richiede che l'indice di adeguamento ISTAT e il momento dell'adeguamento contrattuale in applicazione dello stesso sia uguale per tutti gli operatori per consentire la confrontabilità delle offerte.

O.277 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che l'imposizione in delibera degli specifici indici da utilizzare (se Foi, Ipca, Nic, se con o senza tabacchi, se congiunturale o tendenziale o medio annuo, l'esatto mese di riferimento da considerare per il calcolo della variazione degli indici, l'esatto mese e giorno a partire dal quale deve essere applicata la variazione) risolverebbe il problema della confrontabilità tra offerte variabili. Se un prezzo iniziale sarà inferiore a quello di un'altra compagnia, resterà infatti più conveniente anche nel tempo, essendo indicizzato allo stesso modo, con la stessa variazione percentuale. **Un passo avanti che sarebbe, quindi, importante rispetto alla delibera proposta**, anche se non risolutivo tanto quanto il divieto di adeguamento all'inflazione o consentire il recesso senza penali. L'indice uguale per tutti, infatti, può risolvere il problema della confrontabilità tra un'offerta a prezzo fisso più alto e una che ha inizialmente un prezzo più basso ma che è variabile nel tempo.

A tal proposito l'associazione suggerisce di imporre come indice di riferimento quello usato per adeguare periodicamente i valori monetari, ossia l'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati (FOI) al netto dei tabacchi. Tale indice si pubblica sulla Gazzetta Ufficiale ai sensi dell'art. 81 della legge 27 luglio 1978, n. 392.

L'associazione precisa che innumerevoli contratti tra soggetti privati sono obbligatoriamente indicizzati rispetto all'indice Foi, dai canoni di affitto all'assegno dovuto al coniuge separato. Dunque, è più che legittimo imporre alle compagnie tale indice.

V.168 **AGCOM**. L'Autorità rileva in sintesi che le associazioni dei consumatori sono sostanzialmente unanimi nel richiedere, principalmente per motivi di trasparenza e garanzia di confrontabilità delle offerte, un unico indice coincidente con il FOI. Gli operatori appaiono meno polarizzati rispetto alla scelta di un unico indice o più indici sebbene propendano per il FOI.

L'Autorità ritiene ragionevole la posizione delle associazioni di consumatori laddove considerano che un indice unico consenta, a vantaggio dei consumatori, una maggiore confrontabilità delle offerte.

Avuto riguardo alla scelta dell'indice l'Autorità ritiene opportuno utilizzare l'indice di riferimento usato per adeguare periodicamente i valori monetari, ossia l'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati (FOI) al netto dei tabacchi. D'altra parte, i contratti tra soggetti privati sono indicizzati rispetto all'indice Foi.

Si aggiunga che questa stessa Autorità ha utilizzato come IPC il FOI nell'ambito della regolamentazione dei prezzi al dettaglio e all'ingrosso.

Si aggiunge, pertanto, all'articolo 8-quater il presente comma 13:

**13. *L'indice di riferimento usato per adeguare i contratti di cui al presente Regolamento è l'Indice Nazionale dei prezzi al consumo per le famiglie di operai (FOI) e impiegati senza tabacchi.***

#### **5- Trasparenza**

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione.*

9. *Le informazioni ai consumatori sulla presenza di eventuali clausole di indicizzazione vanno incluse nella descrizione delle offerte commerciali insieme alle condizioni economiche base delle stesse e poste in evidenza su tutti i canali di comunicazione, garantendo adeguata evidenza sui canali utilizzati e, in particolare, che:*

*a) sul sito web tale clausola sia inserita chiaramente nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font) e nelle pagine di dettaglio successive,*

*b) negli stores tale clausola sia inserita chiaramente nella brochure e in tutti i materiali pubblicitari di descrizione delle condizioni economiche di offerta (con stesso font),*

*c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata insieme alla descrizione economica dell'offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all'offerta,*

*d) non sia solo indicata la presenza di "adeguamenti" ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti.*

10. *In tutti i casi, la eventuale clausola di indicizzazione va indicata chiaramente nella sintesi contrattuale che deve essere espressamente accettata dal cliente.*

11. *Nel caso di proposta di modifica delle condizioni generali di contratto da parte dell'operatore, che prevedono l'inserimento di clausole di adeguamento all'inflazione ai sensi del **comma 1** del presente articolo per i clienti esistenti, l'operatore, nella comunicazione al cliente delle modifiche, deve chiaramente indicare l'inserimento di tali clausole, una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato.*

12. *Nel caso di proposte di modifica delle condizioni generali di contratto ai sensi del **comma 1** del presente articolo da parte dell'operatore nei confronti di clienti esistenti, l'operatore è tenuto a non proporre, nella stessa comunicazione, ulteriori alternative all'utente finale.*

O.278 **OMISSIS**, con riferimento al **comma 8** dell'articolo in questione, laddove prevede che "Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione", non ritiene opportuno indicare – almeno nelle comunicazioni pre-contrattuali e contrattuali - anche il mese di applicazione della variazione poiché quest'ultima potrebbe non intervenire lo stesso mese per tutti i clienti interessati. Invita pertanto l'Autorità a modificare la disposizione adeguandola anche a soluzioni di variazione c.d. rolling, a vantaggio degli operatori e dei clienti coinvolti.

V.169 **AGCOM**. Si prende atto del fatto che, a causa del requisito di cui al comma 5, il mese di applicazione della variazione sarà differente per determinate fasce di utenti. L'Autorità ritiene che stia agli operatori, secondo canoni di buona fede e ragionevolezza, formulare la comunicazione in modo comprensibile per gli utenti e, allo stesso tempo, praticabile.

O.279 Nel corso dell'audizione, **OMISSIS** accoglie con favore l'impianto regolamentare sulla trasparenza proposto dall'Autorità in merito ai contratti con meccanismi di adeguamento dei prezzi a

consumo, a prescindere dal recepimento del Codice. Con riferimento alla fattispecie inflazionistica, concorda con l'impostazione generale fornita dall'Autorità, anche in relazione alla necessità di un successivo nuovo consenso del cliente in customer base, trattandosi di jus novandi. Al contempo, si concorda nel fatto che l'adeguamento del prezzo può essere applicato soltanto una volta decorso di un certo lasso di tempo a partire dalla data di accettazione della modifica contrattuale e che si applichi anche ai contratti già in essere.

O.280 **OMISSIS**, sempre nell'ottica di garantire la massima trasparenza agli utenti e la comparabilità delle offerte rispetto ad una manovra complessa come quella di cui si discute, in grado di incidere significativamente sulla struttura del contratto e sui suoi elementi essenziali, ritiene necessario che le misure proposte da AGCOM siano ulteriormente rafforzate con obblighi aggiuntivi soprattutto in relazione alle modalità di comunicazione da adottare da parte degli Operatori che opereranno per l'indicizzazione delle offerte, al fine di consentire l'immediata individuazione di un'offerta indicizzata. Si indica come possibile misura in tal senso, tra tutte, **l'obbligo di utilizzare nelle comunicazioni commerciali** diffuse tramite tutti i canali (i.e. sito web, spot, volantini, brochure) un **“bollino inflazione” - simile anche nel layout al “bollino fibra” previsto dalla delibera AGCOM n. 292/18/CONS** - che, apposto in modo visibile ed immediatamente riconoscibile accanto al prezzo mensile dell'offerta di rete fissa o mobile pubblicizzata e commercializzata, renda chiaro all'utente in modo univoco ed intuitivo che quell'importo mensile comunicato non è un prezzo fisso ma, al contrario, incerto e suscettibile di variazione proprio in quanto correlato all'andamento dell'inflazione. Alla luce di quanto sopra precisato, la società propone le seguenti modifiche al testo dell'articolo:

***Articolo 8-quater (Contratti con previsione di adeguamento all'indice dei prezzi al consumo)***

1. La proposta di modifica, da parte dell'operatore, delle condizioni contrattuali al fine di prevedere un adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo, ~~in caso di contratti che non prevedono già tale meccanismo,~~ può essere attuata solo dopo esplicita accettazione, in forma scritta, da parte dell'utente finale. In caso di ~~non~~ mancata accettazione **esplicita** della modifica contrattuale da parte dell'utente restano in vigore le condizioni contrattuali già previste. ***L'utente deve poter in ogni caso scegliere di recedere dal contratto senza penali e costi di disattivazione nel caso in cui non intenda accettare la modifica contrattuale proposta.***

V.170 **AGCOM**. Il comma 1 riguarda i casi di contratti che non prevedono meccanismi di adeguamento all'inflazione. Solo laddove l'operatore proponga di passare da un contratto senza tale adeguamento a un contratto indicizzato è previsto un meccanismo di accettazione esplicita. Pertanto, la specifica *“in caso di contratti che non prevedono già tale meccanismo”* è utile a chiarire meglio il significato della previsione, anche se la parte iniziale del comma, laddove si parla di modifica del contratto per introdurre l'indicizzazione, già consente di delimitare l'ambito di applicazione a contratti che non sono già indicizzati. Laddove la proposta della società di eliminazione del suddetto passaggio del comma in questione fosse mirata a voler applicare tale misura in modo retroattivo a contratti che sono stati modificati prima dell'adozione di questo Regolamento, l'Autorità rinvia alla misura transitoria introdotta nella precedente sezione sulla retroattività.

L'ultima frase proposta da **OMISSIS**, rispetto al comma 1, non risulta coerente con l'impianto regolamentare oggetto del presente articolo in quanto, atteso che la proposta va accettata

esspressamente, non si applica la disciplina dello ius variandi potendo l'utente finale restare con la propria vigente offerta.

L'Autorità ritiene di accogliere le altre modifiche formali come di seguito indicato.

*In caso di ~~non~~ mancata accettazione **esplicita** della modifica contrattuale da parte dell'utente restano in vigore le condizioni contrattuali già previste*

O.281 OMISSIS:

2. Per i contratti con previsione di adeguamento all'indice dei prezzi al consumo a cui l'utente finale ha aderito, se e solo se la successiva modifica delle tariffe, connesse alla prestazione di servizi di comunicazione elettronica, è dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, ~~questa~~ **la modifica annuale delle tariffe** non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali ai sensi dell'articolo 6 comma 2. **L'utente che abbia aderito ad un contratto che preveda una clausola di adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo deve in ogni caso essere informato ogni volta per iscritto della modifica della tariffa prima di ogni adeguamento automatico. L'informativa deve riportare il riferimento all'indice utilizzato ed esporre il calcolo dell'entità dell'aumento.**

V.171 AGCOM. Si accoglie la precisazione formale come segue:

*"..è dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, ~~questa~~ suddetta modifica annuale delle tariffe non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali ai sensi dell'articolo 6 comma 2"*

L'ultima frase proposta attiene ai meccanismi di comunicazione che sono trattati nei successivi commi dell'articolo in questione.

O.282 OMISSIS.

3. Ai fini di cui al comma 2, le condizioni contrattuali prevedono che l'operatore ha il diritto di incrementare le tariffe in misura corrispondente all'aumento dell'indice annuale dei prezzi al consumo ed è, al contempo, obbligato a ripercuotere le riduzioni di tale indice, diminuendo le tariffe in misura corrispondente alla riduzione. L'operatore informa i clienti per iscritto di tali adeguamenti **prima che essi siano applicati.**

V.172 AGCOM accoglie la precisazione della società sopra evidenziata nel comma 3 come segue

*3. Ai fini di cui al comma 2, le condizioni contrattuali prevedono che l'operatore ha il diritto di incrementare le tariffe in misura corrispondente all'aumento dell'indice annuale dei prezzi al consumo ed è, al contempo, obbligato a ripercuotere le riduzioni di tale indice, diminuendo le tariffe in misura corrispondente alla riduzione. L'operatore informa i clienti per iscritto di tali adeguamenti **prima che essi siano applicati.***

O.283 OMISSIS.

4. I **contratti** di cui al comma 2 non possono prevedere alcun correttivo rispetto all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico, incluso l'applicazione di soglie rispetto all'indice o mark up aggiunti nel corso del periodo contrattuale. **I contratti in essere al momento dell'entrata in**

*vigore della presente delibera che prevedono clausole di indicizzazione devono essere adeguati alla presente disciplina. L'adeguamento costituisce modifica contrattuale. L'Operatore è tenuto alla restituzione agli utenti interessati delle eventuali somme già indebitamente percepite in applicazione di soglie o mark up aggiuntivi applicati in aggiunta all'aumento per inflazione.*

V.173 **AGCOM.** L'Autorità, come sopra chiarito, con riferimento alla proposta di modifica riguardante la gestione dei contratti in essere *al momento dell'entrata in vigore della presente delibera*, ha introdotto il comma 14.

Non si ritiene conferente la richiesta di restituzione delle somme percepite in quanto l'aumento contrattuale collegato all'IPC decorre dal 2024.

O.284 **OMISSIS.**

*5. L'applicazione dell'adeguamento di cui al comma 3 non può avvenire, in prima applicazione, prima di 12 mesi dall'adesione contrattuale.*

*6. In caso l'indice dei prezzi al consumo sia positivo o negativo, l'operatore provvede a pubblicare sul sito proprio web l'entità dell'aumento o della diminuzione due mesi prima della sua entrata in vigore. Il valore dell'aumento o della diminuzione è comunicato all'utente per iscritto o su supporto durevole, almeno un mese prima della loro entrata in vigore, ad esempio attraverso un avviso sulla fattura emessa periodicamente.*

*7. In caso di adeguamento superiore al 5% del canone l'utente finale può richiedere all'operatore di passare a un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo di adeguamento **o, in alternativa, di recedere dal contratto senza penali e chiedere di passare ad altro operatore.***

V.174 **AGCOM.** Il comma in questione è finalizzato, come detto in precedenza, a bilanciare lo squilibrio contrattuale tra utente e operatore al momento dell'accettazione della clausola di indicizzazione (connesso alla mancata preventiva conoscenza dell'indice che si verificherà e, pertanto, stabilendo un cap all'aumento che lascia all'utente, che non può recedere senza costi ai sensi del comma 2, la possibilità di passare ad un'offerta non indicizzata) oltre che a indurre il mercato a prevedere contratti non indicizzati in modo da aumentare la concorrenza e le scelte per l'utente finale. L'integrazione proposta a tale fattispecie, che introduce una terza opzione, contraddice al principio enunciato dalla Corte di Giustizia secondo cui, nelle condizioni stabilite al comma 2, l'applicazione dell'indice di inflazione non costituisce una modifica contrattuale. Pertanto, non può essere accolta.

O.285 **OMISSIS.**

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione **e devono prevedere sempre l'apposizione, accanto al prezzo mensile dell'offerta pubblicizzato, del "bollino inflazione" che renda chiaro all'utente che l'importo comunicato non è fisso ma strettamente correlato all'andamento dell'inflazione.***

V.175 **AGCOM.** L'Autorità ritiene che la previsione di inserire l'informazione sulla presenza di una indicizzazione nel contratto, oltre che nella sintesi contrattuale, sia già sufficiente. L'inserimento del "bollino" rappresenterebbe un obbligo non proporzionato.

O.286 OMISSIS.

9. Le informazioni ~~ai consumatori~~ **agli utenti** sulla presenza di eventuali clausole di indicizzazione vanno incluse nella descrizione delle offerte commerciali insieme alle condizioni economiche base delle stesse e poste in evidenza su tutti i canali di comunicazione, garantendo adeguata evidenza sui canali utilizzati e, in particolare, che:

V.176 **AGCOM**. Condivide la precisazione in quanto in linea con il comma 1 e, pertanto modifica il comma 9:

*9. Le informazioni ~~ai consumatori~~ **agli utenti finali** sulla presenza di eventuali clausole di indicizzazione vanno incluse nella descrizione delle offerte commerciali insieme alle condizioni economiche base delle stesse e poste in evidenza su tutti i canali di comunicazione, garantendo adeguata evidenza sui canali utilizzati e, in particolare, che:*

O.287 OMISSIS.

a) sul sito web tale clausola sia inserita chiaramente nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font) e nelle pagine di dettaglio successive, **unitamente al "bollino inflazione",**

b) negli stores tale clausola sia inserita chiaramente nella brochure e in tutti i materiali pubblicitari di descrizione delle condizioni economiche di offerta (con stesso font),

c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata insieme alla descrizione economica dell'offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all'offerta,

d) non sia solo indicata la presenza di "adeguamenti" ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti,

***e) sia sempre inserito, accanto al prezzo mensile dell'offerta di rete fissa o mobile pubblicizzata, il "bollino inflazione" che renda chiaro che quell'importo mensile non è un prezzo fisso ma, al contrario, suscettibile di variazione in quanto strettamente correlato all'andamento dell'inflazione.***

10. In tutti i casi, la eventuale clausola di indicizzazione va indicata chiaramente nella sintesi contrattuale che deve essere espressamente accettata dal cliente.

11. Nel caso di proposta di modifica delle condizioni generali di contratto da parte dell'operatore, che prevedono l'inserimento di clausole di adeguamento all'inflazione ai sensi del comma 1 del presente articolo per i clienti esistenti, l'operatore, nella comunicazione al cliente delle modifiche, deve chiaramente indicare l'inserimento di tali clausole, una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato. ***L'inserimento della clausola di indicizzazione va in ogni caso considerato come modifica peggiorativa.***

V.177 **AGCOM**. L'Autorità non condivide tale affermazione aggiunta al comma 11 in quanto si introduce un giudizio sulle caratteristiche dell'offerta prima che si conosca la stessa e il valore dell'indice di inflazione. A tale riguardo, infatti, l'indice di inflazione potrebbe anche essere molto basso o negativo; inoltre, il canone base potrebbe essere inferiore a quello di analoga offerta senza indicizzazione.

O.288 **OMISSIS**.

12. Nel caso di proposte di modifica delle condizioni generali di contratto ai sensi del comma 1 del presente articolo da parte dell'operatore nei confronti di clienti esistenti, l'operatore è tenuto a non proporre, nella stessa comunicazione, ulteriori alternative all'utente finale *ma garantire sempre il diritto di recedere dal contratto senza penali ai sensi dell'articolo 6 comma 2*.

V.178 **AGCOM**. Si rinvia a quanto già replicato in relazione al comma 2. L'Autorità non condivide l'inserimento proposto per quanto già chiarito nelle precedenti sezioni atteso che il diritto di recesso è disciplinato nei primi commi.

O.289 **OMISSIS**, in conclusione, insiste sulla necessità che l'informazione sulla indicizzazione sia fornita chiaramente già in fase di commercializzazione dell'offerta, ancora prima della sottoscrizione del contratto, anche attraverso la previsione di un "bollino inflazione", apposto accanto al prezzo mensile dell'offerta di rete fissa o mobile pubblicizzata e commercializzata, che renda chiaro all'utente in modo univoco che quell'importo mensile comunicato è un prezzo incerto e variabile, soggetto ad un adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo. Il "bollino", già utilizzato nella prassi dell'Autorità per fornire in maniera immediata e diretta informazioni rilevanti ai fini della determinazione alla stipula del contratto, è una maniera ad avviso di **OMISSIS** diretta e certa per garantire l'effettiva comparabilità di offerte a prezzo fisso con offerte che presentano un prezzo variabile. Nel caso di variazione superiore al 5%, accanto alla "offerta analoga (non indicizzata)", pur con tutte le difficoltà connesse alla comparabilità e trasparenza delle offerte, dovrebbe essere previsto il diritto di recesso senza costi. Quest'ultimo dovrebbe essere, in ogni caso, previsto per tutte le offerte che includono una clausola di adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo le quali, proprio in considerazione dell'assoluta incertezza rispetto al canone mensile ingenerata dalla clausola di indicizzazione, non dovrebbero prevedere vincoli di durata contrattuale con conseguenti effetti di lock-in.

O.290 **OMISSIS**. Ritiene che la comunicazione della modifica contrattuale all'utente debba tener conto dell'evoluzione dei servizi e dei canali di comunicazione tipicamente sfruttati dagli operatori, al fine di rendere l'utente pienamente consapevole sia delle caratteristiche della modifica, sia del ventaglio di opzioni disponibili. In particolare, occorre al riguardo prevedere l'introduzione nel Regolamento delle seguenti misure:

- a) obbligo **di comunicazione** al cliente dell'introduzione di clausole di indicizzazione (così come di qualsiasi proposta di modifica unilaterale del contratto) **sia con SMS che con e-mail**, quindi non solo in fattura, con obbligo di pubblicazione in evidenza sul sito web dell'operatore e nell'area personale degli utenti interessati.

Sotto tale profilo, è utile ricordare che ad oggi una parte importante dei consumatori sceglie la fattura digitale e non è solita esaminare nel dettaglio la fattura completa, limitandosi piuttosto a verificare se l'addebito mensile sia più o meno in linea con gli importi che si aspetta.

Per di più, le fatture digitali non sono facilmente consultabili nel dettaglio, in quanto: (i) in genere, sul sito web degli operatori e nella e-mail/SMS in cui viene comunicata al cliente la disponibilità della nuova fattura non vengono riportati avvisi sulla presenza di modifiche contrattuali (nemmeno per indicare che la necessità di consultare la fattura per la presenza di modifiche contrattuali); (ii) l'e-mail/SMS sopra citati non contengono in allegato la fattura, ma

rinviano al sito web/area personale, in cui, per arrivare a consultare la fattura, gli utenti devono svolgere molteplici passaggi; (iii) anche all'interno della fattura (ammesso che l'utente arrivi a consultarla), le informazioni relative alla modifica contrattuale sono spesso inserite in secondo piano, nella parte finale della fattura ovvero con un carattere ridotto.

**b) idoneità del solo consenso esplicito espresso dall'utente via SMS a condizione che l'informativa trasmessa dall'operatore contenga tutte le informazioni necessarie** a consentire una scelta informata dell'utente o, alternativamente (virtualmente solo in caso di impossibilità tecniche), riporti un link indirizzato sul sito web dell'operatore, attraverso cui l'utente possa acquisire le informazioni e prestare esplicitamente il proprio consenso.

**c) definizione di un set minimo di informazioni che gli operatori devono fornire alla clientela** al fine di garantire che la proposta di modifica del contratto sia effettuata in modo chiaro e comprensibile, anche indicando un template standard di comunicazione. Nel novero delle informazioni obbligatorie devono essere ricomprese:

- le condizioni dell'offerta in corso sottoscritta dall'utente (sia in termini economici che di allowance di GB e minuti/SMS) e le condizioni che sarebbero applicate a seguito della modifica;
- l'oggetto della e-mail e del POP up in area personale, che dovranno indicare chiaramente l'importanza dell'avviso;
- la modalità per effettuare l'Opt-in.

V.179 **AGCOM**. Un rispondente ha richiesto che venga inserito l'obbligo di comunicazione al cliente dell'introduzione di clausole di indicizzazione sia con SMS che con e-mail, quindi non solo in fattura, con obbligo di pubblicazione in evidenza sul sito web dell'operatore e nell'area personale degli utenti interessati.

Al riguardo si richiama che il comma 11 dell'articolo 8-quater prevede che:

*11. Nel caso di proposta di modifica delle condizioni generali di contratto da parte dell'operatore, che prevedono l'inserimento di clausole di adeguamento all'inflazione ai sensi del comma 1 del presente articolo per i clienti esistenti, l'operatore, nella comunicazione al cliente delle modifiche, deve chiaramente indicare l'inserimento di tali clausole, una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato.*

L'Autorità ritiene, al riguardo, che gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche o contrattuali, per introdurre l'indicizzazione, sono tenuti a comunicare le modifiche su **supporto durevole** agli utenti finali interessati, indicando le modalità per esprimere il proprio consenso espresso, in forma scritta, secondo le modalità previste dalla normativa vigente, e il contenuto delle modifiche.

~~Appare condivisibile che il consenso esplicito espresso dall'utente via SMS è idoneo a condizione che l'informativa trasmessa dall'operatore contenga tutte le informazioni necessarie a consentire una scelta informata dell'utente o, alternativamente (in caso di impossibilità tecniche), riporti un link indirizzato sul sito web dell'operatore, attraverso cui l'utente possa acquisire le informazioni e prestare esplicitamente il proprio consenso.~~

~~L'Autorità ritiene, infatti, che la comunicazione debba avvenire anche, per le utenze mobili non M2M, tramite invio alle utenze interessate di un SMS informativo che inizi con la dicitura "Modifica delle condizioni contrattuali", o similare, che indichi, almeno, il contenuto delle essenziali delle modifiche e la data di entrata in vigore delle stesse, con l'invito a verificarne gli ulteriori dettagli tramite link al proprio sito web contenente la descrizione completa delle modifiche contrattuali~~

L'Autorità ritiene opportuno che la comunicazione sulla proposta di modifica contrattuale sia effettuata in modo chiaro, con caratteri tali da richiamare l'attenzione degli utenti finali e recante la seguente intestazione: "COMUNICAZIONE IMPORTANTE: PROPOSTA DI MODIFICA DELLE CONDIZIONI DEL CONTRATTO PER PREVEDERE IL COLLEGAMENTO DEL CANONE ALL'INDICE ISTAT" o similare, con l'invito a verificarne gli ulteriori dettagli tramite link al proprio sito web.

L'Autorità, anche alla luce dei mezzi che possono essere considerati supporto durevole (come la e-mail), ritiene che quanto sopra proposto, aggiunto al fatto che la presenza dell'indicizzazione deve essere riportata nella sintesi contrattuale, contribuisca a garantire una adeguata informativa pre-contrattuale all'utente in aggiunta a quanto già previsto dal Regolamento a livello generale.

Lo stesso rispondente chiede, affinché vi sia idoneità del solo consenso esplicito espresso dall'utente via SMS, che l'informativa trasmessa dall'operatore contenga tutte le informazioni necessarie a consentire una scelta informata dell'utente o, alternativamente (virtualmente solo in caso di impossibilità tecniche) riporti un link indirizzato sul sito web dell'operatore, attraverso cui l'utente possa acquisire le informazioni e prestare esplicitamente il proprio consenso.

Il rispondente propone un set minimo di informazioni che gli operatori devono fornire alla clientela al fine di garantire che la proposta di modifica del contratto sia effettuata in modo chiaro e comprensibile, anche indicando un template standard di comunicazione. Nel novero delle informazioni obbligatorie devono essere ricomprese:

- le condizioni dell'offerta in corso sottoscritta dall'utente (sia in termini economici che di allowance di GB e minuti/SMS) e le condizioni che sarebbero applicate a seguito della modifica;
- l'oggetto della e-mail e del POP up in area personale, che dovranno indicare chiaramente l'importanza dell'avviso;
- la modalità per effettuare l'Opt-in.

A tale riguardo l'Autorità, oltre a quanto sopra indicato, ha già previsto nel Regolamento che:

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione.*

*9. Le informazioni ai consumatori sulla presenza di eventuali clausole di indicizzazione vanno incluse nella descrizione delle offerte commerciali insieme alle condizioni economiche base delle stesse e poste in evidenza su tutti i canali di comunicazione, garantendo adeguata evidenza sui canali utilizzati e, in particolare, che:*

a) sul sito web tale clausola sia inserita chiaramente nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font) e nelle pagine di dettaglio successive,

b) negli stores tale clausola sia inserita chiaramente nella brochure e in tutti i materiali pubblicitari di descrizione delle condizioni economiche di offerta (con stesso font),

c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata insieme alla descrizione economica dell'offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all'offerta,

d) non sia solo indicata la presenza di "adeguamenti" ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti.

10. In tutti i casi, la eventuale clausola di indicizzazione va indicata chiaramente nella sintesi contrattuale che deve essere espressamente accettata dal cliente.

11. Nel caso di proposta di modifica delle condizioni generali di contratto da parte dell'operatore, che prevedono l'inserimento di clausole di adeguamento all'inflazione ai sensi del comma 1 del presente articolo per i clienti esistenti, l'operatore, nella comunicazione al cliente delle modifiche, deve chiaramente indicare l'inserimento di tali clausole, una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato.

Si ritiene che quanto indicato dall'Autorità, anche in esito a questa consultazione pubblica, ponga i presupposti per una comunicazione trasparente, fermo restando che le condotte non in linea con tali principi saranno oggetto di verifica con riserva di adottare le misure sanzionatorie previste.

Si condivide, ad ogni buon fine, che l'operatore dovrà chiarire il meccanismo per effettuare l'Opt in. Il comma 11 è pertanto modificato come segue:

*11. Nel caso di proposta di modifica delle condizioni generali di contratto da parte dell'operatore, che prevedono l'inserimento di clausole di adeguamento all'inflazione ai sensi del comma 1 del presente articolo per gli utenti finali esistenti, l'operatore, nella comunicazione al cliente delle modifiche, deve chiaramente indicare l'inserimento di tali clausole, una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato, e la **modalità per effettuare l'opt-in.***

L'Autorità non ritiene proporzionale richiedere all'operatore di comunicare, contestualmente, all'utente le attuali condizioni di offerta in quanto trattasi di un obbligo già previsto dalla delibera n. 252/16/CONS.

**O.291 OMISSIS, con riferimento all'Indicizzazione dei contratti per i nuovi clienti condivide la proposta** dell'Autorità di richiedere che le informazioni sull'indicizzazione debbano essere inserite in tutte le comunicazioni commerciali, utilizzando lo stesso font delle condizioni economiche base dell'offerta e con una chiara e comprensibile descrizione del meccanismo applicabile.

Tuttavia, al fine di garantire adeguata trasparenza per i consumatori, ritiene necessari i seguenti correttivi:

a) esplicita indicazione della pertinenza degli obblighi informativi anche alla comunicazione televisiva ed al digital advertising, inclusi i social media.

Secondo la società, le modalità di comunicazione pubblicitaria appena citate rappresentano gli strumenti di marketing più efficaci e pervasivi oggi a disposizione degli operatori, poiché consentono di raggiungere la più ampia platea di utenti potenziali (pubblicità televisiva) e di indirizzare le proprie campagne pubblicitarie verso target specifici di utenti individuati con tecniche di profiling (digital advertising).

Al riguardo, ritiene che le campagne pubblicitarie di alcuni operatori su questi canali, in particolare con riferimento ai social media, risultino poco trasparenti. Il rispondente riporta, a titolo esemplificativo, alcune pubblicità TIM e Wind Tre recentemente apparse su Instagram con la dicitura “Per Sempre” o “Prezzo bloccato”, senza alcun riferimento all’applicazione del meccanismo di indicizzazione, pur previsto dalle offerte reclamizzate.

*b)* espresso divieto di utilizzo delle diciture “Per Sempre” o “Prezzo Bloccato” in tutte le comunicazioni commerciali e pubblicitarie riferite ad offerte con condizioni contrattuali che prevedono la possibilità di modifiche unilaterali dell’offerta e/o prevedano clausole di indicizzazione.

*c)* rafforzamento della trasparenza nel caso di vendita via canali di telemarketing. Il telemarketing, oggi uno dei principali canali di vendita dei servizi di connettività fissa e mobile per la maggior parte degli operatori, è il canale di più difficile monitoraggio con riferimento al rispetto dei requisiti di trasparenza informativa. Non è sufficiente pertanto richiedere, come proposto dall’Autorità, che nel caso di vendita via canali telemarketing la clausola di indicizzazione sia comunicata insieme alla descrizione economica dell’offerta, prima che il cliente vi aderisca. Sarebbe piuttosto necessario prevedere misure ad hoc, come:

- un obbligo per l’operatore ed i suoi partner commerciali di inviare una comunicazione scritta al cliente, con chiara indicazione della presenza dell’indicizzazione e del meccanismo di adeguamento, ivi incluso l’indice utilizzato;
- una esplicita accettazione della clausola da parte del cliente contestualmente alla sottoscrizione del contratto.

*d)* estensione degli obblighi informativi ai partner commerciali degli operatori. Sempre più frequentemente gli operatori si avvalgono di partner commerciali per la vendita di prodotti e servizi attraverso i rispettivi canali di vendita diretta, con compensi stabiliti in base al volume di vendite (i.e., a gettoni) che si traducono in incentivi a condotte commerciali molto più aggressive ed una strategia di comunicazione meno trasparente rispetto ai canali di vendita tradizionali. Il rispondente riporta nel proprio contributo, a titolo esemplificativo, le pubblicità online di alcuni di questi soggetti.

È pertanto fondamentale che anche tali soggetti rispettino gli obblighi informativi previsti.

V.180 **AGCOM**. Un rispondente, in relazione ai requisiti di trasparenza, chiede che il Regolamento specifichi che gli obblighi informativi sono pertinenti anche alla comunicazione televisiva ed al digital advertising, inclusi i social media.

A tale riguardo l’Autorità, come sopra richiamato, ha previsto nello schema di Regolamento che:

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l’adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in*

*relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione.*

L'Autorità ritiene condivisibile che i requisiti di trasparenza siano rispettati in relazione a qualunque canale di comunicazione, anche nella comunicazione televisiva e nel digital advertising (come i social media). A tale proposito l'Autorità ritiene opportuno richiamare, nel Regolamento, le definizioni di cui alla delibera n. 298/18/CONS che di seguito si riportano:

*18. Comunicazione pubblicitaria e commerciale veicolata in modalità "push": qualsiasi comunicazione di tipo pubblicitario o commerciale veicolata dall'azienda al consumatore finale, il quale si limita a riceverla reattivamente (ad esempio, navigando sul sito aziendale dell'operatore o rispondendo ad una chiamata outbound) o passivamente (ad esempio, ascoltando un messaggio pubblicitario alla radio). Sono comprese, a titolo non esaustivo, nelle modalità di comunicazione push, le pubblicità televisive, radiofoniche, le affissioni, volantini e brochures, le comunicazioni tecniche e commerciali fornite sul sito dell'operatore, i banner dei siti web, le informazioni, ecc.).*

*19. Comunicazione pubblicitaria e commerciale veicolata in modalità "pull": qualsiasi comunicazione di tipo pubblicitario o commerciale ottenibile dal consumatore attraverso un'interazione individuale e proattiva nei confronti dell'azienda, richiedendo o ricercando una determinata informazione. Sono comprese, a titolo non esaustivo, nelle modalità di comunicazione pull, i siti, le pagine web di contrattazione online sul sito degli operatori, il customer care, i punti di contatto, ecc..*

Viene pertanto integrato l'articolo in questione **premettendo, al comma 8**, il seguente comma:

**7bis: *Le misure di trasparenza di cui ai seguenti commi riguardano sia la comunicazione pubblicitaria e commerciale veicolata sia in modalità "push" sia in modalità "pull".***

V.181 **AGCOM.** Un rispondente richiede che sia necessario un rafforzamento della trasparenza nel caso di vendita via canali di telemarketing. Non ritiene sufficiente richiedere, come proposto dall'Autorità, che nel caso di vendita via canali telemarketing la clausola di indicizzazione sia comunicata insieme alla descrizione economica dell'offerta, prima che il cliente vi aderisca. Sarebbe piuttosto necessario prevedere misure ad hoc, come:

- un obbligo per l'operatore ed i suoi partner commerciali di inviare una comunicazione scritta al cliente, con chiara indicazione della presenza dell'indicizzazione e del meccanismo di adeguamento, ivi incluso l'indice utilizzato;
- una esplicita accettazione della clausola da parte del cliente contestualmente alla sottoscrizione del contratto.

A tale proposito l'Autorità ha previsto, nello schema di Regolamento, che:

*c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata insieme alla descrizione economica dell'offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all'offerta,*

L'operatore è già tenuto, in base al comma 10, a inserire la clausola nella sintesi contrattuale:

*10. In tutti i casi, la eventuale clausola di indicizzazione va indicata chiaramente nella sintesi contrattuale che deve essere espressamente accettata dal cliente.*

Inoltre, il comma 5 dell'articolo 4 dello schema di Regolamento prevede che:

*5. Gli operatori forniscono ai consumatori, unitamente al contratto prima della sottoscrizione, anche in caso di contatto telefonico, una sintesi contrattuale concisa e facilmente leggibile. Tale sintesi individua i principali elementi degli obblighi di informazione in conformità del comma 1.*

In base al comma 6:

*6. I fornitori soggetti agli obblighi di cui al comma 1 forniscono, mediante il modello sintetico di cui al Regolamento di esecuzione (UE) 2019/2243 della Commissione, del 17 dicembre 2019, la sintesi contrattuale gratuitamente ai consumatori, prima della stipula del contratto, anche nel caso di contratti a distanza. Qualora sia impossibile in quel momento, per ragioni tecniche oggettive, fornire la sintesi contrattuale, essa è fornita in seguito senza indebito ritardo; il contratto diventa efficace quando il consumatore ha confermato il proprio accordo in seguito alla ricezione della sintesi contrattuale.*

In base al comma 2 dell'articolo 4 dello schema di Regolamento:

*Le informazioni sono fornite in modo chiaro e comprensibile su un supporto durevole o, se non è fattibile fornire le informazioni su supporto durevole, sotto forma di documento facilmente scaricabile messo a disposizione dal fornitore, anche tramite modalità digitali.*

Si ritiene che quanto sopra già soddisfi le richieste del rispondente, atteso che la sintesi contrattuale deve essere inviata al consumatore e il contratto diventa efficace solo in caso di accordo/accettazione di quest'ultimo nelle forme previste anche dal Codice del consumo in caso di contratti per telefono.

O.292 **OMISSIS** sposa appieno la proposta dell'Autorità in merito all'obbligo per gli operatori che propongono offerte con indicizzazione di: (i) pubblicare sul proprio sito web l'entità dell'aumento con almeno due mesi di anticipo rispetto alla sua entrata in vigore, nonché di (ii) comunicare tale informazione all'utente, su supporto durevole, con almeno un mese di anticipo rispetto alla sua entrata in vigore.

Tuttavia, ritiene che tale proposta debba essere integrata per recepire tutto quanto riportato, in termini di trasparenza informativa, nel precedente paragrafo 1, riferito alla introduzione ex novo di clausole di indicizzazione in contratti che ab origine non le prevedevano (a titolo meramente esemplificativo, si citano: la comunicazione sul sito web, che deve essere in evidenza; la necessità che tutte le comunicazioni indichino non solo l'aumento, ma anche il canone di partenza e quello nuovo che sarà applicato; l'obbligo di indicare nell'oggetto e nel corpo delle comunicazioni SMS, e-mail e tramite fattura l'importanza della comunicazione).

Considerato quanto già rappresentato in merito all'adozione di misure che disciplinino l'introduzione, da parte degli Operatori, di clausole di indicizzazione all'interno dei propri contratti, **OMISSIS** non può che accogliere positivamente l'introduzione di questo articolo, la cui adozione andrebbe certamente nella auspicata direzione di definire quadro normativo chiaro e prevedibile applicabile ai contratti che prevedono un adeguamento periodico delle tariffe e che garantisca la libertà commerciale degli operatori garantendo al contempo adeguate tutele agli utenti finali.

**OMISSIS** ritiene che, per le ragioni illustrate in premessa, al fine di garantire il giusto equilibrio tra libertà commerciale degli operatori e tutela degli utenti finali, con particolare riferimento al diritto ad

un'informativa completa e del tutto trasparente, il dettato del presente articolo dovrebbe essere integrato.

Infine, ritiene necessario inserire nel nuovo Regolamento un Allegato ad hoc che indichi puntualmente le informazioni che devono essere fornite dagli Operatori ai fini dell'inserimento di una clausola di indicizzazione, nonché i canali tramite cui tali informazioni devono essere veicolate.

Di seguito riporta una proposta di revisione dell'articolo (revisioni in grassetto):

*I. La proposta di modifica, da parte dell'operatore, delle condizioni contrattuali al fine di prevedere un adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo, in caso di contratti che non prevedono già tale meccanismo, può essere attuata solo dopo esplicita accettazione, in forma scritta, da parte dell'utente finale. ~~In caso di non accettazione della modifica contrattuale da parte dell'utente restano in vigore le condizioni contrattuali già previste.~~ **Qualora non fosse possibile per l'operatore garantire la vigenza delle condizioni contrattuali già previste, l'utente finale avrà il diritto di recedere dal contratto senza costi e penali e passare ad altro operatore.***

V.182 **AGCOM.** L'Autorità non condivide l'eliminazione della frase di cui al comma precedente in quanto garantisce all'utente il diritto a fruire delle vigenti condizioni contrattuali nel caso in cui non accettasse la **proposta** di contratto indicizzato. L'Autorità non condivide neanche la parte aggiunta, in grassetto, in quanto riguarda una fattispecie, non conferente nel comma 1 in quanto la proposta va accettata espressamente, che va gestita ai sensi dell'articolo riguardante le modifiche contrattuali unilaterali le quali sono soggette a specifiche regole comunicative, di cui all'Allegato 1, devono prevedere una giustificazione ai sensi del Codice del consumo, e comportano il diritto di recesso senza costi.

O.293 **OMISSIS:**

2. Per i contratti con previsione di adeguamento all'indice dei prezzi al consumo a cui l'utente finale ha aderito, se e solo se la successiva modifica delle tariffe, connesse alla prestazione di servizi di comunicazione elettronica, è dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, questa non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali ai sensi dell'articolo 6 comma 2, **salvo quanto previsto dai commi 1 e 7 del presente articolo.**

V.183 **AGCOM.** La precisazione proposta non appare in parte necessaria in quanto il comma 1 tratta i contratti che da non indicizzati sono proposti come indicizzati. Quindi è una fattispecie differente da quella di cui al comma 2. Può considerarsi utile il richiamo del comma 7. Di seguito la modifica accolta:

*2. Per i contratti con previsione di adeguamento all'indice dei prezzi al consumo a cui l'utente finale ha aderito, se e solo se la successiva modifica delle tariffe, connesse alla prestazione di servizi di comunicazione elettronica, è dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al consumo stabilito da un istituto pubblico, **suddetta modifica annuale delle tariffe** ~~questa~~ non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali che conferisce all'utente il diritto di recedere dal contratto senza penali ai sensi dell'articolo 6 comma 2, **salvo quanto previsto dal comma 7 del presente articolo.***

O.294 **OMISSIS:**

3. Ai fini di cui al comma 2, le condizioni contrattuali prevedono che l'operatore ha il diritto di incrementare le tariffe in misura corrispondente all'aumento dell'indice annuale dei prezzi al consumo ed è, al contempo, obbligato a ripercuotere le riduzioni di tale indice, diminuendo le tariffe in misura corrispondente alla riduzione. L'operatore informa i clienti ~~per iscritto~~ **di tali adeguamenti con le modalità di cui al comma 6 presente articolo.**

V.184 **AGCOM.** La precisazione appare condivisibile in quanto la modalità di comunicazione, anche per iscritto, è precisata al comma 6. Di seguito la modifica al comma 3:

*3. Ai fini di cui al comma 2, le condizioni contrattuali prevedono che l'operatore ha il diritto di incrementare le tariffe in misura corrispondente all'aumento dell'indice annuale dei prezzi al consumo ed è, al contempo, obbligato a ripercuotere le riduzioni di tale indice, diminuendo le tariffe in misura corrispondente alla riduzione. L'operatore informa i clienti per iscritto di tali adeguamenti con le modalità di cui al comma 6 presente articolo, prima che essi siano applicati.*

O.295 **OMISSIS:**

4. I contratti di cui al comma 2 non possono prevedere alcun correttivo rispetto all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico, incluso l'applicazione di soglie rispetto all'indice o mark up aggiunti **o aumenti minimi** nel corso del periodo contrattuale.

V.185 **AGCOM.** La precisazione appare utile in quanto un aumento minimo non sarebbe ammesso ai sensi di quanto statuito dalla Corte di Giustizia. Di seguito a riformulazione del comma 4:

*4. I contratti di cui al comma 2 non possono prevedere alcun correttivo rispetto all'applicazione integrale dell'indice di adeguamento pubblico, incluso l'applicazione di soglie rispetto all'indice o mark up aggiunti **o aumenti minimi** nel corso del periodo contrattuale.*

O.296 **OMISSIS:**

5. L'applicazione dell'adeguamento di cui al comma 3 non può avvenire, in prima applicazione, prima di 12 mesi dall'adesione contrattuale.

6. In caso l'indice dei prezzi al consumo sia positivo o negativo, l'operatore provvede a pubblicare **in evidenza** sul sito proprio web **e sull'area personale dei propri utenti** l'entità dell'aumento o della diminuzione due mesi prima della sua entrata in vigore. Il valore dell'aumento o della diminuzione è comunicato all'utente per iscritto o su supporto durevole, almeno un mese prima della loro entrata in vigore, ~~ad esempio~~ **almeno** attraverso un avviso in evidenza sulla fattura emessa periodicamente, **un SMS informativo ed una e-mail informativa, nonché una notifica in evidenza nell'area riservata del sito web dell'operatore. Tale comunicazione deve indicare chiaramente il riepilogo dell'attuale offerta e il nuovo prezzo praticato al singolo utente e non può essere incorporata in comunicazioni riguardanti altre tematiche.**

V.186 **AGCOM.** Come già chiarito l'obbligo di comunicazione dei costi della propria offerta è già previsto dalla delibera n. 252/16/CONS. L'Autorità ritiene utile, anche al fine di allineare la tempistica di comunicazione a quella dello ius variandi, precisare le modalità di comunicazione "push" e "pull" come segue:

*6. In caso l'indice dei prezzi al consumo sia positivo o negativo, l'operatore provvede a ~~pubblicare~~ **comunicare** sul sito proprio web l'entità dell'aumento o della diminuzione ~~due mesi~~ prima della sua*

entrata in vigore. Il valore dell'aumento o della diminuzione è comunicato all'utente per iscritto o su supporto durevole, almeno un mese prima della loro entrata in vigore, ~~ad esempio~~ **almeno** attraverso un avviso in evidenza sulla fattura emessa periodicamente, **un SMS informativo o una e-mail informativa, nonché una notifica in evidenza nell'area riservata del sito web dell'operatore. Tale comunicazione deve indicare chiaramente il nuovo prezzo praticato al singolo utente e non può essere incorporata in comunicazioni riguardanti altre tematiche.**

O.297 OMISSIS:

7. In caso di adeguamento superiore al 5% del canone l'utente finale ~~può richiedere all'operatore di passare a un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo di adeguamento.~~ **recedere dal contratto senza costi e penali e passare ad altro operatore.**

V.187 AGCOM. Nel rinviare alla specifica sezione che riguarda questo punto, si ritiene che la modifica proposta non sia condivisibile in quanto, ai sensi della sentenza della Corte di Giustizia, se la modifica è collegata a un indice oggettivo nei termini di cui al comma 2, non dà diritto al recesso senza costi.

O.298 OMISSIS:

8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione, **in linea con quanto definito da Allegato 2 del presente Regolamento. È fatto divieto agli operatori di promuovere, attraverso qualsivoglia canale (a titolo meramente esemplificativo, siti web, social, televisione), offerte disciplinate da un contratto con previsione di adeguamento periodico all'indice dei prezzi al consumo utilizzando le diciture "per sempre" o "prezzo bloccato" o qualunque dicitura possa lasciar intendere che il prezzo non potrà mai essere modificato.**

V.188 AGCOM. L'Autorità ritiene necessario contemperare la libertà commerciale e il rispetto di determinate condizioni regolamentari. L'Autorità ritiene più utile stabilire un principio di massima trasparenza e comprensibilità. Resta inteso che condotte che divergeranno da tale statuizione saranno sanzionate. D'altra parte, stabilire che determinate espressioni sono vietate può indurre a trovarne altre di diverso tenore ma comunque forvianti per l'utente. Non si ritiene pertanto necessaria né opportuna la modifica proposta.

O.299 OMISSIS:

9. Le informazioni ai consumatori sulla presenza di eventuali clausole di indicizzazione vanno incluse nella descrizione delle offerte commerciali insieme alle condizioni economiche base delle stesse e poste in evidenza su tutti i canali di comunicazione, garantendo adeguata evidenza sui canali utilizzati e, in particolare, che:

a) sul sito web **e nelle comunicazioni televisive, ovvero su altri canali di trasmissione, come i social network**, tale clausola sia inserita chiaramente nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font) e nelle pagine di dettaglio successive,

V.189 AGCOM. Come indicato nella sezione precedente l'Autorità ha già previsto l'aggiunta del seguente comma:

7bis: Le misure di trasparenza di cui ai seguenti commi riguardano sia la comunicazione pubblicitaria e commerciale veicolata in modalità “push” sia la comunicazione pubblicitaria e commerciale veicolata in modalità “pull”:

L’Autorità ritiene più chiaro dedicare uno specifico comma alle modalità push, come segue:

***aa) nelle comunicazioni televisive, ovvero su altri canali di trasmissione, come i social network, tale clausola sia presente nella descrizione dell’offerta,***

O.300 OMISSIS:

b) negli stores tale clausola sia inserita chiaramente ***nei materiali pubblicitari e nella brochure*** e in tutti i materiali pubblicitari di descrizione delle condizioni economiche di offerta (con stesso font),

V.190 AGCOM. L’Autorità rileva che i materiali pubblicitari sono già menzionati nel punto b).

O.301 OMISSIS:

c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata ***oralmente nel corso della descrizione dell’offerta commerciale, per iscritto via e-mail o tramite link inviato al cliente via SMS*** insieme alla descrizione economica dell’offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all’offerta,

V.191 AGCOM. L’Autorità ritiene utile il chiarimento proposto. Di seguito la modifica del punto c) accolta:

***c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata oralmente nel corso della descrizione dell’offerta commerciale, per iscritto via e-mail o tramite link inviato al cliente via SMS insieme alla descrizione economica dell’offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all’offerta,***

O.302 OMISSIS:

d) non sia solo indicata la presenza di “adeguamenti” ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l’indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti;

***e) all’interno delle comunicazioni promozionali ed informative inerenti ad offerte caratterizzate dalla presenza di una clausola di indicizzazione, non utilizzare le espressioni “per sempre”, “prezzo bloccato” o analoghe.***

V.192 AGCOM. Per le motivazioni sopra esposte non si condivide la precisazione proposta.

O.303 OMISSIS:

***10. Gli operatori sono obbligati ad assicurare il rispetto dei requisiti definiti dal comma 11 e, ove rilevante, dagli altri commi del presente articolo, anche con riferimento alle comunicazioni effettuate dai propri partner commerciali.***

V.193 AGCOM. Alla luce del Codice di condotta approvato con delibera n. 197/23/CONS, che richiama il presente provvedimento nel quadro regolamentare, l’Autorità ritiene utile tale precisazione. Tuttavia, appare opportuno che la stessa sia inserita all’inizio delle condizioni di trasparenza come comma 7ter.

***7ter. Gli operatori assicurano il rispetto dei requisiti definiti dal comma 11 e, ove rilevante, dagli altri commi del presente articolo, anche con riferimento alle comunicazioni effettuate dai propri partner commerciali di cui al Codice di condotta approvato con delibera n. 197/23/CONS.***

**O.304 OMISSIS:**

11. In tutti i casi, la eventuale clausola di indicizzazione va indicata chiaramente nella sintesi contrattuale che deve essere espressamente accettata dal cliente.

12. Nel caso di proposta di modifica delle condizioni generali di contratto da parte dell'operatore, che prevedono l'inserimento di clausole di adeguamento all'inflazione ai sensi del comma 1 del presente articolo per i clienti esistenti, l'operatore, nella comunicazione al cliente delle modifiche, deve chiaramente indicare l'inserimento di tali clausole, una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato.

***13. La comunicazione agli utenti, ai sensi del comma 11, deve avvenire con le modalità di cui all'Allegato 2 al presente regolamento.***

V.194 **AGCOM.** L'Autorità ritiene, nel coniugare la libertà d'impresa con la tutela degli utenti, che la disciplina stabilita in questo articolo, incluso il contenuto della parte motivata e descrittiva della delibera, sia sufficiente a indirizzare condotte virtuose degli operatori.

**O.305 OMISSIS:**

~~132. Nel caso di proposte di modifica delle condizioni generali di contratto ai sensi del comma 1 del presente articolo da parte dell'operatore nei confronti di clienti esistenti, l'operatore è tenuto a non proporre, nella stessa comunicazione, ulteriori alternative all'utente finale.~~

V.195 **AGCOM.** Come già chiarito l'Autorità ritiene che la proposta di più alternative nello stesso messaggio, unitamente alla proposta di un contratto indicizzato, sia foriera di confusione per l'utente il quale in un caso potrebbe recedere senza costi in opt out, nell'altro, che fa riferimento a una modalità opt in, deve capire che ha diritto a mantenere il proprio contratto.

O.306 **OMISSIS** propone di includere il seguente

***Allegato 2 al Regolamento***

*Modalità per la comunicazione agli utenti finali dell'introduzione di una clausola di indicizzazione all'interno del contratto e del conseguente diritto di recesso, ai sensi dell'art. 8-quater del Regolamento.*

*1. Gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche o contrattuali per inserire una clausola di indicizzazione sono tenuti a comunicare su supporto durevole agli utenti finali interessati, con adeguato preavviso non inferiore a trenta giorni, il meccanismo e l'indice di indicizzazione proposto, il riepilogo delle condizioni dell'offerta originariamente sottoscritta dall'utente e le condizioni che saranno applicabili a seguito della modifica, la data di entrata in vigore della stessa e l'informativa completa sulle modalità per prestare il proprio esplicito consenso all'applicazione dell'indicizzazione e sul diritto di recedere dal contratto senza penali, anche tramite passaggio ad altro operatore.*

2. La comunicazione di cui al punto 1. è effettuata, con caratteri tali da richiamare l'attenzione degli utenti finali e recante, nel corpo del testo o nell'oggetto della seguente intestazione: "COMUNICAZIONE IMPORTANTE: INDICIZZAZIONE OFFERTA AL TASSO DI INFLAZIONE" o similare, con l'invito a verificarne gli ulteriori dettagli tramite link al proprio sito web.

3. In ogni caso, la comunicazione avviene almeno:

a) tramite la pubblicazione dell'informativa completa, con elenco di tutte le offerte oggetto della modifica, presso i punti vendita ed in evidenza sull'homepage del sito web, e nell'area personale degli utenti interessati della modifica;

b) per tutte le tipologie di utenze, tramite invio di una e-mail, un SMS ed una apposita comunicazione in fattura che inizino con la dicitura di cui al comma 2, o similare, che indichi, almeno, le informazioni di cui al comma 1 del presente Allegato. Qualora il canale utilizzato per la comunicazione non consenta, per qualsivoglia ragione, di fornire l'informativa di cui sopra, non sarà possibile per l'utente prestare il proprio consenso tramite tale canale, e l'operatore dovrà inserire nella comunicazione un rimando al proprio sito web/area personale dell'utente, tramite i quali quest'ultimo potrà procedere a fornire il proprio consenso;

4. Resta ferma la facoltà, per l'operatore, di proporre all'utente contestualmente all'inserimento della clausola di indicizzazione un'offerta alternativa (che non potrà prevedere l'indicizzazione). In tal caso, si applicherà quanto disposto dall'articolo 6 e dall'allegato 1 del presente Regolamento.

V.196 **AGCOM**. Per le ragioni precedentemente indicate non si ritiene necessario introdurre uno specifico allegato per la comunicazione di una nuova proposta contrattuale essendo sufficiente il rinvio ai criteri di trasparenza contrattuale di cui al presente Regolamento.

O.307 **OMISSIS** chiede che, in alternativa alla comunicazione al cliente per iscritto o su supporto durevole 1 mese prima dell'applicazione dell'adeguamento, sia possibile dare ampia informazione mediante lo strumento dei pubblici proclami informativi, per semplificare l'onere informativo alla clientela.

V.197 **AGCOM**. Il comma a cui il rispondente fa riferimento reca quanto segue:

*6. In caso l'indice dei prezzi al consumo sia positivo o negativo, l'operatore provvede a pubblicare sul sito proprio web l'entità dell'aumento o della diminuzione due mesi prima della sua entrata in vigore. **Il valore dell'aumento o della diminuzione è comunicato all'utente per iscritto o su supporto durevole, almeno un mese prima della loro entrata in vigore, ad esempio attraverso un avviso sulla fattura emessa periodicamente.***

Una comunicazione di tipo push non appare praticabile in quanto, nei casi di cui al comma 2, il momento della comunicazione dell'informazione dipende dal momento della adesione contrattuale (l'incremento si applica non prima di 12 mesi dopo) che non necessariamente è la stessa per tutti.

O.308 **Sul comma 9 OMISSIS** propone di indicare il riferimento alla clausola di adeguamento nelle sezioni dedicate alle note legali dove appunto il cliente è abituato a trovare tutte le info inerenti alle condizioni economiche del servizio in aggiunta a quelle più sostanziali.

V.198 **AGCOM**. Il **comma** in questione prevede che:

*9. Le informazioni ai consumatori sulla presenza di eventuali clausole di indicizzazione vanno incluse nella descrizione delle offerte commerciali insieme alle condizioni economiche base delle stesse e poste in evidenza su tutti i canali di comunicazione, garantendo adeguata evidenza sui canali utilizzati e, in particolare, che:...*

L'Autorità non ritiene che l'inserimento dell'informazione sull'indicizzazione nelle clausole legali garantisca la necessaria visibilità a un elemento così determinante dell'offerta.

O.309 **OMISSIS** ritiene, altresì, necessario un chiarimento sulle azioni da intraprendere a inizio 2024, in quanto le iniziative assunte dalla società appaiono non in linea rispetto allo schema di delibera posta in consultazione, se quest'ultima verrà confermata.

Un primo punto riguarda l'adeguamento al ribasso. Non è condivisibile l'obbligo di diminuire le tariffe agli utenti in misura corrispondente alla riduzione dell'indice, in quanto gli oneri che gli operatori pagano ai fornitori, soprattutto di infrastrutture, non sono elastici e non risentono, invece, dei fenomeni deflattivi.

Un secondo punto riguarda la necessità di un correttivo in sede di prima applicazione della delibera, volto a remunerare gli operatori di tutte le perdite subite per effetto del mancato adeguamento delle tariffe alla inflazione. Tale valore, che potrà essere individuato di intesa con l'Autorità, dovrà tener conto dell'indice dei prezzi al consumo cui si aggiunga un mark-up o valore massimo di ristoro che possa tener conto di tali perdite.

Un terzo punto riguarda la possibilità di comunicare la variazione contrattuale per mezzo di pubblici reclami.

V.199 **AGCOM**. Si rinvia a quanto già esposto nei precedenti paragrafi.

O.310 **Secondo OMISSIS** non appare proporzionato nelle comunicazioni commerciali prevedere una generale ed indiscriminata segnalazione al cliente della presenza del meccanismo di adeguamento annuale dei prezzi. Viceversa, occorre differenziare i requisiti minimi dell'informativa da rendere al cliente in funzione dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato, consentendo agli operatori di segnalare la presenza dell'adeguamento annuale dei prezzi mediante l'apposizione di un opportuno alert a corredo delle condizioni economiche, nei mezzi di comunicazione one-to-many, rimandando i dettagli sull'operatività del meccanismo di adeguamento annuale alle comunicazioni one-to-one.

Di seguito le specifiche proposte della società.

### ***6. Gli aumenti devono essere pubblicati sul sito web due mesi prima della loro entrata in vigore e comunicati agli utenti con un mese di preavviso***

A parere di **OMISSIS**, per quanto concerne gli obblighi informativi, la consapevolezza sugli aumenti discende di fatto da un duplice piano di comunicazione:

- One-to-many: sul sito web, avvisando dell'approssimarsi del periodo di applicazione della clausola ed indicando la variazione dei prezzi rilevata da ISTAT;
- One-to-one: con comunicazione su supporto durevole, informando il cliente dell'incremento dei prezzi applicato alle proprie offerte.

Fermo restando quanto già riferito rispetto alla complessità di un adeguamento dei prezzi rolling su base mensile, al fine di rendere il modello sopra descritto operativamente implementabile sui sistemi

degli operatori, si auspica che AGCOM voglia precisare che per “valore” possa intendersi la percentuale di aumento applicata e non il singolo importo per ciascuna opzione o servizio attivo sulla linea del cliente. In tal caso, infatti, il cliente con più servizi/opzioni si vedrebbe comunicare diversi valori, che renderebbero oggettivamente più complesso il processo di valutazione dell’impatto economico sulla propria spesa mensile.

Dando per assodata la comunicazione del valore percentuale di aumento dei prezzi, la società ritiene che la trasparenza delle informazioni sugli aumenti possa essere ulteriormente rafforzata mettendo a disposizione della clientela, sul sito dell’operatore, un apposito motore di calcolo, tramite cui il cliente possa autonomamente inserire i prezzi dei propri servizi ed avere contezza degli incrementi applicati in valore assoluto. Il link al motore di calcolo verrebbe incluso in tutte le comunicazioni informative rivolte ai clienti.

Auspica che AGCOM, tenendo in conto le argomentazioni sopra rappresentate, voglia precisare i termini delle informative sugli aumenti di prezzo, facendo espresso riferimento alla possibilità di comunicare l’incremento in termini percentuali.

V.200 **AGCOM**. Il rispondente con riferimento al comma 6 di seguito riportato:

*6. In caso l’indice dei prezzi al consumo sia positivo o negativo, l’operatore provvede a pubblicare sul sito proprio web l’entità dell’aumento o della diminuzione due mesi prima della sua entrata in vigore. **Il valore** dell’aumento o della diminuzione è comunicato all’utente per iscritto o su supporto durevole, almeno un mese prima della loro entrata in vigore, ad esempio attraverso un avviso sulla fattura emessa periodicamente.*

chiede all’Autorità di precisare se per “valore” possa intendersi la percentuale di aumento applicata e non il singolo importo per ciascuna opzione o servizio attivo sulla linea del cliente.

L’Autorità ritiene opportuno che l’utente abbia accesso, in modo semplice, al valore assoluto dell’aumento tenuto conto che non tutti i consumatori potrebbero essere capaci di effettuare un calcolo percentuale. La comunicazione del valore percentuale può comunque essere presa in considerazione in presenza di oggettive difficoltà tecniche. In tal caso è opportuno mettere a disposizione della clientela, sul sito dell’operatore, un apposito motore di calcolo, tramite cui il cliente possa autonomamente inserire i prezzi dei propri servizi ed avere contezza degli incrementi applicati in valore assoluto.

O.311 **OMISSIS**:

**8. Gli operatori devono garantire la massima trasparenza nelle comunicazioni precontrattuali e contrattuali**

**OMISSIS** non può che concordare con questa previsione, ritenendo però che il livello di dettaglio delle informazioni da rendere al cliente debba essere valutato coerentemente con le specificità del mezzo di comunicazione utilizzato.

Con riferimento alla presente previsione, si auspica che AGCOM voglia tener conto di quanto verrà precisato al successivo punto 9.

***9. Nelle comunicazioni commerciali, non è sufficiente segnalare al cliente la presenza del meccanismo di adeguamento annuale dei prezzi, ma deve essere fornita una descrizione completa dello stesso.***

Fermo restando che il cliente deve avere agevole accesso a tutte le informazioni idonee ad effettuare una scelta di consumo consapevole, la previsione sopra riportata non appare coerente con i principi pacificamente adottati in ambito consumeristico, per la valutazione della trasparenza delle comunicazioni commerciali. In base a tali principi, la presenza di limiti e condizioni deve essere chiaramente portata all'attenzione del fruitore, con modalità che però tengano correttamente conto della specificità del mezzo di comunicazione utilizzato. Ciò anche in considerazione di una giurisprudenza univoca nel ritenere che un eccesso di informazioni renda la comunicazione commerciale scarsamente fruibile dal cliente e, quindi, equiparabile negli effetti ad una condotta omissiva.

La stessa Autorità, ad esempio, nel disciplinare la trasparenza informativa sull'infrastruttura utilizzata dagli operatori per erogare servizi di connettività in postazione fissa (v. delibera n. 292/18/CONS), ha opportunamente graduato i requisiti minimi in funzione del canale di comunicazione, indicando modalità più sintetiche per i canali c.d. one-to-many e destinando il massimo dettaglio informativo alle comunicazioni c.d. one-to-one.

In tal senso, nelle comunicazioni commerciali c.d. ATL (spot, landing web, etc.), **OMISSIS** ritiene adeguata la previsione di un alert a corredo delle informazioni sulle condizioni economiche, che segnali al cliente la presenza di un meccanismo di adeguamento annuale dei prezzi e gli fornisca le indicazioni su come informarsi sui dettagli applicativi. D'altro canto, ciò avviene già per altre indicazioni di analogo rilievo, come ad esempio le verifiche di copertura o di compatibilità degli apparati per le tecnologie di rete più innovative.

**OMISSIS** auspica che l'Autorità, in considerazione di quanto sopra rappresentato, voglia differenziare i requisiti minimi dell'informativa da rendere al cliente in funzione dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato, consentendo agli operatori di segnalare la presenza dell'adeguamento annuale dei prezzi mediante l'apposizione di un opportuno alert a corredo delle condizioni economiche, nei mezzi di comunicazione one-to-many, rimandando i dettagli sull'operatività del meccanismo di adeguamento annuale alle comunicazioni one-to-one.

V.201 **AGCOM**. Il comma 9 citato prevede che:

*9. Le informazioni ai consumatori sulla presenza di eventuali clausole di indicizzazione vanno incluse nella descrizione delle offerte commerciali insieme alle condizioni economiche base delle stesse e poste in evidenza su tutti i canali di comunicazione, garantendo adeguata evidenza sui canali utilizzati e, in particolare, che:*

- a) sul sito web tale clausola sia inserita chiaramente nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font) e nelle pagine di dettaglio successive,*
- b) negli stores tale clausola sia inserita chiaramente nella brochure e in tutti i materiali pubblicitari di descrizione delle condizioni economiche di offerta (con stesso font),*

c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata insieme alla descrizione economica dell'offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all'offerta,

d) non sia solo indicata la presenza di "adeguamenti" ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti.

Non si ravvisa in alcuna delle prescrizioni un eccesso di informazioni per i mezzi di comunicazione considerati, atteso che la comunicazione di un meccanismo di adeguamento all'inflazione può essere fornita, in modo chiaro ed evidente, con poche righe di testo.

O.312 **OMISSIS:**

#### ***10. La sintesi contrattuale deve essere espressamente accettata dal cliente***

Come già riferito in relazione all'art. 4 dello schema di Regolamento, **OMISSIS** non concorda con la previsione in merito all'espressa accettazione della sintesi contrattuale. Ciò vale in generale per tutte le offerte, ma risulterebbe ancor meno giustificato in un contesto di tutele rafforzate come quello disegnato dall'art. 8-quater del Regolamento. Il nuovo CCE pone in capo agli operatori l'obbligo di mettere a disposizione dei clienti la scheda di sintesi, relegando la fattispecie di un'accettazione espressa da parte di quest'ultimo alle sole casistiche dove non sia tecnicamente possibile fornirla tempestivamente. Ciò resta valido a prescindere da come siano determinate le condizioni economiche delle singole offerte. Il cliente accetterà quindi i termini delle offerte proposte dagli operatori, e con essi la sintesi ed ogni altro documento avente rilievo contrattuale, secondo i processi ordinari di acquisizione del consenso, non intravedendosi specifiche motivazioni per introdurre una differenziazione degli stessi in funzione della tipologia di offerta.

In ossequio a quanto sopra illustrato, si auspica che AGCOM voglia rivedere la presente disposizione, rimuovendo la previsione di un'accettazione espressa della sintesi contrattuale da parte del cliente.

V.202 **AGCOM.** L'Autorità ha chiarito che, sulla base del quadro normativo, la sintesi contrattuale è parte integrante del contratto e, pertanto, in relazione alla stessa si applicano le modalità previste dal Codice del consumo per la sua accettazione.

O.313 **OMISSIS:**

#### ***11. Le proposte di modifica delle condizioni di contratto che introducono l'adeguamento annuale dei prezzi devono includere la descrizione del meccanismo.***

**OMISSIS** ritiene che la modifica in parola debba seguire anch'essa le ordinarie regole di comunicazione, così come precisate nell'allegato allo schema di Regolamento. In tal senso, non si ritiene opportuno una specifica previsione in merito alle modalità con cui debba essere comunicata un'eventuale proposta di modifica delle condizioni contrattuali avente ad oggetto la previsione di un meccanismo di adeguamento annuale dei prezzi.

Ritenendo la Scrivente che il framework del Regolamento già disciplini adeguatamente le forme di pubblicità da utilizzare in occasione di modifiche delle condizioni contrattuali, si auspica che AGCOM voglia espungere la previsione del presente comma dal testo del provvedimento finale.

V.203 **AGCOM.** L'Autorità rinvia a quanto indicato in relazione alla stessa tematica nei paragrafi precedenti sulla necessaria trasparenza nei confronti dell'utente finale. Ci si limita qui a richiamare

che le modalità di cui all'Allegato 1 sono relative alle modifiche contrattuali in applicazione dello ius variandi mentre, nel caso di specie, si tratta di una novazione contrattuale che richiede una espressa nuova accettazione e, pertanto, è necessario che l'utente comprenda il meccanismo di indicizzazione.

#### O.314 OMISSIS:

***12. Le proposte di modifica delle condizioni di contratto che introducono l'adeguamento annuale dei prezzi non devono proporre ulteriori alternative al cliente.***

**OMISSIS** non comprende la ratio di questa previsione, a maggior ragione in uno schema di provvedimento dove, a parere di AGCOM, la modifica in parola debba essere espressamente accettata dal cliente secondo un modello di opt-in. Ebbene, se di opt-in si tratta, non si comprende perché l'operatore non possa proporre al cliente delle alternative.

La previsione introdotta dall'Autorità, tuttavia, non avrebbe una sua ratio condivisibile neanche ove si accetti la possibilità – come auspicato dalla Scrivente - di utilizzare il modello di variazione dei contratti in essere proprio dello ius variandi. Anche in tal caso, infatti, non si ravviserebbe alcun vantaggio per l'utente dal privarlo di un'eventuale possibilità di scelta, aggiuntiva ai diritti a lui attribuiti dalla legge in tale fattispecie.

Tra le altre cose, a riprova dell'ambiguità della previsione in esame, si evidenzia come il divieto di proporre alternative sembra in palese contraddizione con la previsione di un'offerta di maggior tutela, in caso di aumenti superiori al 5%.

In considerazione di quanto sopra rappresentato, si auspica che AGCOM voglia eliminare la disposizione in parola.

V.204 **AGCOM.** La previsione in parola scaturisce dagli esiti dell'attività di vigilanza svolta a seguito delle comunicazioni di alcuni operatori delle modifiche contrattuali con previsione dell'adeguamento all'inflazione.

Si è osservato che la combinazione di differenti comunicazioni ha generato incertezza e confusione nel consumatore. L'operatore resta libero di scegliere le proprie strategie commerciali ma nel rispetto degli obblighi di chiarezza informativa che resta alla base di scelte consapevoli dell'utente.

Il comma 7 rappresenta un'eccezione che si verifica solo nei casi di aumento superiore al 5% e la relativa comunicazione non va fatta in sede di modifica contrattuale, a cui si riferisce il comma 12.

#### O.315 ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI:

**In relazione al comma 8 l'associazione ribadisce che** la massima trasparenza sarà garantita dalla stessa AGCOM, visto che, come sopra indicato, la percentuale della variazione d'applicare è curata dalla stessa Autorità e, di conseguenza, anche il periodo di applicazione.

**In relazione al comma 9, lett. c)** ritiene che occorra prevedere, nel caso di accettazione di un contratto con tariffa indicizzata, una specifica parte dove viene spiegata la modalità prevista per indicizzazione e relativa risposta di accettazione da parte del cliente; la **lettera d)** va modificato adeguandolo alle proposte precedenti.

V.205 **AGCOM.** Si ritiene che le modifiche già effettuate, in esito a questo procedimento, vadano incontro alle esigenze delle associazioni sopra indicate.

O.316 **ALCUNE ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI** propongono le seguenti modifiche.

**Comma 1** – le associazioni propongono di introdurre la perentorietà dell'applicazione dell'adeguamento all'indice dei prezzi al consumo e non ritengono accettabili comunicazioni contenenti formule ambigue ovvero fraintendibili (ad es. “potrà prevedere”). Si ritiene altresì opportuno prevedere la presenza di un numero di offerte che non possano essere oggetto di adeguamento all'indice dei prezzi: in caso contrario, si rivela di fatto impossibile per l'utente effettuare una comparazione attendibile tra i servizi resi dai diversi operatori a causa dell'assenza di costi di abbonamento certi ed identificabili. In questo quadro, inoltre, potrebbe verificarsi la possibilità che alcuni operatori decidano invece di non applicare l'adeguamento stesso o ancora di fare riferimento a variazioni intercorse in lassi di tempo differenti, dando così luogo ad un panorama di aumenti caotico, difforme e incomprensibile.

**AGCOM.** Si condivide l'opportunità di prevedere la presenza di un numero di offerte che non possano essere oggetto di adeguamento all'indice dei prezzi. Il comma 7 garantisce tale presenza.

**Comma 8** – Richiamando quanto già indicato in relazione al comma 1 del presente articolo, le associazioni evidenziano la necessità di indicare inequivocabilmente quale sia l'indice di adeguamento da utilizzare, quali i mesi di riferimento e di applicazione della variazione e quali le modalità di comunicazione su supporto durevole della variazione, senza lasciare quindi discrezionalità agli operatori.

V.206 **AGCOM.** L'Autorità condivide sulla necessità che la comunicazione non sia ambigua. Il comma 8 dello schema di Regolamento prevede che:

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione.*

Ne consegue che, a fini della comparabilità delle offerte, formulazioni del tipo “potrà prevedere un adeguamento” non rispondano ai criteri del comma 8.

L'Autorità ha, inoltre, stabilito di utilizzare l'indice FOI in ciò contribuendo alla maggiore trasparenza per il mercato.

O.317 **Comma 6** – le associazioni propongono di modificare la frase finale del comma 6 come di seguito: “Il valore dell'aumento o della diminuzione è comunicato all'utente per iscritto o su supporto durevole con modalità che ne possano certificare la corretta ricezione e presa visione dell'utente (quindi con la sola presenza dell'avviso in fattura non è da ritenersi assolto l'obbligo di informativa all'utente)”.

V.207 **AGCOM.** Il comma 6, nella formulazione proposta in consultazione pubblica, prevede che:

*6. In caso l'indice dei prezzi al consumo sia positivo o negativo, l'operatore provvede a pubblicare sul sito proprio web l'entità dell'aumento o della diminuzione due mesi prima della sua entrata in vigore. Il valore dell'aumento o della diminuzione è comunicato all'utente per iscritto o su supporto durevole, almeno un mese prima della loro entrata in vigore, ad esempio attraverso un avviso sulla fattura emessa periodicamente.*

L'Autorità ritiene che la richiesta dell'associazione non sia proporzionata atteso che è già previsto che la proposta contrattuale sia accettata, ai sensi del comma 1, "in forma scritta".

O.318 **Comma 10** – Richiamando quanto già indicato in relazione al comma 1 del presente articolo, le associazioni propongono di concludere il comma precisando che l'accettazione del cliente debba essere espressa in forma scritta.

A chiusura del presente articolo, propongono altresì l'aggiunta di un ulteriore comma dedicato specificamente all'eventualità di aumenti plurimi nel corso dell'anno o della durata del contratto, al fine di scongiurare il rischio di duplicazione degli aumenti. Si sottolinea la necessità di prevedere in particolare che:

- gli aumenti e le comunicazioni ad essi collegate siano chiari e trasparenti sotto il profilo informativo verso i consumatori, con specifici obblighi sia precontrattuali in caso di nuovi contratti e sia contrattuali in caso di modifiche del contratto in essere, per poter assicurare una corretta valutazione ed una scelta ponderata da parte dei consumatori tra le offerte presenti sul mercato dei diversi operatori;
- sussista l'obbligo, in caso di aumento, che la percentuale applicata riguardi l'indicizzazione effettiva e che invece, per eventuali aumenti successivi, interessi solo il delta residuo rispetto alla percentuale già applicata. Tale precisazione è necessaria al fine di una corretta applicazione dell'aumento contrattuale previsto in base all'indicizzazione nonché per evitare la possibile proliferazione di pratiche commerciali scorrette.

Si invita altresì l'Autorità a predisporre una nota informativa specificamente dedicata ai contratti indicizzati, obbligatoriamente utilizzabile dalle imprese come modello di informazione minima, lasciando poi alle singole aziende la discrezionalità in merito alla scelta di fornire o meno ulteriori indicazioni rispetto a quelle già previste dalla delibera.

V.208 **AGCOM**. L'Autorità ritiene che quanto previsto nel presente Regolamento, anche in esito a questa consultazione, risponda alle esigenze di certezza del diritto, prevedendo una esplicita accettazione scritta del contratto, che include la sintesi contrattuale, e la massima trasparenza nei confronti degli utenti. Ulteriori affinamenti dell'assetto regolamentare potranno essere attuati nelle specifiche delibere sulla trasparenza e sul recesso.

O.319 **L'associazione DEI CONSUMATORI** ritiene che l'introduzione di contratti indicizzati eluda anche gli **obblighi di trasparenza** delle offerte.

Richiama, a tale proposito, il caso del passaggio della fatturazione a 28 gg, in cui si è riconosciuto che veniva leso "il diritto della generalità degli utenti di disporre di informazioni complete e trasparenti al fine di confrontare le diverse offerte presenti sul mercato e operare scelte contrattuali consapevoli". L'associazione ritiene che, analogamente, la possibilità per le compagnie telefoniche di non fissare un prezzo per tutta la durata del rapporto contrattuale, ma di avere un prezzo variabile nel tempo, secondo un indice futuro non prevedibile, rende le offerte non trasparenti e rende impossibile la comparazione delle condizioni economiche delle offerte, atteso che per quelle compagnie non è noto il prezzo, se non quello iniziale. Quello futuro, infatti, non è noto, atteso che varierà secondo un indice che, per quanto nella Delibera chiedete sia "dipendente da un indice oggettivo dei prezzi al

consumo stabilito da un istituto pubblico", sarà noto solo ex post all'atto dell'adeguamento e non ex ante al momento della firma del contratto.

L'associazione ritiene che tale condotta si ponga in violazione dell'art. 1 comma 2 del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, che prevede che "l'offerta commerciale dei prezzi dei differenti operatori della telefonia deve evidenziare tutte le voci che compongono l'offerta, al fine di consentire ai singoli consumatori un adeguato confronto". Un confronto, invece, che non solo non sarebbe adeguato, ma addirittura impossibile.

Nel Regolamento si prevede che ogni compagnia debba specificare il mese di applicazione della variazione, ma il mese potrà cambiare a seconda della compagnia. Il consumatore pertanto, secondo l'associazione, non potrà sapere se è ugualmente conveniente un prezzo iniziale esattamente pari a un altro, essendo diversi gli indici e i mesi con i quali poi saranno adeguati i prezzi. L'associazione, nel richiamare che l'unico istituto pubblico italiano legittimato a dare gli indici dei prezzi è l'Istat, ritiene che l'imposizione in delibera degli specifici indici da utilizzare (se Foi, Ipca, Nic, se con o senza tabacchi, se congiunturale o tendenziale o medio annuo, l'esatto mese di riferimento da considerare per il calcolo della variazione degli indici, l'esatto mese e giorno a partire dal quale deve essere applicata la variazione), risolverebbe il problema della confrontabilità tra offerte variabili. Se un prezzo iniziale sarà inferiore a quello di un'altra compagnia, resterà infatti più conveniente anche nel tempo, essendo indicizzato allo stesso modo, con la stessa variazione percentuale. **Un passo avanti che sarebbe, quindi, importante rispetto alla Delibera proposta**, anche se non risolutivo tanto quanto il divieto di adeguamento all'inflazione o consentire il recesso senza penali.

A tal proposito l'associazione suggerisce di imporre come indice di riferimento quello usato per adeguare periodicamente i valori monetari, ossia l'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati (FOI) al netto dei tabacchi. Tale indice si pubblica sulla Gazzetta Ufficiale ai sensi dell'art. 81 della legge 27 luglio 1978, n. 392.

V.209 **AGCOM**. Sula tema della trasparenza, l'Autorità rappresenta di aver introdotto numerose misure, tra l'altro migliorate in esito al presente provvedimento, che consentono all'utente di sapere che:

- il canone aumenta dopo 12 mesi dalla stipula nei casi di cui al comma 2 dell'articolo 8-quater,
- con quale indice di inflazione,
- La possibilità di passare a un'offerta non indicizzata, senza costi, se l'aumento è superiore al 5% (sempre nei casi di cui al comma 2).

L'utente è, pertanto, in grado di conoscere, noto il canone di partenza, il valore massimo di aumento dopo 12 mesi dalla stipula.

D'altra parte, tutti gli operatori applicheranno lo stesso indice FOI, secondo quanto prima stabilito, per cui l'utente ha a disposizione gli elementi informativi per comparare le offerte.

O.320 Secondo l'associazione **DEI CONSUMATORI**, prevedere un adeguamento automatico sulla base di un indice non prevedibile al momento della sottoscrizione del contratto, **rendendo quindi indeterminato il prezzo, ma solo determinabile ex post, dopo 12 mesi dall'adesione contrattuale**, considerato lo squilibrio tra i contraenti, comporta anche uno squilibrio dei diritti e degli obblighi,

successivamente alla stipula (squilibrio sopravvenuto), derivanti dal contratto a vantaggio della parte più forte. Tale situazione si presenterebbe nel caso di un adeguamento automatico elevato, a fronte di un rialzo dell'inflazione inaspettato. Secondo l'associazione un simile caso **rientrerebbe nelle clausole vessatorie**, dato che si determina "a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto" (art. 33, comma 1 del D.Lgs. n. 206/2005), si limitano "le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista" (art. 33, comma 2, lettera b del D.Lgs. n. 206/2005), limitando il suo diritto di recesso, costringendolo a pagare le spese.

Secondo l'associazione il comma 7 della Delibera laddove prevede che "in caso di adeguamento superiore al 5% del canone l'utente finale può richiedere all'operatore di passare a un'offerta di analoghe caratteristiche che non preveda il meccanismo di adeguamento", non risolve il problema atteso che il consumatore potrebbe dover pagare i costi di recesso.

Per tale ragione l'associazione ritiene che l'adeguamento automatico costituisca una clausola vessatoria dato che consente "al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere" senza pagare penali, anche "se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello" iniziale, a quello "originariamente convenuto", come vietato dall'art. 33, comma 2, lettera o del D.Lgs. n. 206/2005. La clausola sarebbe vessatoria in quanto stabilisce "che il prezzo dei beni o dei servizi sia determinato" in un momento successivo "della prestazione" (art. 33, comma 2, lettera n del D.Lgs. n. 206/2005).

L'associazione ritiene che vi è il concreto rischio di una eccessiva onerosità sopravvenuta che potrebbe dare già diritto alla risoluzione del contratto, atteso che il rapporto di valore tra prestazione e controprestazione si può modificare profondamente e che questo può avvenire per avvenimenti imprevedibili e straordinari (una speculazione a livello internazionale sul gas, vedasi TTF di Amsterdam nel mese di agosto 2022, una ritorsione della Russia ecc. ecc.) che si sottraggono alla possibilità di controllo del consumatore e che ha carattere di generalità e non rientra nell'alea normale del contratto. Insomma, la definizione esatta dell'art. 1467 cod. civ..

L'associazione ritiene che il comma 7 della Delibera, laddove prevede il "caso di adeguamento superiore al 5% del canone l'utente" non è utile in quanto non prevede il recesso senza costi. Inoltre, un rincaro del 5% sarebbe comunque per molti già eccessivamente oneroso.

V.210 **AGCOM**. In relazione a quanto sopra si rinvia a quanto già chiarito in risposta ai commenti sul comma 7.

O.321 Secondo l'associazione **DEI CONSUMATORI**, sarebbe violato anche l'art. 21 del D.Lgs. n. 206/2005 che considera ingannevole una pratica commerciale che seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, è idonea a indurre in errore il consumatore medio riguardo al prezzo "o l'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo", atteso che un prezzo più basso ma indicizzato può diventare successivamente più alto di uno non indicizzato.

V.211 **AGCOM**.

La lettera o) del comma 2 dell'art.33 del Codice del consumo prevede tra le clausole che si presumono vessatorie quella di:

*o) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto;*

Il comma 6, tuttavia, prevede che:

*6. Le lettere n) e o) del comma 2 non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.*

L'Autorità ha, a tale proposito, richiesto agli operatori di descrivere con la massima trasparenza le modalità di variazione del prezzo. In aggiunta se l'aumento supera il 5% l'utente finale può passare, senza costi, a un'offerta non indicizzata

Inoltre, l'utente è in grado, considerati i numerosi oneri informativi in capo agli operatori per effetto di questo Regolamento, di comparare la propria offerta con le altre presenti nel mercato. In particolare, è in grado di sapere se la propria offerta, laddove nel caso peggiore vi fosse un aumento del 5%, diventerà più onerosa di un'offerta con canone fisso (fermo restando che comunque in tal caso, canone fisso, l'operatore può comunque comunicare, in qualunque momento, in applicazione dello ius variandi, un aumento del canone).

O.322 Secondo l'associazione **DEI CONSUMATORI**, sarebbe violato l'art. 22 comma 2 del D.Lgs. n. 206/2005 che definisce "un'omissione ingannevole quando un professionista ... presenta in modo oscuro, incomprensibile ... informazioni rilevanti", perché ad esempio il prezzo futuro è ignoto ex ante e anche ex post va dedotto con complicati calcoli sugli indici, non a disposizione di un consumatore medio o anche esperto, essendo scaricabili solo dai database dell'Istat con formule matematiche non facilmente intuibili.

Secondo l'associazione, l'asserita impossibilità di comparazione violerebbe il Decreto legislativo, 8 novembre 2021, n. 207, che dà attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio dell'11 dicembre 2018 e che, all'art. 98-quindecies sulla trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni, prevede che l'Autorità provveda affinché gli utenti finali abbiano uno strumento di confronto per quanto riguarda prezzi e tariffe dei servizi forniti e che lo strumento di confronto deve comprendere "la possibilità di comparare prezzi, tariffe".

Secondo l'associazione sarebbe violata anche la Direttiva 2011/83/UE che prevede che, prima che un consumatore sia vincolato da un contratto, il professionista deve fornire al consumatore "il prezzo totale dei beni o servizi comprensivo delle imposte" e che solo "se la natura dei beni o dei servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo" allora si possono inserire le modalità di calcolo del prezzo.

La Direttiva 2011/83/UE è stata poi recepita dal D.Lgs 21 febbraio 2014, n. 21 che modifica il Codice del Consumo (D.Lgs. n. 206/2005), che agli articoli 48 e 49 ribadisce, sia per i contratti conclusi nei locali commerciali che per i contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali, prevede l'obbligo per il professionista di fornire al consumatore "in maniera chiara e comprensibile" il "prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo".

V.212 **AGCOM**. L'Autorità, anche in esito a questo procedimento, ha disciplinato in modo dettagliato i criteri di trasparenza, incluso la richiesta di messa a disposizione del consumatore di una

spiegazione sulle modalità di calcolo dell'aumento e di un tool funzionale al calcolo dell'adeguamento nel sito web, oltre ad aver fornito indicazioni sulla dimensione del font e la posizione, a fianco al prezzo, della clausola di indicizzazione.

L'Autorità ritiene ad ogni buon fine condivisibile che l'operatore inserisca, nella pagina esplicativa di sintesi, una tabella esemplificativa di valori incrementali dell'offerta per indici di inflazione del 2, 3, 4, 5, 6 e 7%.

Si modifica, pertanto, il punto d) del comma 9 come segue:

*d) non sia solo indicata la presenza di “adeguamenti” ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti. L'operatore inserisce una tabella, visibile nella descrizione principale del prezzo dell'offerta, con gli incrementi del canone per i seguenti indici di inflazione: 2%, 3%, 4%, 5%, 6%, 7%. Nel caso di sito web, mette a disposizione dell'utente un tool per il calcolo del canone una volta inserito l'indice di inflazione.*

L'Autorità ritiene che tale previsione sia in linea con il Codice del Consumo (D.Lgs. n. 206/2005), che agli articoli 48 e 49, sia per i contratti conclusi nei locali commerciali che per i contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali, prevede l'obbligo per il professionista di fornire al consumatore "in maniera chiara e comprensibile" il "prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta **l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo**".

O.323 **L'associazione DEI CONSUMATORI**, suggerisce di rendere più chiaro, anche agli incompetenti in materia statistica, che per indicare l'indice di adeguamento utilizzato è indispensabile dare tutti i dettagli, ivi compreso il mese di riferimento utilizzato per il calcolo, cambiando in questo modo l'art. 8 quater, **comma 8** della Delibera, ritenuto troppo vago e impreciso: "*le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza, precisione e comprensibilità in relazione all'indice Istat utilizzato per l'adeguamento (se Ipca, Foi, Nic, se con tabacchi o senza tabacchi, se indice medio, congiunturale o tendenziale etc. etc.), agli esatti mesi e anni considerati come periodo di riferimento per il calcolo della variazione degli indici, al mese e giorno a partire dal quale sarà applicata la variazione e alle modalità di comunicazione della variazione*").

V.213 **AGCOM**. Il comma 8 prevede quanto segue:

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, **al mese di applicazione della variazione**, alle modalità di comunicazione della variazione.*

L'Autorità ritiene che gli operatori debbano fornire tutte le informazioni sull'indice utilizzato che siano utili all'utente per identificarlo in modo esatto. Quanto al mese a partire dal quale sarà applicata la variazione, tale informazione è già prevista nel comma 8..

O.324 Con riferimento all'art. 8 quater, punto 9, lettera d, secondo l'associazione **DEI CONSUMATORI**, non basta dire che sia fornito "*l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti*", ma va specificato l'indice "Istat utilizzato per l'adeguamento (se Ipca, Foi, Nic, se con

tabacchi o senza tabacchi, se indice medio, congiunturale o tendenziale etc. etc.), gli esatti mesi e anni considerati come periodo di riferimento per il calcolo della variazione degli indici, il mese e giorno a partire dal quale sarà applicata la variazione".

Analoghe modifiche servono al punto 9 lettera d) e al punto 11, aggiungendo all'indice utilizzato, "l'esatto periodo di riferimento utilizzato per il calcolo della variazione degli indici, il mese e giorno a partire dal quale sarà applicata la variazione".

V.214 **AGCOM**. A tale riguardo l'Autorità rileva che il punto d) citato prevede che gli operatori devono garantire che:

*non sia solo indicata la presenza di "adeguamenti" ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti.*

Gli indici utilizzabili sono stabiliti in questo provvedimento. L'operatore dovrà indicarlo, fornendo tutte le informazioni e caratteristiche necessarie a individuarlo con esattezza, nelle comunicazioni agli utenti.

O.325 Inoltre, secondo l'associazione **DEI CONSUMATORI**, all'art. 8 quater, punto 9, lettera a, non basta scrivere "*nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font)*" ma "*nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche, accanto all'indicazione del prezzo (con stesso font e con la stessa dimensione del carattere) e, comunque, ogni volta che, in qualunque parte del sito, si indica il prezzo dell'offerta (sempre accanto al prezzo, con lo stesso font e dimensione del carattere)*".

V.215 **AGCOM**. La lettera a) prevede che gli operatori devono garantire che:

*a) sul sito web tale clausola sia inserita chiaramente nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font) e nelle pagine di dettaglio successive,*

Si ritiene condivisibile la precisazione proposta. La lettera a) è modificata come segue:

***a) sul sito web tale clausola sia inserita chiaramente nella schermata principale della descrizione dell'offerta e relative condizioni economiche (con stesso font e stessa dimensione del carattere) e nelle pagine di dettaglio successive, e, comunque, ogni volta che, in qualunque parte del sito, si indica il prezzo dell'offerta (sempre accanto al prezzo, con lo stesso font e dimensione del carattere)***

O.326 Con riferimento all'art. 8 quater, punto 9, lettera b secondo l'associazione **DEI CONSUMATORI**, va indicata la dimensione del carattere, almeno pari alla scritta del prezzo, e il posizionamento della scritta, sempre accanto o subito sotto al prezzo, onde evitare che sia messo nell'ultima riga, dopo pagine e pagine di descrizione delle condizioni economiche dell'offerta e che, quindi, sfugga al lettore.

V.216 **AGCOM**. La lettera b) prevede che gli operatori devono garantire che

*b) negli stores tale clausola sia inserita chiaramente nella brochure e in tutti i materiali pubblicitari di descrizione delle condizioni economiche di offerta (con stesso font),*

L'Autorità ritiene condivisibile la proposta. Il punto b) è modificato come segue:

b) negli stores tale clausola sia inserita chiaramente nella brochure e in tutti i materiali pubblicitari di descrizione delle condizioni economiche di offerta (con stesso font e **dimensione del carattere subito a seguire dell'indicazione del prezzo**).

O.327 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** dichiara la generale contrarietà a contratti con prezzi indicizzati all'inflazione in quanto distruttivi del patto sociale e deleteri per i consumatori che in qualità di lavoratori ormai da anni non usufruiscono più della scala mobile mentre i contratti collettivi di lavoro vengono aggiornati con anni di ritardo.

**L'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** evidenzia comunque, la necessità di evitare che la proposta di delibera possa essere sfruttata per sanare ex post comportamenti illegittimi posti in essere da TIM e WIND TRE a partire dall'inverno 2022 sino alla data odierna.

A tale proposito, nel proseguo del proprio contributo, rappresenta che l'adeguamento ai contenuti della delibera delle manovre già comunicate ai clienti e soprattutto di quelle che incidono sui contratti già modificati mediante un illegittimo ius variandi rappresenta la priorità principale in ottica di trasparenza ed equità e di tutela effettiva ed efficace di tutti i consumatori. In caso contrario, la lettera e lo spirito di questo condivisibile intervento normativo dell'Autorità verrebbe completamente vanificato. Occorre ristabilire condizioni di equità e di trasparenza che già sono state alterate dalle "fughe in avanti" di alcuni operatori che hanno approfittato di questo supposto (ma inesistente, come evidenziato sopra) vuoto normativo per realizzare manovre e mutamenti contrattuali illegittimi e nulli.

V.217 **AGCOM**. Le proposte dell'associazione riguardano principalmente la retroattività delle misure. Si rinvia pertanto a quanto previsto in precedenza nella relativa sezione.

O.328 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** non è contraria alla previsione che consente agli Operatori di inserire nelle proprie C.G.A. una clausola che indicizzi il prezzo del servizio fisso o mobile ad un indice di rilevazione dei prezzi al consumo (naturalmente, con esclusivo riguardo ai contratti non in essere al momento in cui le clausole vengono predisposte e inserite nelle C.G.A).

Tuttavia, ritiene che tale tipologia di clausola - perché possa ritenersi legittimo esercizio di uno ius variandi e non, al contrario, un'ingiusta imposizione del potere di ius novandi contro il principio di buona fede oggettiva, richiamato più volte anche dal Consiglio di Stato sul tema - debba essere (a) costruita attraverso il chiaro e trasparente richiamo ad un indice che sia elaborato e validato da un'autorità pubblica (che, in Italia, non può che essere l'Istat) ; (b) non prevedere alcun markup aggiuntivo applicabile a prescindere dall'esistenza di una variazione positiva dei prezzi al consumo in un dato periodo di riferimento; (c) adeguare il prezzo del servizio anche in presenza di fluttuazioni negative dell'indice dei prezzi al consumo rilevato per un determinato periodo di riferimento.

Sotto questi profili l'art. 8-quater dello schema di Regolamento osservato pare rispondere agli anzidetti principi.

L'associazione ritiene che la stessa norma debba invece essere modificata nella parte in cui (comma 5) limita il divieto di applicazione del meccanismo di adeguamento di cui alle nominate clausole di indicizzazione ai primi 12 mesi di contratto. **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che - coerentemente con la durata contrattuale base così come ora modulata dal nuovo Codice delle Comunicazioni Elettroniche - il divieto assoluto di operatività di tali meccanismi debba essere steso fino a 24 mesi dal perfezionamento del singolo contratto.

V.218 **AGCOM**. Considerato che dopo 24 mesi, ai sensi dell'articolo 5, comma 5 del presente Regolamento, l'utente ha diritto di recesso senza costi, l'Autorità ritiene che un termine di 12 mesi rappresenti una misura ragionevole, in quanto comporta una sola variazione del canone, per effetto dell'indice, in cui non è previsto recesso senza costi, prima della naturale scadenza contrattuale, quando prevista, di 24 mesi. L'ulteriore aumento esplicherebbe i suoi effetti a seguito della eventuale proroga contrattuale, comunque dopo 24 mesi, salvo disdetta dell'utente finale.

O.329 Sotto il profilo delle informazioni che l'Operatore deve fornire all'utente finale in ordine a presenza, funzionamento e operatività anche temporale del meccanismo di indicizzazione all'inflazione del pezzo del servizio offerto, **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che debba imporsi agli Operatori l'obbligo di indicare sempre e in maniera chiara e intellegibile (anche ricorrendo a particolari accorgimenti grafici che rendano più evidente l'informazione) che l'applicazione dell'adeguamento non può in ogni caso avvenire prima di 24 mesi dall'adesione al contratto. Naturalmente, ciò vale anche nel caso in cui l'Autorità non ritenga di accogliere la richiesta dell'associazione di estendere il divieto di cui al comma 5 della norma in questione da 12 a 24 mesi.

V.219 **AGCOM**. Si ritiene condivisibile che l'operatore fornisca tale informazione. La lettera d) del comma 9 già prevede che:

*d) non sia solo indicata la presenza di "adeguamenti" ma sia fornita una chiara descrizione del meccanismo di adeguamento, incluso l'indice utilizzato e la periodicità degli adeguamenti.*

Pertanto, l'operatore, nell'indicare la periodicità dell'adeguamento, specificherà che il primo adeguamento avviene, nei casi di cui al comma 2, dopo 12 mesi dalla stipula o, negli altri casi, il mese preso a riferimento dall'operatore.

O.330 Secondo l'associazione **DEI CONSUMATORI** l'operatore inoltre dovrà informare con altrettanta chiarezza dei costi cui l'utente finale andrebbe incontro nel momento in cui decidesse di esercitare il proprio diritto di recesso non a causa di modifica delle condizioni di contratto, ma conseguentemente alla prima operatività della clausola di indicizzazione.

V.220 **AGCOM**. Il comma 8 prevede che:

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente provvedimento devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione.*

Si ritiene utile specificare anche l'informazione sul fatto che, a seguito della variazione applicata dopo 12 mesi è previsto, se il contratto rispetta i criteri di cui al comma 2, in caso di cessazione e migrazione, il costo di recesso, come segue:

*8. Le comunicazioni prima del contratto e nel contratto che riguardano l'adeguamento di cui al presente articolo devono essere caratterizzate dalla massima trasparenza e comprensibilità in relazione all'indice di adeguamento utilizzato, al mese di applicazione della variazione, alle modalità di comunicazione della variazione, **agli eventuali costi di recesso.***

O.331 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** ritiene che il prezzo indicizzato non debba mai proporsi nella vendita attraverso il canale di telemarketing, in quanto l'utente non può controllare

l'indice di riferimento e vi sarebbe confusione in merito ad un elemento essenziale del contratto, quale è la tariffa.

V.221 **AGCOM**. Il punto c) in parola prevede quanto segue:

*c) nella vendita via canali telemarketing tale clausola sia comunicata insieme alla descrizione economica dell'offerta prima di procedere alla richiesta dei documenti e adesione del cliente all'offerta,*

L'Autorità non ritiene, tuttavia, proporzionato escludere la vendita di offerte indicizzate mediante telemarketing in quanto consentita dalla normativa, purché sia garantita la massima trasparenza anche tenuto conto delle modifiche apportate in esito a questo procedimento.

O.332 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI** suggerisce all'Autorità di rendere effettivamente operativo per i consumatori il portale, allo stato sperimentale, con il comparatore dei prezzi delle offerte degli operatori introducendo un onere a carico degli stessi di comunicare tali dati ad AGCOM per l'elaborazione tabellare secondo uno specimen delle voci richieste fornito direttamente dall'Autorità di modo che i risultati siano tra loro omogenei e possano confrontarsi.

V.222 **AGCOM**. L'Autorità si riserva, alla luce del nuovo Codice, di avviare le necessarie attività per la messa in esercizio del sistema di confronto delle offerte che, tuttavia, richiederà una revisione per tener conto delle recenti delibere sulla qualità dei servizi. Si ritiene, infatti, che un confronto complessivo debba tener conto oltre che della variabile prezzo anche dei parametri di qualità della connessione a Internet.

O.333 Nel **corso** della audizione, **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, anche per conto di **ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, interviene sul tema dell'indicizzazione, aggiungendo che i contratti debbano indicare in modalità perentoria se siano o meno indicizzati, senza alcun margine interpretativo del tipo” potrà prevedere”.

Inoltre, deve essere previsto obbligatoriamente anche un numero minimo di offerte che non contemplano il citato meccanismo di indicizzazione, anche ai fini della comparabilità delle offerte.

O.334 **ALCUNE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI ritengono** che il consumatore debba essere inoltre informato di tale possibilità oltre che in fattura anche con e-mail e tramite APP. È, altresì, fondamentale che venga comunicato all'utente con adeguato preavviso, in maniera chiara, trasparente e, se possibile, su supporto durevole, il momento in cui saranno applicate le variazioni.

V.223 **AGCOM**. Si rinvia a quanto già replicato in merito alle stesse argomentazioni.

### **XIII. CONTROVERSIE (ART. 9)**

Non vi sono commenti da parte dei rispondenti.

### **XIV. CODICI DI CONDOTTA (ART. 10)**

Non vi sono commenti da parte dei rispondenti.

## XV. VIGILANZA E SANZIONI (ART. 11)

O.335 **OMISSIS** ritiene necessario che ogni eventuale violazione da parte degli Operatori di quanto previsto dall'articolo 8-quater del Nuovo Regolamento venga considerata una grave violazione ai sensi dell'art. 30, comma 19, del Codice. Tale approccio si rende necessario per garantire che le sanzioni previste dal presente comma agiscano come effettivo deterrente per gli operatori ed assicurino il rispetto della normativa vigente. Questo perché ad oggi l'importo limitato delle sanzioni irrogabili da AGCOM per violazione della normativa in materia di tutela del consumatore ha portato alcuni Operatori a decidere consapevolmente di adottare comportamenti in violazione della normativa, accettando il rischio di essere sanzionati.

Per tale ragione, **OMISSIS** richiede che venga esplicitato in maniera inequivocabile all'interno di questo articolo, che la violazione di cui sopra comporterà l'applicazione della sanzione fino al 5% del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato al momento della notifica della contestazione. In secondo luogo, sempre al fine di agire da deterrente nei confronti di violazioni della normativa a tutela dei consumatori è indispensabile l'inserimento dell'obbligo, per gli Operatori, di procedere in tal caso alla restituzione automatica degli eventuali importi indebitamente addebitati agli utenti finali.

V.224 **AGCOM**. Il Regolamento già prevede che *La violazione delle disposizioni di cui al presente Regolamento comporta l'applicazione nei confronti dell'operatore della sanzione amministrativa pecuniaria prevista dall'articolo 30 comma 19, del Codice, fatta salva l'applicazione della sanzione stabilita al comma 15 del medesimo articolo per le condotte che integrano la violazione dell'articolo 98 – octies decies del Codice*. L'Autorità ritiene opportuno che l'entità della sanzione sia valutata caso per caso in esito al contraddittorio con la società e acquisiti tutti gli elementi istruttori.

## XVI. DISPOSIZIONI FINALI (ART. 12)

O.336 **OMISSIS** sottolinea la necessità che la delibera fissi un termine per l'adeguamento non inferiore a 6 mesi dalla pubblicazione, per consentire la modifica dei sistemi in linea con le disposizioni che verranno adottate.

O.337 **OMISSIS** ritiene che le nuove disposizioni e, in particolare, quelle relative al recesso, dovranno valere esclusivamente per i contratti stipulati successivamente a tale data, senza possibilità di applicazione retroattiva ai contratti già in essere. Un'eventuale applicazione retroattiva comporterebbe, infatti, impatti rilevanti per gli utenti in termini di modifica dei propri contratti, senza contare l'inatteso eventuale impatto economico che potrebbe avere l'Operatore con un'applicazione che incida su rapporti contrattuali già consolidati, se non addirittura estinti. Per l'operatore, appare pertanto indispensabile garantire agli Operatori un lasso di tempo idoneo affinché possano, eventualmente, adattare le loro strategie commerciali alle nuove regole.

O.338 **OMISSIS** chiede l'introduzione di un periodo di implementazione pari ad almeno sei mesi, in considerazione della complessità di eventuali adeguamenti dei sistemi che l'emananda regolamentazione imporrebbe in capo agli operatori. In via meramente subordinata, e sulla scorta di quanto già avvenuto in altri settori in presenza di implementazioni particolarmente gravose per gli operatori, l'operatore chiede che nell'applicazione di eventuali sanzioni amministrative l'Autorità per

i primi sei mesi dalla data di entrata in vigore del Provvedimento tenga conto della fase di prima applicazione.

O.339 **OMISSIS** rileva quanto segue:

- il principio *tempus regit actum*, in base al quale ciascun fatto o atto giuridicamente rilevante deve essere assoggettato alla normativa vigente nel momento in cui si verifica, guida l'ordinamento italiano. Pertanto, in assenza di un'indicazione specifica nel Codice, si ritiene che un regolamento non possa disporre la retroattività della norma di rango superiore e debba essere dunque applicato il principio generale;
- il contesto normativo è profondamente cambiato rispetto al 2018 poiché:
  - come noto, le linee guida di allora, applicate a tutti i casi di recesso esercitato dopo la loro entrata in vigore, hanno rimodulato l'importo che i fornitori potevamo addebitare in seguito al recesso da parte del consumatore.
  - Il Codice, invece, riconosce il diritto del cliente di recedere senza alcun costo. Ciò ha un effetto significativo nel ritorno finanziario che il fornitore ottiene dalla prestazione dei servizi, impattando direttamente sulla redditività dei servizi, sul bilancio del fornitore e pertanto sulla viabilità o meno del fornitore come azienda che si sostiene nel mercato.

O.340 **OMISSIS** chiede all'Autorità di prevedere per l'intero Regolamento un periodo di adeguamento minimo di 6 mesi e, quindi, di rendere applicabile anche la disciplina inerente al diritto di recesso ai contratti stipulati dopo tale periodo di adeguamento, tale fase transitoria permetterebbe ai clienti di avere piena conoscenza delle disposizioni a loro applicabili, in ottica di conformità al principio di certezza del diritto. Inoltre, è necessario per gli operatori godere di un medio periodo per adattare la propria struttura informativa e contrattuale alle previsioni di questo testo.

O.341 **UNA ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI**, pur condividendo il fatto che le Linee Guida di cui alla delibera n. 487/18/CONS impongano la soluzione adottata dall'Autorità all'art. 12 dello schema di Regolamento come quella giuridicamente più corretta in tema di efficacia temporale delle misure previste dallo stesso schema, tuttavia, ritiene che sia opportuno – al fine di rendere ancor più “robusta” la tutela degli utenti finali in ordine all'efficacia dello *ius superveniens* sui contratti in essere, soprattutto in una questa delicata come quella del diritto di recesso – inserire un periodo finale all'unico comma dell'art. 12 che limiti l'applicazione ai contratti conclusi antecedentemente l'adozione definitiva del Regolamento, delle nuove norme sul diritto di recesso alle sole disposizioni che non abbiano ripercussioni negative sugli utenti finali.

O.342 **OMISSIS** chiede di chiarire se questa proposta di Regolamento sia destinata a sostituire la delibera n. 519/15/CONS, e se ciò debba essere indicato in questa sede.

O.343 **OMISSIS** ritiene che le disposizioni dell'intero Regolamento non possano trovare applicazione in relazione alla clientela già acquisita alla data di entrata in vigore del presente Regolamento. Ciò proprio in considerazione della necessità di garantire la certezza del diritto, che, per giurisprudenza unanime, si traduce nel ben noto principio del *tempus regit actum*.

V.225 **AGCOM**.

L'Autorità prende atto del fatto che la realizzazione di alcune misure, quali quelle seguenti a titolo esemplificativo, comporta degli sviluppi sui sistemi degli operatori:

- l'articolo 4 sulle informazioni contrattuali;
- il comma 5 dell'articolo 5 in relazione alla MIGLIORE TARIFFA;
- il comma 1 dell'art. 6-bis laddove le tempistiche sono stabilite dalla delibera n. 156/23/CONS;
- il comma 1 e 2 dell'articolo 8-bis;
- l'art. 8-quater nei commi sulla trasparenza informativa;

Si ritiene, al riguardo, che un tempo massimo di implementazione delle misure che richiedono sviluppi di 6 mesi sia congruo.

Avuto riguardo alla richiesta che le disposizioni dell'intero Regolamento non trovino applicazione in relazione alla clientela già acquisita alla data di entrata in vigore del presente Regolamento in considerazione della necessità di garantire la certezza del diritto in applicazione del principio del tempus regit actum, si rappresenta quanto segue.

Visti gli esiti della consultazione pubblica l'Autorità ritiene che la disciplina di cui al presente provvedimento si applica a tutti i contratti indipendentemente dal momento della stipula ad eccezione di quanto disposto dall'art.5, comma 5, sulla non ammissibilità di costi di recesso dopo il 24-esimo mese, applicabile ai contratti successivi al presente provvedimento, per le motivazioni riportate nella relativa sezione V.86.

## **XVII. ALLEGATO 1**

O.344 **OMISSIS** chiede di specificare che la comunicazione agli utenti possa avvenire anche tramite modalità digitale e debba contenere il contenuto essenziale delle modifiche. Inoltre, l'operatore chiede di indicare soltanto che ai fini dell'esercizio del diritto di recesso valgono le medesime forme utilizzabili per l'attivazione o l'adesione al contratto.

V.226 **AGCOM**. Il punto 1 dell'Allegato 1 prevede la comunicazione su supporto durevole che, per quanto chiarito, include modalità digitali quali una e-mail o un pdf mandato via e-mail o caricato in un account personale; Secondo la CGUE 5 luglio 2012 C49/11 il mero sito internet non è supporto durevole perché non garantisce la immutabilità. Similmente la Cassazione 16 febbraio 2004 n. 2912 rileva che le informazioni in una pagina web non sono supporto durevole perché sono " non definitive".

Al punto 4 è già previsto che *Ai fini dell'esercizio del diritto di recesso valgono le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto, che devono essere indicate direttamente e comprendere, nel caso di recesso telematico, anche la PEC oltre al web-form, nonché i punti vendita e il canale telefonico.*

O.345 **OMISSIS** fa presente che l'Allegato 1 prevede che "la comunicazione deve contenere la seguente dicitura "Hai diritto entro il gg.mm [OVVERO entro tale data SE GIA' INDICATA LA DATA DI ENTRATA IN VIGORE DELLA MODIFICA] di recedere dal contratto o di passare ad altro operatore, senza penali". La società evidenzia che la frase all'interno della parentesi quadra

appare un refuso derivante dal precedente testo del Regolamento dal momento che, con la nuova disciplina, la data in cui entrano in vigore le modifiche e la data in cui termina il diritto di recesso dell'utente finale potrebbero non coincidere.

V.227 **AGCOM**. L'Autorità prende atto dell'osservazione e condivide la modifica proposta in quanto in linea con il nuovo Codice. La dicitura viene pertanto modificata come segue:

*Indipendentemente dalla modalità di comunicazione utilizzata, l'informativa sul diritto di recesso deve contenere, oltre alla indicazione delle modalità per l'esercizio di tale diritto, la seguente dicitura “Hai diritto entro il gg.mm ~~{OVVERO entro tale data SE GIA' INDICATA LA DATA DI ENTRATA IN VIGORE DELLA MODIFICA}~~ di recedere dal contratto o di passare ad altro operatore, senza penali”.*

O.346 **OMISSIS**, con riferimento è al comma 3, lett. b) dell'Allegato 1 al Regolamento, ritiene che occorra tenere in debita considerazione le numerose implementazioni già realizzate da **OMISSIS** nel recentissimo periodo per migliorare il servizio offerto alla propria clientela, sia con riguardo alle implementazioni di carattere tecnico resesi necessarie per implementare indicatori di qualità del servizio stesso come condivisi con questa stessa Autorità, sia dal punto di vista dei canali di assistenza clienti predisposti. Ove si confermasse, in sede di delibera finale, anche l'obbligo (e non, semplicemente, la facoltà) di prevedere l'introduzione di una notifica tramite applicazione video, ne conseguirebbe un ulteriore sforzo implementativo e gestionale che, allo stato, si porrebbe come eccessivamente complesso, non attuabile e sproporzionato rispetto a quanto l'azione amministrativa ha richiesto a **OMISSIS**. Si consideri anche che lo sforzo eventualmente richiesto nell'implementare tali notifiche sarebbe sproporzionato rispetto al risultato che sarebbe in grado di ottenere. Infatti, mentre l'e-mail raggiunge direttamente l'abbonato che ha attivato e che paga il servizio, la notifica sull'applicazione potrebbe essere da questi addirittura ignorata laddove non acceda all'applicazione per qualche giorno, oppure potrebbe essere visualizzata, ad esempio, da un altro familiare che accede al servizio ma che non ne riporti i contenuti al titolare dell'abbonamento. Si consideri poi che tale notifica non si presterebbe ad essere uno strumento di prova affidabile per **OMISSIS** in sede di controversia – diversamente dall'e-mail – laddove vi fossero delle contestazioni circa il corretto adempimento da parte dell'operatore all'obbligo informativo.

V.228 **AGCOM**. Si rileva che il punto b) del paragrafo 3 prevede che:

*b) per i servizi televisivi a pagamento, incluso quelli in video streaming di cui alla Direttiva sui Servizi Media Audiovisivi n. 2018/1808, se non è possibile comunicare personalmente, anche per via telematica tramite annunci notificati tramite applicazione video per l'intero periodo di preavviso di cui al punto 1.*

Si fa osservare che la comunicazione tramite annunci attraverso l'app video è prevista nel caso in cui non sia possibile una comunicazione personale ai singoli clienti su supporto durevole ai sensi del punto 1.

O.347 **OMISSIS** ritiene che il contenuto dell'Allegato 1 sia integrato, al fine di:

- chiarire ulteriormente che le comunicazioni informative inviate dagli operatori agli utenti oggetto della modifica delle condizioni contrattuali devono essere strutturate in maniera

semplice ed intellegibile per l'utente medio, soprattutto con riferimento alle possibilità di esercizio del diritto di recesso e passaggio ad altro operatore;

- indicare espressamente le modalità ed i canali che gli operatori devono utilizzare per comunicare le modifiche delle condizioni contrattuali; in linea con quanto indicato in premessa chiarire che l'obbligo per gli operatori di consentire agli utenti oggetto delle modifiche contrattuali di esercitare il proprio diritto di recesso attraverso PEC, web-form, punti vendita e servizio utenti non vige solamente con riferimento al recesso telematico.

V.229 **AGCOM**. L'Autorità condivide la richiesta di cui al primo bullet. Il punto 1 dell'Allegato 1 è pertanto integrato come segue:

*Gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche o contrattuali sono tenuti a comunicare, **in maniera semplice ed intellegibile per l'utente medio**, su supporto durevole agli utenti finali interessati, con adeguato preavviso non inferiore a trenta giorni, il contenuto delle modifiche ed i motivi che le giustificano, la data di entrata in vigore delle stesse e l'informativa completa sulle modalità e sul diritto di recedere dal contratto senza penali.*

In relazione al secondo bullet si richiama che la comunicazione avviene su supporto durevole che include una e-mail o un pdf mandato via e-mail o caricato in un account personale.

Per quanto riguarda il recesso, il punto 4 prevede che;

*Ai fini dell'esercizio del diritto di recesso valgono le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto, che devono essere indicate direttamente e comprendere, nel caso di recesso telematico, anche la PEC oltre al web-form, nonché i punti vendita e il canale telefonico.*

La modalità di recesso è scelta dall'utente finale e può essere telematica, nei punti vendita o telefonica.

O.348 **OMISSIS** ritiene che il punto 4 dell'Allegato 1 sia una previsione sproporzionata posto che non viene esplicitata una ragione obiettiva per obbligare all'impiego di tutti i canali, e che l'uso solo di alcuni di essi non risulta aver sollevato criticità. In particolare, l'obbligo connesso al canale punti-vendita necessita di attività preparatorie, negoziali e di gestione che impongono oneri non proporzionati rispetto all'utilità che l'uso di detto mezzo per il recesso può portare, che nell'esperienza della scrivente è pressoché assente poiché le disdette sono normalmente gestite attraverso gli altri canali senza criticità note.

V.230 **AGCOM**. Le modalità di recesso devono valere le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto, come previsto dal decreto Bersani all'articolo 1, comma 3-bis:

*3-bis. **Le modalità utilizzabili dal soggetto contraente che intenda recedere da un contratto stipulato con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, nonché in caso di cambio di gestore, devono essere semplici e di immediata attivazione e devono seguire le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto. In ogni caso, gli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche devono consentire la possibilità per consumatori e utenti di comunicare il recesso o il cambio di gestore con modalità telematiche.***

O.349 **OMISSIS** richiede all'Autorità di modificare il punto 1 dell'allegato 1, ove non chiarisce che le modifiche alle condizioni economiche o contrattuali suscettibili di invio dell'informativa e recesso dal contratto sono esclusivamente quelle a svantaggio dell'utente finale.

Inoltre, non sono specificate le modalità di invio di tali comunicazioni "su supporto durevole" e, in particolare, se esse debbano avvenire via PEC o raccomandata A/R, oppure, come auspicabile, sia sufficiente l'invio di una e-mail.

Con riferimento al punto 3, ove si dispone che la comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali (a svantaggio dell'utente) avvenga "anche" via SMS per le utenze mobili non M2M, **OMISSIS** propone di modificare l'attuale formulazione inserendo in luogo di "anche" l'espressione "in alternativa" in quanto si ritiene che una sola delle modalità proposte possa raggiungere lo scopo desiderato senza dover inviare una quantità sovrabbondante di comunicazioni all'utente finale.

V.231 **AGCOM**. Come chiarito nei paragrafi V.108 - V.109 le comunicazioni di modifica contrattuale non si limitano a quelle a svantaggio dei consumatori.

Per quanto riguarda il supporto durevole si rinvia a quanto già chiarito.

Non si conviene nel considerare la comunicazione via SMS come alternativa in quanto il mezzo a capacità limitata e consente di prendere visione del contenuto della modifica contrattuale mediante link al sito web che non è da considerarsi un supporto durevole.

O.350 **OMISSIS** ritiene opportuno ribadire quanto già evidenziato in altre sedi in merito alla formulazione del comma 4, dove si afferma che “ai fini dell’esercizio del diritto di recesso valgono le medesime forme utilizzabili al momento dell’attivazione o dell’adesione al contratto...”, ovvero che una cosa sono le forme ed un’altra i canali di adesione. L’interpretazione più aderente al dettato dell’art. 3 bis del c.d. Decreto Bersani sarebbe, quindi, di equiparare le forme utilizzate per l’adesione, lasciando agli operatori la scelta dei canali in cui accogliere le richieste di recesso, fermo restando che gli stessi consentano al cliente di esercitare i propri diritti in maniera agevole e tempestiva.

**OMISSIS** evidenzia poi la necessità di semplificare il testo delle comunicazioni via SMS, proprio in considerazione della specificità e dei limiti di questo mezzo di comunicazione, nonché della possibilità che ha il cliente di accedere direttamente tramite link ad una forma di comunicazione decisamente più idonea ad informarlo su tutti i dettagli della modifica contrattuale e sulle modalità per esercitare i propri diritti. **OMISSIS** ritiene che, nel caso di comunicazione via SMS, la possibilità di rimandare al sito web per le informazioni di dettaglio, di cui al comma 3 lett. a) del presente articolo, debba essere estesa anche alle modalità per esercitare il diritto di recesso. La società, infine, auspica che l’Autorità voglia tener conto dell’istanza di semplificazione del testo delle comunicazioni via SMS, proprio in considerazione della disponibilità per il cliente di un canale informativo, integrato nello strumento stesso, nonché di immediata ed agevole consultazione.

V.232 **AGCOM**. In relazione alle forme di adesione l’Autorità non ravvisa la suddetta criticità interpretativa in quanto i canali di adesione includono il web, punti vendita e il canale telefonico. La PEC (in quanto domicilio digitale) rappresenta una modalità prevista dal Codice dell’amministrazione digitale, decreto 82/2005, all’art.6.

Quanto alla semplificazione del contenuto dell’SMS in relazione alle modalità di recesso, l’Autorità ritiene, avendo eliminato una frase non più utile, di aver liberato della capacità utilizzabile in termini

di massimo numero di caratteri. Resta fermo che elementi di maggior dettaglio possono essere rinviati al sito web.

O.351 **UN UTENTE FINALE** chiede che vengano apportate le seguenti modifiche:1) per le comunicazioni in formato cartaceo ed elettronico, la comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali può essere inviata contestualmente alla fattura ma deve essere separata da essa e dalle eventuali altre comunicazioni, ovvero deve essere inserita in un contenitore separato sul quale sia riportata l'intestazione "Modifica delle condizioni contrattuali" o similare.

V.233 **AGCOM**. L'Autorità ritiene ragionevole l'accorgimento proposto e invita gli operatori a tenerne conto evitando che l'utente non si avveda del fatto che insieme alla fattura è presente la comunicazione della modifica contrattuale.

#### O.352 **UTENTE FINALE**

2) nel caso di *offerte convergenti* di utenze fisse e mobili, i cui corrispettivi siano addebitati in un'unica fattura, appare necessario che l'operatore invii un SMS informativo che inizi con la dicitura "Modifica delle condizioni contrattuali", o similare, che indichi, almeno, il contenuto essenziale delle modifiche e la data di entrata in vigore delle stesse, con l'invito a verificarne gli ulteriori dettagli tramite *link* al proprio sito web contenente la descrizione completa di tali modifiche.

V.234 **AGCOM**. Si condivide che l'SMS deve essere utilizzato come mezzo di informazione anche per le offerte convergenti fisso-mobile. Si inserisce in Allegato 1 la precisazione.

#### O.353 **UTENTE FINALE**

3) appare, altresì, necessario che l'operatore disponga di elemento probatorio certo della avvenuta consegna dell'SMS, intendendosi quest'ultimo recapitato quando l'operatore abbia ottenuto la cosiddetta "ricevuta di ritorno". In mancanza di ricevuta di ritorno, la modifica delle condizioni contrattuali dovrebbe essere posposta, facendo decorrere i termini legali dal momento della avvenuta consegna dell'SMS.

V.235 **AGCOM**. Saranno gli operatori, secondo i canoni di diligenza professionale e buona fede contrattuale, a gestire eventuali situazioni che possano far supporre una mancata consegna in caso di assenza di copertura, guasti, o altro. Si rammenta, tuttavia, che l'SMS informativo è aggiuntivo alla comunicazione su supporto durevole.

#### O.354 **UTENTE FINALE**

4) l'informativa sul sito *web* relativa alla modifica delle condizioni generali di contratto, al momento, appare vaga e generica. Occorrerebbe, pertanto, che l'informativa sulla modifica delle condizioni contrattuali specifichi nel dettaglio tutte le offerte coinvolte, con il loro nome commerciale e la data di entrata in vigore del singolo cambio tariffario, onde avere una comunicazione chiara, univoca e certa.

V.236 **AGCOM**. Non si condivide l'osservazione atteso che l'operatore è tenuto, in base all'Allegato 1, a comunicare, punto 1, *il contenuto delle modifiche ed i motivi che le giustificano, la data di entrata in vigore delle stesse e l'informativa completa sulle modalità e sul diritto di recedere dal contratto senza penali*. Inoltre, è previsto che "*link al proprio sito web contenente la **descrizione completa delle***

**modifiche contrattuali**, fermo restando l'obbligo di informativa sul diritto di recesso di cui al paragrafo 4". Non si ravvede pertanto alcuna genericità e vaghezza.

**O.355 UTENTE FINALE.** Alla luce di quanto sopra, propone la seguente formulazione dell'Allegato.

Allegato 1

**Modalità per la comunicazione agli utenti finali delle modifiche contrattuali e del conseguente diritto di recesso, ai sensi dell'art. 98 septiesdecies, comma 5, del Codice europeo delle comunicazioni elettroniche.**

1. Gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche o contrattuali sono tenuti a comunicare su supporto durevole agli utenti finali interessati, con adeguato preavviso non inferiore a trenta giorni, il contenuto delle modifiche ed i motivi che le giustificano, la data di entrata in vigore delle stesse e l'informativa completa sulle modalità e sul diritto di recedere dal contratto senza penali.

2. La comunicazione di cui al punto 1. è effettuata con una comunicazione separata da tutte le altre comunicazioni così come definito al punto 3. All'interno della comunicazione si invita l'utente a verificare gli ulteriori dettagli tramite link al proprio sito web.

L'informativa pubblicata sul sito web deve contenere il nome commerciale delle offerte oggetto di modifica e la data effettiva di entrata in vigore, in modo tale che l'utente abbia piena corrispondenza tra la comunicazione ricevuta su supporto durevole e l'informativa pubblicata. Qualora più offerte con condizioni contrattuali differenti presentino il medesimo nome commerciale, e sia possibile distinguere tra di esse quelle oggetto di modifica da quelle esenti da modifica (a titolo esemplificativo attraverso la data di sottoscrizione dell'offerta), l'operatore specifica nell'informativa, accanto al nome commerciale dell'offerta, gli ulteriori dettagli identificativi dell'offerta di cui l'utente sia già in possesso tramite il contratto. Qualora invece tutte le offerte con il medesimo nome commerciale siano oggetto di modifica, si riporta solamente tale nome.

3. La comunicazione può essere inviata contestualmente alla fattura ma deve essere separata da essa e dalle eventuali altre comunicazioni, ovvero deve essere inserita in un contenitore separato sul quale sia riportata l'intestazione "MODIFICA DELLE CONDIZIONI CONTRATTUALI" o similare. A titolo esemplificativo, il contenitore separato può essere

a) per le comunicazioni in formato cartaceo, una busta da lettera, anche senza frontespizio trasparente, al cui interno sia contenuta solamente la comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali e al cui esterno vi sia l'intestazione di cui sopra; la medesima busta può essere inserita all'interno della lettera da consegnare all'utente, contenente altre comunicazioni, in modo tale che si commissioni un'unica spedizione postale;

b) per le comunicazioni in formato elettronico, un file il cui contenuto sia solamente la comunicazione di modifica delle condizioni contrattuali ed il cui nome sia l'intestazione di cui sopra; tale file può essere allegato ad un messaggio di posta elettronica contenente altre comunicazioni per l'utente.

L'invio della comunicazione di modifica non può essere oggetto di ulteriori oneri a carico dell'utente. Restano applicabili gli oneri definiti nel contratto relativi al servizio di invio della fatturazione.

4. In ogni caso, la comunicazione avviene anche:

a) per le utenze mobili non M2M, per gli utenti titolari sia di utenza fissa che di utenza mobile la cui fatturazione è aggregata (cosiddette "offerte convergenti") e quindi l'utente abbia un solo addebito ricorrente per le due utenze correlate (indipendentemente dall'eventualità che la fatturazione aggregata comporti vantaggi economici o di servizi migliorativi su una o entrambe le utenze), e per i consumatori titolari di utenza fissa che al momento della sottoscrizione abbiano indicato come recapito di contatto un'utenza mobile di cui siano titolari o reali utilizzatori, tramite invio alle utenze mobili sopra definite di un SMS informativo che inizi con la dicitura "Modifica delle condizioni contrattuali", o similare, che indichi, almeno, il contenuto essenziale delle modifiche e la data di entrata in vigore delle stesse, con l'invito a verificarne

gli ulteriori dettagli tramite link al proprio sito web contenente la descrizione completa delle modifiche contrattuali, fermo restando l'obbligo di informativa sul diritto di recesso di cui al paragrafo 4 seguente. L'invio tramite SMS informativo deve rispettare l'adeguato preavviso definito al punto 1. e si intende recapitato quando l'operatore ha constatazione probatoria dell'avvenuta consegna tramite il servizio della cosiddetta ricevuta di ritorno. Qualora l'operatore non riesca ad effettuare la consegna, per qualsiasi ragione (a titolo esemplificativo e non esaustivo l'inattività dell'utenza mobile per un periodo prolungato di tempo), entro il giorno tale da garantire l'adeguato preavviso rispetto al giorno di entrata in vigore della modifica, provvede tempestivamente a non applicare la modifica nella data prevista di entrata in vigore e può alternativamente comunicare, attraverso un apposito SMS all'utenza interessata ed anche adeguando dettagliatamente l'informativa sul sito web, una nuova data di entrata in vigore rispettando l'adeguato preavviso, quindi applicare la modifica alla nuova data.

b) per i servizi televisivi a pagamento, incluso quelli in video streaming di cui alla Direttiva sui Servizi Media Audiovisivi n. 2018/1808, se non è possibile comunicare personalmente, anche per via telematica tramite annunci notificati tramite applicazione video per l'intero periodo di preavviso di cui al punto 1.

5. Indipendentemente dalla modalità di comunicazione utilizzata, l'informativa sul diritto di recesso deve contenere, oltre alla indicazione delle modalità per l'esercizio di tale diritto, la seguente dicitura "Hai diritto entro il gg.mm [OVVERO entro tale data SE GIA' INDICATA LA DATA DI ENTRATA IN VIGORE DELLA MODIFICA] di recedere dal contratto o di passare ad altro operatore, senza penali". Ai fini dell'esercizio del diritto di recesso valgono le medesime forme utilizzabili al momento dell'attivazione o dell'adesione al contratto, che devono essere indicate direttamente e comprendere, nel caso di recesso telematico, anche la PEC oltre al *web-form*, nonché i punti vendita e il canale telefonico.