



Consultazione pubblica avviata con la delibera 202/13/CONS in materia di "Modifiche al Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di fornitura di servizi di comunicazioni mediante contratti a distanza approvato con delibera n. 664/06/CONS" (di seguito Regolamento)

Posizione di Vodafone Omnitel NV

1. Considerazioni generali

Con la delibera n. 202/13/CONS l'Autorità ha inteso avviare un procedimento di consultazione pubblica avente ad oggetto il documento "Modifiche al Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di fornitura di servizi di comunicazione elettronica mediante contratti a distanza, approvato con delibera n. 664/06/CONS". Tale delibera è stata pubblicata sul sito web dell'Autorità il 14 marzo scorso ed è stato richiesto agli interessati, nell'ambito della consultazione pubblica, di presentare la propria posizione in merito, entro e non oltre 30 giorni.

Con lettera congiunta del 28 marzo 2013, prot n. 7736/MDU gli operatori (Fastweb, Telecom Italia, Vodafone e Wind) hanno presentato formale istanza di proroga dei termini per la presentazione dei loro posizionamenti tenuto conto che il documento posto in consultazione introduce sostanziali modifiche alla Delibera 664/06/CONS sulla fornitura di servizi di comunicazione elettronica mediante contratti a distanza, di significativacentralità per gli Operatori del settore, con rilevanti impatti sia nel contesto regolamentare sia di natura economica.

Con il provvedimento in commento, infatti, l'Autorità introduce modifiche radicali alla delibera, attualmente in vigore, in tema di disposizioni a tutela dell'utenza in materia di fornitura di contratti di comunicazioni elettronica mediate contratti a distanza, nel convincimento che tali modifiche possano favorire un generale miglioramento della tutela degli utenti.

Prima di entrare nel merito delle specifiche disposizioni previste nella proposta di Regolamento in consultazione, appare opportuno svolgere alcune considerazioni preliminari.

La delibera in questione ha visto la propria luce a seguito di un lungo percorso avviato dall'Autorità agli inizi del 2012 attraverso la convocazione di un'audizione specifica ai sensi dell'art. 5 della delibera 418/04/CONS avente ad oggetto la proposta di modifiche al Regolamento recante la disciplina dei contratti a distanza di cui alla

delibera 664/06/CONS. Tale procedimento, avente appunto ad oggetto il Regolamento allegato alla delibera 664/06/CONS, si inquadra in una generale rivisitazione delle modalità di conclusione a distanza dei contratti per la fornitura dei servizi di comunicazioni elettroniche, tenendo conto del mutato quadro normativo comunitario. La nuova impostazione del Regolamento si poneva come scopo principale quello di prevenire il fenomeno delle attivazioni dei servizi non richiesti con particolare riferimento alla conclusione dei contratti per la fornitura dei servizi fissi. L'avvio di tale procedimento ha portato alla costituzione di un tavolo tecnico alla presenza degli Operatori, delle Associazioni dei Consumatori e dell'Autorità. All'interno del tavolo tecnico le parti coinvolte hanno lungamente lavorato (per oltre un anno!) alla redazione di un Codice di Condotta (l'ultima versione si allega al presente documento come allegato 1). Nonostante la redazione del Codice di Condotta avesse quasi trovato luce, l'Autorità, cioè malgrado, ha deciso di intervenire con la delibera oggetto della presente consultazione dai confini ben più ampi rispetto agli obiettivi posti alla base dell'avvio del procedimento sopra citato.

Alla base del nuovo procedimento di consultazione pubblica l'Autorità richiama, in particolare:

1. l'articolo 13, comma 2, del Codice, secondo cui nello svolgere le funzioni di regolamentazione indicate nel Codice e secondo le procedure in esso contenute, l'Autorità, nell'ambito delle proprie competenze, adotta tutte le misure ragionevoli e proporzionate intese a conseguire gli obiettivi generali di cui all'articolo 4 ed ai commi 4, 5 e 6 dell'articolo 13 del Codice
2. l'articolo 70 del Codice, recante la disciplina dei contratti tra operatori di comunicazioni elettroniche ed utenti e del diritto di recesso, e
3. l'articolo 80 del Codice, contenente disposizioni finalizzate ad agevolare il cambiamento di fornitore di servizi da parte degli utenti

La scrivente Società, pur esprimendo il proprio apprezzamento per il lavoro svolto dall'Autorità, in direzione di una più efficace e puntuale tutela degli utenti, e per l'attenzione posta verso le esigenze di certezza della disciplina regolamentare,

costantemente manifestate dagli operatori del settore, non può comunque esimersi dal segnalare alcuni punti che, o per ragioni di non perfetta chiarezza, o perché le misure introdotte presentano profili di irragionevolezza e non proporzionalità a danno degli operatori, sono meritevoli – ad avviso della scrivente Società – di necessari emendamenti che verranno di seguito illustrati e motivati.

Prima di passare all'esame delle singole proposte di modifica ci preme fare una ulteriore considerazione di carattere generale.

Le modifiche proposte al Regolamento vigente sono volte ad introdurre una disciplina generale dei Contratti previsti dall'art. 70, commi 1 e 2, del Codice delle Comunicazioni Elettroniche (di seguito CCE), e una disciplina particolare dei Contratti a distanza e dei Contratti negoziati fuori dei locali commerciali con la finalità di fissare regole generali per tutti gli utenti finali. Tuttavia non viene affatto considerato il sistema normativo su cui già oggi poggia la disciplina di tali fattispecie che si fondano su due cardini normativi non confondibili, né assimilabili: l'uno, il Codice del Consumo, di portata generale; l'altro, il CCE, di natura speciale. A parere della scrivente non sembra necessario prevedere attraverso un Regolamento, di fonte secondaria la disciplina generale dei Contratti già recata da fonti di grado superiore.

Da qui emerge l'incoerenza normativa di alcune norme contenute nel Regolamento, che verrà di seguito illustrata, laddove intendono disciplinare alcuni istituti/principi mutuandoli pedissequamente dal Codice del Consumo senza che il CCE ne preveda analoga previsione, ovvero, addirittura regolamentare in maniera differente ed eccessivamente puntuale, attraverso tecniche di micro regolamentazione, ambiti già disciplinati inequivocabilmente da norme primarie. Preme, infatti, precisare che una disciplina così dettagliata non garantisce affatto certezza nei rapporti tra operatori ed utenti.

2. Le modifiche proposte alla delibera 664/06/CONS e le considerazioni di Vodafone

Svolte queste considerazioni di carattere preliminare, riteniamo utile entrare nel merito delle modifiche proposte nell'ambito della consultazione pubblica *de qua*.

Articolo 1 - bis. Ambito di applicazione - Testo in consultazione:

Il presente Regolamento si applica ai contratti tra operatori ed utenti, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli "consumatori".

Osservazioni Vodafone

L'Autorità ha precisato che lo scopo della disposizione proposta e' quello di estendere anche a tutti gli utenti finali (e dunque sia agli utenti finali che sono consumatori, sia agli utenti finali che non sono consumatori)¹ la tutela riconosciuta ai consumatori nella "fase contrattuale dei rapporti tra operatori e consumatori", in applicazione della "facoltà prevista dall'art. 70, comma 4, del Codice" in capo all'Autorità; farebbero eccezione le disposizioni in materia di recesso e di durata massima del rapporto iniziale, che rimarrebbero riservate ai soli consumatori.

La proposta non e' condivisibile se formulata in termini così generali, in quanto non sembra potersi rinvenire nella vigente normativa una "facoltà" dell'Autorità tale da consentire una sostanziale ed indifferenziata estensione a tutti gli utenti finali delle garanzie preposte alla tutela dei consumatori.

¹Sulla base delle definizioni di cui all'art. 2 della "DIRETTIVA 2002/21/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 7 marzo 2002 che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (Direttiva Quadro)":

lettera h): «utente» è la persona fisica o giuridica che utilizza o chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico;

lettera i) «consumatore», la persona fisica 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.

Una tale base normativa, infatti, non sembra potersi rinvenire nell'art. 70, comma 4, del Codice [a tal fine invocato dall'Autorità nel documento in consultazione] stante che la disposizione in esame - quale risulta a seguito delle modifiche apportate dall'art.49, comma 1, del d.lgs 28 maggio 2012, n. 70 – ha un ambito ben circoscritto e si limita a riservare all'Autorità la sola facoltà di specificare la forma delle comunicazioni circa il diritto di recesso, nel caso di modifiche contrattuali.

Non sembra altresì potersi rinvenire nemmeno nell'art. 70, comma 2, del Codice che sembra attribuire all'Autorità, in verità in modo piuttosto ambiguo, la sola facoltà di estendere *“gli obblighi di cui al comma 1 affinché sussistano anche nei confronti di altri utenti finali”*.

A parere della scrivente, le citate disposizioni normative, non sono sufficienti a legittimare una prescrizione regolamentare che estenda in modo generalizzato ed indiscriminato le prescrizioni di maggiore garanzia e tutela dettate per i contratti dei consumatori a quelli di tutti gli altri utenti. Una simile determinazione potrebbe risultare, infatti, troppo onerosa per le imprese e al contempo non necessaria per alcune tipologie di utenti [utenti meglio informati o con un potere negoziale maggiore].

A tal proposito è importante rilevare che la facoltà di imporre la totale parificazione tra consumatori ed altri utenti è esclusa dalla stessa direttiva 2009/136/CE [che si occupa dei contratti che hanno ad oggetto prodotti e servizi di telecomunicazione e da cui deriva l'attuale testo dell'art. 70 del Codice]; la direttiva in esame, infatti, non solo mantiene distinti i consumatori dagli altri utenti, in diversi casi e sotto molteplici profili [v. ad esempio il tema delle procedure extragiudiziali per la risoluzione delle controversie], ma chiarisce anche, in modo inequivocabile, che *“Le disposizioni contrattuali dovrebbero applicarsi non soltanto ai consumatori ma anche ad altri utenti finali, in primo luogo le microimprese e le piccole e medie imprese (PMI) che possono preferire un contratto studiato per le esigenze del consumatore. Per non imporre inutili oneri amministrativi ai fornitori di servizi e per evitare la complessità legata alla definizione di PMI, le disposizioni contrattuali non dovrebbero applicarsi*

agli altri utenti finali automaticamente, ma solo su richiesta. Gli stati membri dovrebbero adottare misure appropriate per informare le PMI di questa possibilità" [direttiva 2009/136/CE, considerando (21)]. Di conseguenza l'eventuale estensione di tutela a soggetti diversi dal consumatore va valutata solo se risulta effettivamente esserci una domanda in termini di problematiche che dovessero essere sollevate da categorie diverse dai consumatori ed in ogni caso tale estensione potrà avvenire non automaticamente, bensì a richiesta.

Nella stessa direzione si muove il Considerando 30 della Direttiva Servizio Universale, che recita:

"30. [...] I consumatori dovrebbero beneficiare di un livello minimo di certezza del diritto nelle loro relazioni contrattuali con il proprio fornitore diretto di servizi telefonici, garantita dal fatto che i termini del contratto, le condizioni, la qualità del servizio, le modalità di rescissione del contratto e di cessazione del servizio, le misure di indennizzo e le modalità di risoluzione delle controversie sono precisate nel contratto stesso. Le medesime informazioni dovrebbero figurare nei contratti conclusi tra i consumatori e i fornitori di servizi che non siano fornitori diretti di servizi telefonici. Le misure in materia di trasparenza dei prezzi, delle tariffe e delle condizioni aiuteranno i consumatori ad operare scelte ottimali ed a trarre pieno vantaggio dalla concorrenza". E' chiaro lo spirito del legislatore comunitario che mira a garantire protezione al consumatore. In nessuna altra disposizione della direttiva si fa un richiamo, ad esempio, alle imprese di maggiori dimensioni e –solo per casi eccezionali –il riferimento e' alle piccole e medie imprese quali soggetti suscettibili di rientrare nell'ambito soggettivo di applicazione di questa normativa. Ma cio' mai in via generalizzata ma solo attraverso un riferimento esplicito a categorie diverse dai consumatori e solo limitatamente a taluni ambiti di tutela².

Ne consegue che neppure il disposto dell'art. 70, comma 2, del Codice, tra l'altro non richiamato nelle motivazioni richiamate da codesta Spett.le Autorità per

² Considerando 49 Direttiva Servizio Universale: *"È opportuno che la presente direttiva preveda alcuni elementi di protezione dei consumatori, quali la chiarezza dei termini contrattuali e delle procedure per la risoluzione delle controversie e la trasparenza tariffaria. Essa dovrebbe inoltre incoraggiare l'estensione di tali benefici ad altre categorie di utenti finali, in particolare le piccole e medie imprese."*;

giustificare l'ampliamento dell'ambito di applicazione del Regolamento in consultazione, pur nella sua formulazione non immediatamente intelligibile, sembra idoneo a costituire la base normativa su cui fondare una determinazione [quale appare quella proposta nell'articolo 1-bis del documento in consultazione] di generale parificazione, in fase contrattuale, degli altri utenti ai consumatori.

Le conclusioni sopra raggiunte risultano confermate anche dalle disposizioni della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori. La direttiva, che si propone di armonizzare taluni aspetti dei contratti a distanza conclusi dai consumatori o da questi negoziati fuori dai locali commerciali, lascia agli Stati membri [v. considerando (13)³] - al fine di raggiungere un giusto equilibrio tra un elevato livello di tutela dei consumatori e la competitività delle imprese - la determinazione di estendere o meno le norme della direttiva anche a soggetti diversi dai consumatori.

Si chiede pertanto che l'Autorità voglia riconsiderare l'opportunità di una estensione immediata e generalizzata delle disposizioni a tutela di consumatori a tutti i contratti stipulati tra operatori ed utenti, anche in attesa che il legislatore nazionale assuma le determinazioni ad esso riservate dalla Direttiva da ultimo citata.

3. Direttiva 2011/83/UE, considerando (13): "Gli Stati membri dovrebbero restare competenti, conformemente al diritto dell'Unione, per l'applicazione delle disposizioni della presente direttiva ai settori che non rientrano nel suo ambito di applicazione. Di conseguenza, gli Stati membri possono mantenere o introdurre una legislazione nazionale corrispondente alla presente direttiva, o a talune delle sue disposizioni, in materia di contratti che non rientrano nell'ambito di applicazione della presente direttiva. Ad esempio, gli Stati membri possono decidere di estendere l'applicazione delle norme della presente direttiva alle persone giuridiche o alle persone fisiche che non sono consumatori ai sensi della presente direttiva, quali le organizzazioni non governative, le start-up o le piccole e medie imprese. Analogamente, gli Stati membri possono applicare le disposizioni della presente direttiva ai contratti che non sono contratti a distanza ai sensi della presente direttiva, ad esempio poiché non sono conclusi nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza. Inoltre, gli Stati membri possono altresì mantenere o introdurre disposizioni nazionali su questioni non specificamente trattate dalla presente direttiva, quali regole supplementari in materia di contratti di vendita, anche per quanto concerne la consegna dei beni o i requisiti relativi alla fornitura di informazioni durante la vigenza del contratto".

Articolo 1-ter. Trasparenza delle offerte - testo in consultazione:

1. La pubblicazione di informazioni circa le offerte commerciali, effettuata con qualsiasi mezzo, deve avvenire in modo chiaro, completo e trasparente, evitando formulazioni ambigue o che possano indurre in errore gli utenti.

Osservazioni Vodafone

L'Autorità ha precisato che la disposizione proposta costituisce applicazione delle prerogative che l'art. 71, comma 1, del Codice assegna all'Autorità; più precisamente del potere di "*precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui le informazioni divulgate dagli operatori devono essere pubblicate*".

E' noto infatti che gli operatori sono tenuti - proprio sulla base del disposto di cui all'art. 71 del Codice rubricato Trasparenza e pubblicazione delle informazioni - a dare una serie di informazioni obbligatorie essenzialmente finalizzate a rendere conoscibili ai potenziali clienti le caratteristiche tecniche, economiche e contrattuali dei servizi offerti. Il fine è evidentemente quello di consentire agli utenti di comparare le offerte e di effettuare scelte di acquisto il più possibile consapevoli; per tale motivo, le informazioni obbligatorie devono essere trasparenti, comparabili adeguate ed aggiornate [v. art. 71, comma 1, del Codice e art. 21.1 della direttiva 2002/22/CE, come modificato dalla direttiva 2009/136/CE].

Le informazioni obbligatorie che gli operatori sono tenuti a pubblicare in ottemperanza alle prescrizioni dell'art. 71, comma 1, del Codice sono esplicitate e riepilogate nell'Allegato 5 al Codice.

Nel sistema del Codice, spetta inoltre all'Autorità, ai sensi dell'art. 71, comma 2 bis, decidere se imporre agli operatori la pubblicazione di ulteriori obblighi di informazione, tra quelli elencati nel medesimo art. 71, comma 2 bis, e di vigilare e garantire il rispetto dei predetti obblighi di informazione da parte degli operatori. Infine, sulla base di quanto previsto dall'Allegato 5, spetta all'Autorità decidere, nella prospettiva di garantire scelte informate da parte dei consumatori, quali, tra le



vodafone

informazioni obbligatorie che gli operatori sono tenuti a pubblicare ai sensi dell'art. 71, comma 1, ed elencate nell'Allegato 5, debbano essere pubblicate dagli operatori stessi e quali invece debbano essere pubblicate dall'Autorità.

In questo quadro normativo, la disposizione di chiusura di cui all'art. 71, comma 1, che consente all'Autorità di precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui le informazioni divulgate dagli operatori devono essere pubblicate, si riferisce evidentemente al potere dell'Autorità di specificare requisiti aggiuntivi relativi alla forma di pubblicazione delle informazioni obbligatorie di cui all'art. 71, comma 1.

Risulta dunque evidente la distonia tra il quadro regolamentare sopra delineato e la disposizione che l'Autorità propone di introdurre all'articolo 1 ter, [non a caso rubricato Trasparenza delle Offerte e non invece Trasparenza e pubblicazione delle informazioni, come sono rubricate sia la disposizione dell'art. 71 del Codice, sia l'art. 21.1 della direttiva 2002/22/CE, come modificato dalla direttiva 2009/136/CE].

Deve infatti evidenziarsi che il testo proposto all'Articolo 1-ter:

i) non specifica alcun ulteriore requisito relativo alla forma di pubblicazione [il fatto che le informazioni sulle offerte commerciali debbano essere chiare, complete e trasparenti non può certo dirsi una specificazione, né una novità, visto che sia la direttiva sia il codice già prescrivono tali caratteristiche];

ii) i requisiti di trasparenza, chiarezza e completezza non attengono alla specificazione della forma di pubblicazione [risulta anzi quasi paradossale in questo contesto normativo il fatto che, anziché dettagliare ulteriori requisiti di pubblicazione, si faccia riferimento a offerte commerciali con qualsiasi mezzo effettuate].

In conclusione, a parere della scrivente, la disposizione proposta all'articolo 1-ter non può essere reputata esplicazione del potere di specificazione di ulteriori requisiti di pubblicazione delle informazioni obbligatorie e pertanto non può considerarsi legittimata dalla disposizione di cui all'art. 71, comma 1, richiamato nel documento in consultazione.

A parere della scrivente, la disciplina proposta sembra piuttosto scontare l'equivoco di ritenere che le informazioni che gli operatori sono obbligati a pubblicare ai sensi dell'art. 71, comma 1 - tra cui quelle sulle offerte commerciali - possano essere sovrapposte, senza alcuna distinzione, alle informazioni che gli operatori sono tenuti a dare in modo trasparente, chiaro, completo, etc. - e comunque in modo non ingannevole - qualora decidano invece di fare pubblicità ad una loro offerta commerciale.

L'equivoco di fondo sembra stare nel fatto che mentre, nel primo caso, la pubblicazione dell'informazione [anche in ordine alle caratteristiche delle offerte commerciali] è obbligatoria, nel secondo caso l'operatore non ha nessun obbligo di fare pubblicità alle proprie offerte e, se decide di farlo, non soggiace ai vincoli di trasparenza, chiarezza, completezza, etc. perché prescritti dall'art. 71, comma 1, del Codice, bensì perché previsti dalle disposizioni specifiche in materia di pubblicità ingannevole, poste dal decreto legislativo 145/2007 e contenute nel Codice del Consumo.

A chi spetteranno i poteri di vigilanza e sanzione in materia di pubblicità ingannevole di cui al decreto legislativo 145/2007, alla luce dei recenti arresti dell'Adunanza Plenaria in materia di pratiche commerciali scorrette, non sembra tuttavia questione da indagare in questa sede, perché fuori dallo scopo del Regolamento in consultazione che, come noto, attiene alla conclusione dei contratti con i consumatori ed utenti e non ha come scopo quello di disciplinare e sanzionare la pubblicità ingannevole, che attiene ai rapporti tra imprese.

Ferme restando le considerazioni sopra effettuate circa il fatto che l'art. 71 del Codice non può essere invocato dall'Autorità quale base normativa per sanzionare profili di pubblicità ingannevole nelle proposte commerciali degli operatori, giova altresì rilevare che il testo in consultazione porrebbe anche delicati problemi interpretativi, perché si riferisce genericamente ad "offerte commerciali".

A tale proposito, sulla base della normativa di derivazione comunitaria, occorre distinguere tra:

a) la "pubblicità", intesa come *"qualsiasi forma di messaggio che e' diffuso, in qualsiasi modo, nell'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale allo scopo di promuovere il trasferimento di beni mobili o immobili, la prestazione di opere o di servizi oppure la costituzione o il trasferimento di diritti ed obblighi su di essi*[v. art. 2, comma 1, lett.a) del decreto legislativo 145/2007: e dunque la pubblicità istituzionale o altro messaggio promozionale, contenente una presentazione generica del prodotto o servizio, al fine di attirare l'attenzione e la simpatia del consumatore)⁴, e

b) la proposta contrattuale, che deve contenere tutte le indicazioni di contenuto richieste dalle norme civilistiche generali sulla conclusione dei contratti, nonché, nei contratti a distanza, le informazioni richieste dall'art. 52 Codice del Consumo; nel settore delle comunicazioni elettroniche, sono state dettate, proprio dagli articoli artt. 70 e 71 del Codice, norme ulteriori di tutela dell'informazione del contraente (cioè di tutti gli utenti finali, sia di coloro che sono consumatori, sia di coloro che consumatori non sono)

Raffrontando sistematicamente la proposta prescrizione regolamentare di cui si discute (art. 1-ter) con il generale quadro normativo, sopra delineato, non può che giungersi alla conclusione che tale articolo si può riferire alla sola fattispecie sub b), cioè alle proposte contrattuali vere e proprie, sancendo per le stesse un'indicazione di principio (non necessaria in quanto già presente nella legislazione generale consumeristica: art. 52 del Codice del Consumo e art. 71 del Codice) di chiarezza, completezza e trasparenza.

⁴ L'art. 2, comma 1, lett. b) del decreto legislativo 145/2007 pone, altresì, la definizione di "pubblicità ingannevole" come *"qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione e' idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali e' rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente"*

A questa conclusione si può giungere, agevolmente, in base alla considerazione che la proposta delibera ha ad oggetto – come risulta dal titolo – i “contratti” e non i messaggi pubblicitari.

Si consideri inoltre che, per i messaggi pubblicitari, la disposizione proposta nel testo dell’articolo 1.ter non sarebbe peraltro appropriata. E’ chiaro, infatti, che il richiesto requisito della “informazione completa” non sarebbe compatibile con un messaggio pubblicitario [tanto più se avente carattere “istituzionale”].

In questa prospettiva, il testo proposto all’articolo 1-ter sarebbe altresì fonte di dubbi interpretativi.

Pertanto, si ritiene opportuno eliminare dalla proposta di Regolamento l’articolo 1-ter in quanto potrebbe riferirsi solo alla completezza della proposta contrattuale dei “contratti a distanza”, fattispecie già normata dall’art. 52 Codice del Consumo.

Modifica proposta al comma 1 dell’articolo 3 - Testo in consultazione:

1. In applicazione dell’articolo 70 del Codice, è vietata la fornitura di beni o servizi di comunicazione elettronica, anche solo supplementari rispetto ad un contratto già in esecuzione, in mancanza della loro previa richiesta da parte dell’utente. È altresì vietata la disattivazione non richiesta di un servizio di comunicazione elettronica. In ogni caso, la mancata risposta dell’utente ad una offerta di fornitura non può essere considerata come consenso contrattuale

Osservazioni Vodafone

L’art. 70 del Codice, le cui prescrizioni sono state più diffusamente esaminate sopra, contiene prescrizioni in ordine a “Contratti e esercizio del diritto di recesso”, come evidenziato già nella rubrica della norma; non contiene invece alcun divieto in ordine alla fornitura di servizi non richiesti che trova invece il proprio fondamento normativo proprio nell’art. 57 del Codice del Consumo.



In questa prospettiva, risulta senz'altro più corretto mantenere il richiamo alla norma positiva che pone il divieto di fornitura di servizi non richiesti, l'art. 57 del Codice di consumo appunto, e non invece all'art. 70 del Codice che tale divieto non contiene.

Per quanto riguarda i servizi supplementari (quali ad esempio opzioni, promozioni) in particolare, quelli attivabili in corso di esecuzione del rapporto contrattuale principale è importante che codesta Autorità chiarisca che la prova della previa richiesta l'utente possa essere adeguata non solo alla tipologia di attivazione del servizio supplementare ma anche alle modalità con cui si procede alla attivazione di tali servizi. E' importante sottolineare come spesso tali servizi vengano attivati a seguito di chiamate *inbound* del cliente e soprattutto in ambito di servizi mobili tali opzioni/promozioni sono attivate telefonicamente nell'interesse del cliente che chiede processi snelli e non farraginosi. E' quindi fondamentale che l'Autorità tenga conto di queste situazioni e della necessità che il processo di attivazione segua procedure snelle anche sotto il profilo della prova della richiesta da parte dell'utente.

Modifica al comma 1 dell'articolo 3 -Emendamenti proposti da Vodafone

1. In applicazione dell'articolo ~~70~~57 del Codice del Consumo, è vietata la fornitura di beni o servizi di comunicazione elettronica, anche solo supplementari rispetto ad un contratto già in esecuzione, in mancanza della loro previa **proposta da parte dell'operatore**~~richiesta da parte dell'utente~~. È altresì vietata la disattivazione non richiesta di un servizio di comunicazione elettronica. In ogni caso, la mancata risposta dell'utente ad una offerta di fornitura non può essere considerata come consenso contrattuale
2. Nei casi di attivazione di opzioni tariffarie o di promozioni a seguito di contatto **cd. Inbound da parte del Cliente**, l'Operatore potrà fornire la **prova della richiesta di attivazione anche mediante esibizione di printscreen con il motivo di contatto presenti sui propri sistemi,**

insieme alla conferma della avvenuta attivazione inviata dall'Operatore al Cliente con procedura semplificata (ad es. via sms)

3. Nei casi di attivazione di opzioni tariffarie o di promozioni via web da parte del Cliente, l'Operatore potrà fornire la prova della richiesta di attivazione anche mediante esibizione del tracciamento del percorso web effettuato dal Cliente per richiedere l'attivazione .

Art. 4-bis. Durata del contratto - Testo in consultazione:

1. Ai sensi dell'articolo 80, comma 4-quater, del Codice i contratti conclusi tra operatori e consumatori non possono imporre un primo periodo di impegno iniziale superiore a ventiquattro mesi.
2. Gli operatori garantiscono, comunque, la possibilità per gli utenti di aderire ad un contratto di durata massima di dodici mesi.

Osservazioni Vodafone

Il testo dell'art. 4-bis della delibera in consultazione è, in effetti, una semplice ripetizione di quello dell'art. 80, comma 4-quater, del Codice (comma aggiunto dal d.lgs. 70/2012).

L'osservazione che, a questo proposito, si intende formulare, attiene alla circostanza che il testo dell'art. 80, comma 4-quater, non distingue tra i contratti di servizi puri e semplici (magari caratterizzati da offerte promozionali o anche da omaggi e premi "di entrata") e i contratti di servizi che siano strettamente collegati a contratti di vendita di prodotti hardware (Smartphone, Tablet, Vodafone Station o altri).

In questa seconda ipotesi, il prezzo di cessione del prodotto hardware può essere opportunamente rateizzato, nell'interesse dello stesso consumatore, per un periodo



più lungo di 24 mesi. In questo caso rimane comunque fermo il diritto di recesso ex lege del cliente (con preavviso massimo di 30 giorni), sancito dall'art. 1, comma 3, d.l. 7/2007, conv. con l. 40/2007. Ovviamente, in caso di esercizio del diritto di recesso prima della scadenza del termine contrattuale, il cliente è obbligato a pagare immediatamente il residuo prezzo del prodotto acquistato con il contratto funzionalmente collegato a quello di servizio.

Se questa possibilità di concludere contratti collegati (servizi/prodotti) di durata ragionevolmente superiore a 24 mesi non verrà più data, ne conseguirà un inevitabile danno per i consumatori ed una riduzione dell'offerta rateizzata di prodotti hardware, nel senso che la rata mensile, in contratti di 24 mesi, sarà ovviamente ben più alta di quella che potrebbe essere prevista con una rateizzazione più lunga, ciò in particolare con riferimento ai cd "Telefoni di fascia alta" (Iphone, Smartphone, Tablet) la cui diffusione oggi, soprattutto nel nostro Paese, è molto elevata. Tutto ciò porterà, inevitabilmente, ad una riduzione del numero di potenziali acquirenti di tali prodotti e ad un vantaggio competitivo, rispetto a quegli operatori che possono scegliere di non avere questa tipologia di prodotti all'interno delle proprie offerte.

Codesta Autorità dovrebbe attentamente valutare se questo risultato sia effettivamente fonte di "benessere del consumatore", rispetto alla previsione di una deroga al termine massimo di 24 mesi (si potrebbe pensare ad un massimo di 36 mesi) per questo tipo di contratti collegati.

Sul piano tecnico-normativo è quindi necessario che l'Autorità chiarisca che questa previsione regolamentare non trova applicazione in caso di contratti separati (servizi e prodotti) quando essi siano funzionalmente connessi tra di loro. Tale soluzione può essere certamente stabilita in sede regolamentare. In primo luogo, infatti, l'art. 80, comma 4-quater, del Codice non fa distinzioni e si riferisce genericamente ai contratti aventi ad oggetto "servizi di comunicazione elettronica"; pertanto, la potestà regolamentare di codesta Autorità potrebbe legittimamente esprimersi con una norma integrativa dell'art. 80, che, proprio in coerenza con la ratio di tutela del consumatore che sta alla base di tale disposizione, muova da un'interpretazione ragionevolmente restrittiva del comma 4-quater, consentendo



vodafone

termini più lunghi per quei contratti di servizi di comunicazioni elettroniche che siano accessori a, o almeno funzionalmente collegati con un contratto principale avente ad oggetto l'acquisto di un terminale o di un altro prodotto hardware.

Del resto, deve rilevarsi che la medesima direttiva 2009/136/EU, che è quella che ha prescritto agli stati membri di assicurare che "nei contratti con i consumatori le imprese che forniscono servizi di comunicazione elettronica non impongano un impegno iniziale di 24 mesi" [art. 30, paragrafo 5, della direttiva 2002/22/CE, come modificato dalla direttiva in esame], ha altresì ammesso che, alla scadenza del contratto [dunque anche alla scadenza dei 24 mesi], gli utenti possano essere tenuti a corrispondere "eventuali commissioni [...] compresi gli eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale [v. art. 20, paragrafo 1, lett. e), terzo alinea]

In questa prospettiva, deve potersi riconoscere che la durata massima del contratto di servizio non coincida con quella avente ad oggetto il terminale e che dunque alla scadenza dei 24 mesi gli operatori possono comunque chiedere le rate residue per il recupero del costo del terminale qualora non vengono recuperate nel corso della durata minima.

In questa prospettiva, la proposta di Vodafone è quella :

- di chiarire che la durata massima del contratto si riferisce ai soli contratti aventi ad oggetto servizi di comunicazioni elettroniche

- di consentire che gli operatori abbiano contratti di servizio funzionalmente collegati a contratti aventi ad oggetto l'acquisto di prodotti di durata superiore a 24 mesi fatta salva la facoltà di recesso *ex lege* riconosciuta dalla Legge Bersani (Legge n. 40/2007);

- di non escludere che gli operatori, alla cessazione del contratto, possano applicare ai consumatori eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale. Naturalmente tali costi dovranno essere indicati e definiti al momento dell'attivazione dell'offerta.

Art. 4-bis. Durata del contratto - Emendamenti proposti da Vodafone:



1. Ai sensi dell'articolo 80, comma 4-quater, del Codice i contratti aventi ad oggetto esclusivamente la fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche, conclusi tra operatori e consumatori non possono imporre un primo periodo di impegno iniziale superiore a ventiquattro mesi. In caso di contratti aventi ad oggetto l'acquisto di terminali collegati ad un contratto di fornitura di servizi, la durata potrà essere superiore a 24 mesi, fino ad un massimo di trentasei mesi, fatta salva la possibilità del consumatore di recedere in ogni momento ai sensi dall'art. 1, comma 3, d.l. 7/2007, conv. con l.40/2007.
2. Gli operatori garantiscono, comunque, la possibilità per gli utenti di aderire ad un contratto di durata massima di dodici mesi.

Articolo 4-ter. Modifica delle condizioni contrattuali - Testo in consultazione:

1. *Gli operatori non possono modificare le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso.*
2. *Ai sensi dell'articolo 70, comma 4, del Codice, l'utente è informato con adeguato preavviso, non inferiore ad un mese, delle eventuali modifiche delle condizioni contrattuali ed economiche del contratto, e del suo diritto di recedere o di passare ad altro operatore senza penali, qualora non accetti le nuove condizioni.*
3. *Il recesso ha efficacia a far data dalla entrata in vigore delle modifiche contrattuali se la relativa comunicazione perviene all'operatore prima di tale data.*
4. *La comunicazione agli utenti, ai sensi del precedente comma 2, deve avvenire secondo le modalità di cui all'Allegato A al presente regolamento.*
5. *La comunicazione di cui al comma 4 è contemporaneamente inviata all'indirizzo pec dell'Autorità, insieme con una descrizione della modifica e del relativo motivo.*

Osservazioni di Vodafone

Per quanto riguarda i "giustificati motivi" di tali rimodulazioni devono necessariamente essere ricomprese anche tutte le legittime scelte competitive, in termini di strategie di prezzo, che ogni operatore ha diritto di fare, in un regime di prezzi liberi e in mercati ad alta pressione competitiva, quali sono quelli dei servizi di comunicazioni elettroniche.



vodafone

Appare, inoltre, giustificata la preoccupazione dell'Autorità in ordine all'efficacia e alla trasparenza delle comunicazioni che gli operatori devono dare ai clienti in caso di modifica unilaterale delle condizioni generali di contratto.

In proposito, la scrivente Società ritiene, tuttavia, che le modalità di comunicazione, previste nella delibera, siano sproporzionate rispetto all'esigenza di efficace comunicazione della modifica al cliente. E', infatti, importante che le modalità di comunicazione siano graduate rispetto alla rilevanza delle modifiche contrattuali e agli impatti della rimodulazione tariffaria. Non e' accettabile che qualunque modifica contrattuale venga trattata allo stesso modo.

Si ritiene pertanto che eventuali indicazioni in termini di linee guida che codesta Autorità vorrà adottare dovranno riguardare esclusivamente patologie e casi specifici che abbiano generato dubbi interpretativi per l'operatore e non potranno avere ad oggetto tutte le modifiche contrattuali. Infatti non c'è alcun motivo di regolamentare le modifiche contrattuali che abbiano ad oggetto i contratti di abbonamento tra gli Operatori e gli utenti ed in ogni caso, tali linee guida dovranno riguardare esclusivamente le modifiche delle condizioni economiche solo qualora tali modifiche possano comportare aumenti di prezzo con impatti sulle offerte commerciali/piani tariffari sottoscritti dai clienti nell'ambito esclusiva dei piani ricaricabili.

Si ritiene in ogni caso sproporzionata e si dubita della necessità e dell'efficacia concreta della pubblicazione dell'avviso "su almeno due quotidiani a diffusione nazionale con tiratura di almeno 500.000 copie" (in pratica, solo "Corriere della Sera" e "Repubblica"). Una volta che l'operatore abbia assolto agli altri obblighi di comunicazione (fogli informativi nei punti-vendita, pubblicazione sulla home page del sito web e invio di un sms all'utente), l'aggiunta della pubblicazione sui quotidiani si risolve in un costo aggiuntivo per l'operatore, con un vantaggio informativo assai limitato per il cliente.

Si osserva inoltre, che l'informativa mediante SMS, che la norma in esame impone, appare nelle modalità in cui l'operatore deve renderla ai clienti, eccessiva e rischia di non essere compatibile con il limite tecnico standard di 160 caratteri,

proprio degli SMS. Non si vede, in particolare, la ragione per imporre, per quanto riguarda l'informativa sul recesso, la frase proposta, che si ritiene eccessivamente lunga e che rischia da sola di occupare una discreta quota dello spazio disponibile.

Tanto più che il consumatore medio di servizi di comunicazioni elettroniche è, soprattutto in Italia, divenuto piuttosto esperto delle pratiche e delle modalità di cambio-operatore, e non ha bisogno (a differenza di quanto, probabilmente, poteva ritenersi diversi anni fa per certe tipologie di consumatori) di informazioni eccessivamente dettagliate via SMS per essere consapevole dell'esistenza e della portata del diritto di recesso, che la legge gli attribuisce.

Si chiede pertanto di eliminare dal testo proposto ogni elemento di dettaglio o formulazione specifica, rinviando la definizione delle modalità più idonee alla concreta portata delle singole modifiche prospettate dagli operatori (eventualmente da concordare previa consultazione informale con l'operatore) e comunque distinguendo le modifiche tariffarie da quelle che tali non sono, mantenendo esenti le modifiche meno impattanti (procedure, condizioni tecniche, indirizzi, numeri di contatto etc.).

Si ritiene inoltre, necessario eliminare in toto il comma 5 di tale articolo e non prevedere un obbligo specifico di preventiva comunicazione delle modifiche contrattuali alla Autorita' tenuto conto che, in caso di modifiche tariffarie come oggi confermato dall'orientamento espresso da codesta Spett.le Autorita' (v. a titolo di esempio la Delibera. 251/12/CONS), e'gia' previsto in caso di modifiche delle condizioni economiche dei piani tariffari un obbligo di comunicazione all'Autorita' ai sensi della delibera 331/09/CONS.

Art. 4-ter. Modifica delle condizioni contrattuali- Emendamenti proposti da Vodafone:

1. Gli operatori non possono modificare le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato

esclusivamente nel contratto stesso. Tra i giustificati motivi sono da includersi le scelte competitive legate a strategie di prezzo degli operatori.

2. Ai sensi dell'articolo 70, comma 4, del Codice, l'utente è informato con adeguato preavviso, non inferiore ad un mese, delle eventuali modifiche delle condizioni ~~contrattuali~~ ed economiche del contratto, e del suo diritto di recedere o di passare ad altro operatore senza penali, qualora non accetti le nuove condizioni.
3. Il recesso ha efficacia a far data dalla entrata in vigore delle modifiche contrattuali se la relativa comunicazione perviene all'operatore prima di tale data.
4. La comunicazione agli utenti, ai sensi del precedente comma 2, **in caso di modifica dei Piani Tariffari di Sim Ricaricabili, deve avvenire conformandosi a uno standard di trasparenza idoneo, come individuato nell'Allegato A al presente regolamento.**

5. DA ELIMINARE.

Emendamenti all'Allegato A) del Regolamento proposti da Vodafone

ALLEGATO A

Modalità per la comunicazione agli utenti **di Sim Ricaricabili** di modifiche contrattuali e del conseguente diritto di recesso.

1. Gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche e ~~contrattuali~~ sono tenuti a comunicare agli utenti 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 sul diritto di recedere dal contratto senza penali.

2. La comunicazione e' effettuata **tramite l'invio di un SMS o di un messaggio equivalente che qualora non possa contenere l'informativa completa indichi la seguente dicitura: "Modifica delle condizioni del contratto, per tutte le info e**



vodafone

recesso gratis chiama l'IVR XXX o vai sul sito web XXXXavviso in fattura deve essere inserita nella sezione dedicata al INFO UTILE del cliente separatamente da eventuali ulteriori comunicazioni, con caratteri tali da richiamare l'attenzione degli utenti, e deve essere preceduta dalla seguente intestazione: "COMUNICAZIONE IMPORTANTE: MODIFICA DELLE CONDIZIONI DEL CONTRATTO".

3. Nel caso di utenze prepagate la comunicazione può avvenire tramite pubblicazione di apposito avviso presso i punti vendita dell'operatore, sulla home page del sito web dell'operatore e su almeno due quotidiani a diffusione nazionale con tiratura non inferiore a 500.000 copie, purché alle utenze interessate venga inviato anche un SMS informativo che indichi la data di entrata in vigore delle modifiche con l'invito a verificarne il dettaglio tramite i canali divulgativi sopra elencati, fermo restando l'obbligo di informativa sul diritto di recesso di cui al punto 4.

4. Qualche che sia la modalità di comunicazione, La comunicazione l'informativa sul diritto di recesso deve informare l'utente circa la facoltà contenere la seguente dicitura "Se non accetti le modifiche hai diritto entro il gg.mm.aaaa di recedere, inviando comunicazione anche (a mezzo fax al n. xxxxxxxx, o email all'indirizzo xxx@xxx.xxx, o tramite il sito www.xxx.xxx), o di passare ad altro operatore, senza penali né costi di disattivazione.

Articolo 5. Esercizio del diritto di recesso - Testo in consultazione:

1. L'operatore che non disattivi tempestivamente il servizio oggetto di recesso o di disdetta, ovvero che ritardi il passaggio dell'utenza ad altro operatore, non può addebitare all'utente alcun importo per le prestazioni erogate a decorrere dalla data di efficacia del recesso o della disdetta.

2. In applicazione dell'articolo 1, comma 3, della legge n. 2 aprile 2007, n. 40, gli utenti hanno la facoltà 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. I contratti predisposti dagli operatori non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni per la comunicazione di recesso.

3. L'operatore non può addebitare all'utente le spese di cui al comma 2, qualora quest'ultimo receda alla scadenza del termine di durata contrattuale, di cui all'articolo 4-bis, ovvero successivamente a tale scadenza.

4-9 Abrogati

Osservazioni Vodafone

La nuova disciplina dei rapporti operatore/cliente nella fase post-recesso contiene, fra l'altro, una norma che limita il diritto dell'operatore di chiedere al cliente il rimborso delle spese effettivamente sostenute, in caso di recesso del cliente e di conseguente disattivazione del servizio.

Secondo la nuova regola prevista dall'Autorità, questo rimborso-spese potrà essere richiesto solo in caso di recesso anticipato da parte del cliente, mentre il relativo diritto viene meno in caso di recesso contestuale o successivo alla scadenza del termine minimo contrattuale di durata del servizio.



La giustificazione di questa innovazione è, ad avviso della scrivente Società, contraddittoria.

La ratio del diritto al rimborso delle somme spese sarebbe, secondo l'Autorità, quella di attribuire all'operatore "una sorta di ristoro che l'utente è chiamato a versare all'operatore per non avere rispettato il vincolo contrattuale". In altri termini, la previsione dell'art. 1, comma 3, d.l. 7/2007, avrebbe ad oggetto una vera e propria "pena di recesso", in senso civilistico, cioè una misura avente funzione propriamente penale/dissuasiva. Questa idea contrasta però con l'espressa volontà del legislatore di attribuire al diritto dell'operatore una funzione meramente indennitaria, di semplice copertura dei costi sostenuti dall'operatore per la disattivazione del servizio.

Se così è, non si comprende perché questo credito indennitario debba venire meno in ragione della data in cui il cliente intenda esercitare il suo diritto di recesso.

Fra l'altro, se la misura di rimborso-spese dell'art. 1, d.l. 7/2007, ha una funzione di copertura di costi, è evidente che il relativo recupero dovrà in qualche modo essere programmato dall'operatore. Oggi la normativa consente all'operatore di recuperare il costo direttamente in capo al cliente che ha richiesto la disattivazione. L'alternativa sarebbe quella di "spalmare" i costi di disattivazione su tutti i clienti, anche quelli che non hanno fruito del relativo servizio.

L'introduzione di questa innovazione crea dunque un incentivo verso gli operatori in direzione di un aumento generalizzato dei prezzi.

Il mantenimento della disciplina attuale è senza dubbio da preferire come soluzione più equa ed anche più efficiente (in quanto porta ad allocare i costi esattamente in capo a chi decide di fruire del servizio).

Inoltre nulla viene detto in merito ai contratti che non contengono impegni temporali minimi, se cioè l'operatore avrebbe la facoltà di addebitare i costi di recesso o se tale facoltà sarebbe preclusa in toto. Se però la ratio della norma proposta è quella di impedire agli operatori di addebitare costi di recesso che non siano collegati al mancato rispetto di un impegno contrattuale da parte del cliente si



vodafone

deve dedurre che, in caso di contratto senza vincoli temporali minimi di durata, all'operatore sarebbe sempre precluso quanto il d.l. 7/2007 permette espressamente.

Differente sarebbe il mancato rinnovo (o la disdetta) di un contratto a tempo determinato.

Del resto - come già rilevato sopra, nelle osservazioni all'art. 4-bis - la direttiva 2009/136/EU prevede espressamente che alla scadenza del contratto [dunque anche alla scadenza dei 24 mesi], gli utenti possano essere tenuti a corrispondere "eventuali commissioni [...] compresi gli eventuali costi da recuperare in relazione all'apparecchiatura terminale [v. art. 20, paragrafo 1, lett. e), terzo alinea]

In questa prospettiva, l'applicazione di costi di disattivazione - da parte degli operatori agli utenti - anche dopo che sia trascorso il periodo minimo di durata del contratto, non risulta essere condotta incompatibile con la normativa comunitaria. Quanto detto vale a maggior ragione per gli operatori alternativi che operano nel mercato del fisso, i quali - agli ordinari costi di gestione amministrativa e contabile connessi alla chiusura del rapporto contrattuale e alla gestione della richiesta di recesso - devono aggiungere anche i corrispettivi di disattivazione dovuti a Telecom Italia.

Ne consegue che l'adozione della disposizione regolamentare proposta si tradurrebbe anche in un ingiustificato vantaggio di cassa per l'operatore incumbent.

Alla luce delle argomentazioni sopra esposte, il comma 3 dell'art. 5 deve essere eliminato in quanto si pone in contrasto con una norma di rango primario, l'art. 1, comma 2, della legge n. 40/2007.

Articolo 5. Esercizio del diritto di recesso - Emendamenti proposti da Vodafone

1. L'operatore che non disattivi tempestivamente il servizio oggetto di recesso o di disdetta, ovvero che ritardi il passaggio dell'utenza ad altro operatore, non può addebitare all'utente alcun importo per le prestazioni erogate a decorrere dalla data di efficacia del recesso o della disdetta.



vodafone

2. In applicazione dell'articolo 1, comma 3, della legge n. 2 aprile 2007, n. 40, gli utenti hanno la facoltà 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. I contratti predisposti dagli operatori non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni per la comunicazione di recesso.

~~3. L'operatore non può addebitare all'utente le spese di cui al comma 2, qualora quest'ultimo receda alla scadenza del termine di durata contrattuale, di cui all'articolo 4 bis, ovvero successivamente a tale scadenza.~~

4-9 Abrogati

Articolo 6 – bis Codici di Condotta - Testo in consultazione:

1. Al fine di garantire che l'acquisizione dei clienti avvenga secondo criteri di buona fede, correttezza e trasparenza, l'Autorità, ai sensi dell'articolo 83, comma 2, del Codice, promuove l'adozione di codici di condotta, con il coinvolgimento delle associazioni di consumatori rappresentative a livello nazionale. Tali codici di condotta prevedono:

a) modalità di comunicazione agli utenti che assicurino un'adesione volontaria e consapevole alle proposte contrattuali e scongiurino il rischio di attivazione di servizi non richiesti, anche tramite procedure interne di verifica;

b) script uniformi per la fase di illustrazione dei contenuti dell'offerta e per le successive fasi di contrattualizzazione;

c) la costituzione di organismi di vigilanza, con funzione di controllo, rilevazione di condotte abusive e segnalazione all'Autorità.

Osservazioni Vodafone



In via preliminare, occorre ribadire il favore della scrivente - peraltro già manifestato in diverse occasioni - per le iniziative negoziate tra gli operatori ai fini della individuazione delle *best practices* di mercato.

Tuttavia, a parere di Vodafone, la promozione di codici di condotta dovrebbe sostituirsi, e non aggiungersi, ad una regolazione stringente e di dettaglio per la quale invece l'Autorità sembra optare.

A tale riguardo, la prospettazione di testi uniformi per gli script definiti come necessari, così come la previsione di organismi di controllo con obblighi di denuncia all'Autorità, potrebbero costituire prescrizioni sproporzionate ed eccessive rispetto allo scopo che dovrebbe ispirare il Codice di condotta di cui si discute, soprattutto tenuto conto che detto Codice potrà eventualmente trovare la sua luce dopo l'adozione del Regolamento oggetto della presente consultazione.

Ed invero, l'obbligo di adottare testi uniformi per gli script implicherebbe - per l'operatore che ha aderito al Codice di condotta - di dover ottenere una sorta di prevalidazione da parte dell'organismo decisorio - se non addirittura da parte del tavolo degli operatori - di ogni e qualsiasi modifica che intendesse apportare ai propri script, mentre l'unica alternativa sarebbe quella di uscire dal Codice; ciò in un mercato dinamico come quello delle telecomunicazioni è improponibile.

Nel corso del tavolo tecnico finalizzato alla redazione del Codice di Condotta si era sottolineata l'opportunità di individuare contenuti minimi essenziali cui gli script degli operatori dovevano uniformarsi. Mai si era ipotizzata la strada di script uniformi per tutto il mercato, tenuto anche conto che ogni operatore utilizza delle modalità di comunicazioni, verso la propria clientela, necessariamente differenti le une dalle altre.

Allo stesso modo, l'istituzione dell'organismo di vigilanza - al quale, sembra di capire parteciperanno anche rappresentanti delle associazioni dei consumatori - va oltre gli obblighi imposti agli operatori dalla vigente normativa che non prevede obblighi di autodenuncia. In questa prospettiva, sembrerebbe opportuno che l'adesione al Codice di condotta da parte degli operatori si ponga come specifico



vodafone

strumento di autodisciplina e che, per questo, il Codice di condotta si limiti al piu' a dettare i contenuti minimi da inserire negli script, mentre l'organismo di vigilanza dovrà limitarsi a vigilare sul rispetto delle prescrizioni [e se del caso, a sanzionare le condotte non uniformi, secondo parametri e misure decisi nel Codice] senza tuttavia imporre obblighi di denuncia all'Autorità.

Art. 6 – bis Codici di Condotta -Emendamenti proposti da Vodafone:

1. Al fine di garantire che l'acquisizione dei clienti avvenga secondo criteri di buona fede, correttezza e trasparenza, l'Autorità, ai sensi dell'articolo 83, comma 2, del Codice, promuove l'adozione di codici di condotta, con il coinvolgimento delle associazioni di consumatori rappresentative a livello nazionale. Tali codici di condotta prevedono:

a) modalità di comunicazione agli utenti che assicurino un'adesione volontaria e consapevole alle proposte contrattuali e scongiurino il rischio di attivazione di servizi non richiesti, anche tramite procedure interne di verifica;

b) **contenuti minimi essenziali uniformi degli script** per la fase di illustrazione dei contenuti dell'offerta e per le successive fasi di contrattualizzazione;

c) la costituzione di Comitato di garanzia ~~organismi di vigilanza~~, con funzione di curare il rispetto del codice, coordinare le attività di aggiornamento e revisione ~~controllo, rilevazione di condotte abusive e segnalazione all'Autorità.~~

Articolo 2. Conclusione dei contratti a distanza di fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica: sostituzione dell'attuale testo dell'art. 2- Testo in consultazione:

1. Prima della conclusione di qualsiasi contratto a distanza di fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica l'operatore fornisce all'utente in modo chiaro e comprensibile, con ogni mezzo adeguato alla tecnica di comunicazione a distanza impiegata, osservando in particolare i principi di buona fede e di lealtà, valutati alla



vodafone

stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori particolarmente vulnerabili, tutte le informazioni sugli elementi del contratto che si accinge a concludere elencate nell'articolo 70 del Codice.

2. L'operatore fornisce altresì adeguata informativa relativamente alle eventuali modifiche o restrizioni del servizio di natura tecnica o economica che possano derivare dalla conclusione del contratto, anche in caso di trasferimento dell'utenza, chiarendo che la conclusione del contratto comporta il recesso dal rapporto in corso con il fornitore del servizio e che, nel caso in cui il consumatore dovesse autorizzare l'esecuzione prima della scadenza del termine per esercitare il diritto di ripensamento, il successivo esercizio di tale diritto potrebbe comportare la necessità di stipulare un nuovo contratto, non essendo garantito il ripristino automatico della situazione contrattuale precedente.

3. In caso di proposta, a mezzo del telefono, di fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica l'addetto dipendente dall'operatore, o da società esterna da quest'ultimo incaricata, deve comunicare, all'inizio di ogni conversazione, il nominativo della società per conto della quale avviene il contatto telefonico, lo scopo commerciale del contatto telefonico e il proprio codice identificativo. Al termine del contatto telefonico l'addetto deve comunicare nuovamente il nominativo della società e il proprio codice identificativo. Se il titolare dell'utenza telefonica ha manifestato la volontà di concludere il contratto, l'addetto deve altresì comunicare, al termine della conversazione, l'avvenuta conclusione del contratto, il numero identificativo della pratica e i recapiti ai quali il cliente può rivolgersi per ulteriori informazioni.

4. Abrogato

5. La volontà inequivoca e consapevole del titolare dell'utenza telefonica di concludere il contratto deve risultare da un modulo ovvero altro documento contrattuale, anche elettronico, recante la data e l'ora dell'avvenuto accordo e la relativa sottoscrizione del titolare dell'utenza telefonica. Se è utilizzata la comunicazione telefonica, l'adempimento degli obblighi informativi di cui ai commi 1,



vodafone

2 e 3 e il consenso informato del titolare dell'utenza telefonica possono risultare dalla registrazione integrale della conversazione telefonica, previo consenso dell'interessato alla registrazione, **fermo restando l'onere di cui al successivo comma 6.**

6. Prima o al più tardi al momento dell'inizio dell'esecuzione del contratto di fornitura di beni o servizi di comunicazione elettronica concluso a distanza, il titolare dell'utenza telefonica deve ricevere **per iscritto o, a sua scelta, su altro supporto duraturo a sua disposizione**, un apposito modulo di conferma del contratto, contenente tutte le informazioni elencate all'articolo 70 del Codice. Con il medesimo modulo, l'operatore comunica al titolare dell'utenza telefonica che, ove ritenga che il servizio non sia stato da lui richiesto, può proporre opposizione, a mezzo fax o posta elettronica, ai recapiti indicati nella stessa informativa, ferma restando la sua facoltà di opporsi in ogni tempo e con qualsiasi mezzo ad una fornitura non richiesta ai sensi dell'articolo 3 del presente regolamento.

7. L'operatore può assolvere gli oneri di cui al comma 6 facendo pervenire al titolare dell'utenza il documento contrattuale, predisposto ai sensi del primo periodo del comma 5, a condizione che il medesimo documento:

a) sia inviato per la sottoscrizione al più tardi al momento dell'inizio dell'esecuzione del contratto di fornitura di beni o servizi di comunicazione elettronica;

b) contenga tutte le informazioni prescritte dal comma 6.

Osservazioni Vodafone

In linea generale, le modifiche proposte dall'Autorità sono condivisibili in quanto tese a determinare una più puntuale informazione in ordine alla portata ed alle implicazioni del consenso e dell'adesione alla proposta contrattuale.

Tuttavia con particolare riferimento al primo comma, laddove si impone all'operatore di fornire all'utente in modo chiaro e comprensibile tutte le informazioni di cui all'art. 70 del CCE osservando in particolare i principi di buona

fede e di lealtà valutati alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori particolarmente vulnerabili, si ritiene questo ultimo inciso indeterminabile e fonte di incertezza anche interpretativa tenuto altresì conto che il Codice del Consumo fa sempre riferimento al Consumatore medio. Si chiede pertanto che questo inciso venga eliminato e riportato nei ranghi del Codice del Consumo.

Inoltre, al fine di chiarire e confermare quanto opportunamente specificato dalla stessa Autorità, al comma 3, circa l'avvenuta conclusione del contratto a distanza se il titolare dell'utenza telefonica ha manifestato la volontà di concludere il contratto (ciò che è assolutamente in linea con le vigenti disposizioni di diritto civile che non prescrivono alcun vincolo di forma scritta per i contratti tra operatori ed utenti), sembra opportuno espungere dal sistema posto dall'articolo in commento - teso a disciplinare in forma compiuta le modalità di formazione dei contratti a distanza tra operatori e consumatori - il riferimento al modulo di conferma di cui al comma 6, stante che il modulo previsto non è finalizzato a provocare una volontà di conferma contrattuale del consumatore ma solo a rendere disponibili in modo durevole, a beneficio del medesimo consumatore, le condizioni dell'offerta commerciale che lo stesso ha già acquistato.

Si chiede, dunque, che il riferimento al modulo di conferma venga sostituito da quello di **modulo contenente le condizioni dell'offerta acquistata** o da altra formulazione equivalente, individuata dall'Autorità.

Nella medesima prospettiva di cui sopra, al fine di addivenire ad una coerenza sistematica e di coordinamento tra la delibera 664/06/CONS e la delibera 274/07/CONS - relativa ai processi di portabilità - si chiede di espungere dal corpus normativo da ultimo richiamato ogni riferimento alla necessità di documenti sottoscritti nei contratti tra operatori ed utenti.

Articolo 2. Conclusione dei contratti a distanza di fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica: sostituzione dell'attuale testo dell'art. 2 – Emendamenti proposti da Vodafone:

1. Prima della conclusione di qualsiasi contratto a distanza di fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica l'operatore fornisce all'utente in modo chiaro e comprensibile, con ogni mezzo adeguato alla tecnica di comunicazione a distanza impiegata, osservando in particolare i principi di buona fede e di lealtà, ~~valutati alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori particolarmente vulnerabili~~, tutte le informazioni sugli elementi del contratto che si accinge a concludere elencate nell'articolo 70 del Codice.

Articolo 2 bis. Esercizio del diritto di recesso – Testo in consultazione:

1. I consumatori hanno diritto di recedere dal contratto concluso a distanza relativo alla fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica senza alcuna penalità o altro corrispettivo e senza specificarne il motivo, ai sensi degli artt. 64 e ss. del Codice del consumo.

2. Il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui al comma 1 decorre:

a) per i beni, dal giorno del loro ricevimento da parte dell'utente ove siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 2 o dal giorno in cui questi ultimi siano stati soddisfatti, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto, purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa;

b) per i servizi, dal giorno di conclusione del contratto ovvero dal giorno in cui siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 2, comma 1, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto, purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa.

3. Il diritto di recesso può essere esercitato anche mediante l'invio di apposita comunicazione all'indirizzo di posta elettronica certificata indicato al momento della conclusione del contratto e pubblicizzato sul sito web dell'operatore.

4. Resta fermo il diritto dell'utente di risolvere in ogni tempo il contratto senza penali o altri corrispettivi una volta decorso inutilmente il termine contrattualmente previsto

per l'attivazione del servizio oggetto del contratto, ovvero in caso di oggettiva impossibilità di attivazione.

5. L'operatore non dà esecuzione al contratto prima del decorso del termine per l'esercizio del diritto di recesso senza il previo assenso del consumatore. In caso contrario, ferma restando la responsabilità sotto il profilo sanzionatorio, l'operatore non pretende alcun corrispettivo per le prestazioni fornite fino alla cessazione del rapporto in conseguenza dell'esercizio di tale diritto ed è tenuto a rimborsare le spese sostenute per ripristinare la situazione contrattuale precedente.

6. Le parti possono convenire garanzie più ampie nei confronti degli utenti rispetto a quanto previsto dal presente articolo, nonché modalità semplificate per l'esercizio del diritto di recesso.

Osservazioni Vodafone

In linea generale, sembra opportuno rilevare che l'Autorità ha chiarito in via preliminare che *"la nuova impostazione [del Regolamento di cui alla proposta in esame] si prefigge, in particolare lo scopo di prevenire il fenomeno delle attivazioni non richieste [v. avviso di convocazione della prima audizione specifica sul procedimento che ha preceduto la presente consultazione].*

Alla luce dell'obiettivo che l'Autorità intende perseguire, appare ragionevole e proporzionata la proposta avanzata dagli Operatori, - che è sembrata aver ricevuto riscontri positivi anche da parte dell'Autorità - di limitare le maggiori cautele e misure proposte, alle sole vendite a distanza in teleselling effettuate in modalità out-bound, tenendo fuori dalle misure di maggior tutela prospettate le richieste di attivazione provenienti dal canale in-bound, nel quale, infatti, il problema in esame non si pone, stante che è il cliente stesso in questo caso a prendere l'iniziativa e contattare l'operatore, manifestando in modo esplicito la propria volontà di richiedere l'attivazione di un servizio.

Ed infatti, la totalità delle segnalazioni per attivazioni non richieste e' riconducibile a vendite in out-bound.



vodafone

Sembra pertanto più ragionevole, anche la fine di evitare di porre ingiustificati aggravii in capo agli operatori, che la conclusione dei contratti telematici, o stipulati attraverso il canale telefonico inbound, segua una procedura più snella che venga delineata nei suoi principi dalla regolamentazione di settore [riprendendo i criteri generali dettati dalla norma primaria], senza tuttavia entrare nel dettaglio di procedure operative.

Sul punto si rinvia, per brevit , alle Osservazioni ed alle modifiche proposte da Vodafone al comma 1 dell'art. 3.

Con riferimento ai contratti a distanza o negoziati fuori dai locali commerciali dai consumatori, l'Autorit  ha chiarito di voler introdurre un'apposita disposizione tesa a disciplinare il diritto di recesso nelle fattispecie di contratti a distanza, rinviando in via dinamica alle future modifiche che dovessero intervenire in attuazione della direttiva n.2011/83/UE.

In sostanza, come si evince dal corpo della normativa proposta, l'Autorit  intenderebbe:

- i) anticipare l'applicazione di dette disposizioni che dunque verrebbero applicate prima che la direttiva venga recepita dall'ordinamento nazionale;
- ii) applicare dette disposizioni anche ai contratti stipulati prima dell'entrata in vigore delle misure previste dalla direttiva (13 giugno 2014);
- iii) applicare alcune disposizioni della direttiva sopra richiamata ai contratti a distanza conclusi nel settore delle comunicazioni elettroniche.

La proposta dell'Autorit  non sembra tuttavia condivisibile; ed infatti:

- i) la direttiva 2011/83/UE, che detta regole generali in materia di contratti a distanza e di contratti negoziati fuori dai locali commerciali tra consumatori e professionisti, non e' stata ancora recepita nel nostro ordinamento, stante che il termine di recepimento verr  a scadere solo il 13 dicembre 2013; il recepimento dovr  essere effettuato dagli Stati membri con norme di rango primario mentre,

come già ricordato sopra, spetta ai soli Stati nazionali stabilire se e quali disposizioni estendere anche ai contratti tra professionisti e contraenti diversi dai consumatori (enti, imprese, etc.);

ii) la direttiva 2011/83/UE prevede espressamente che le misure previste saranno applicabili solo ai contratti - a distanza o negoziati fuori dai locali commerciali - stipulati a partire dal 13 giugno 2014;

iii) come chiarito dal punto (11) della direttiva 2011/83/UE *“la presente direttiva dovrebbe lasciare impregiudicate le disposizioni dell’Unione relative a settori specifici quali [...] le comunicazioni elettroniche...”*. In sostanza, indipendentemente dal recepimento e dall’entrata in vigore della direttiva 2011/83/UE, ci sono disposizioni del Codice delle comunicazioni elettroniche che non potranno essere pregiudicate da eventuali disposizioni difformi derivate da norme contenute o derivate da essa.

Quest’ultimo profilo assume un’importanza rilevante ai nostri fini, in primo luogo, ad esempio, per quanto riguarda il comma 5 dell’articolo in commento. Ed infatti, la direttiva 2009/136/CE, ha prescritto che *“gli abbonati che abbiano concluso un accordo per il trasferimento del proprio numero ad una nuova impresa, ottengono l’attivazione del numero in questione entro un giorno lavorativo”* e prospettato sanzioni per il caso di ritardo (v. art. 30, comma 4, primo e terzo capoverso, delle direttiva 2002/22/CE, come modificato dalla direttiva 2009/136/CE).

In questa prospettiva, una disciplina regolamentare - analoga a quella di cui al comma 5 - che si proponesse di imporre agli operatori comportamenti opposti rispetto a quelli esaminati da ultimo [obbligo di astenersi dall’attivazione prima del decorso del termine per l’esercizio del diritto di ripensamento, a fronte dell’obbligo di attivare il servizio in un giorno posto da una disposizione dell’Unione relativa al settore specifico delle comunicazioni elettroniche] non potrebbe trovare idoneo fondamento nelle disposizioni della direttiva 2011/83/UE; nemmeno a recepimento avvenuto. Tale disposizione si pone tra l’altro il contrasto con i lavori che si stanno svolgendo presso la Direzione Reti e Servizi di codesta Autorità che proprio alla luce



vodafone

delle disposizioni comunitarie sta lavorando per ridurre le tempistiche delle procedure di portabilità in ambito fisso. Anche sotto questo profilo si segnalano pertanto profili di incompatibilità.

Tali riflessioni valgono a maggior ragione ove si consideri che l'art. 30 della direttiva 2002/22/CE, come modificato dalla direttiva 2009/136/CE, ha riservato alle Autorità nazionali di regolazione la sola disciplina del processo di portabilità, da cui sembra ragionevolmente rimanere fuori ogni prerogativa di modifica dei tempi di attivazione fissati dalla direttiva.

Le ragioni di cui al punto i) e ii), rendono quindi opportuno soprassedere sulle istanze di modifica delle modalità di comunicazione della volontà di recesso; nella specie, mediante introduzione della posta elettronica certificata. Tale conclusione dovrebbe a maggior ragione confermarsi ove si consideri che:

a) il recesso attiene alla disciplina contrattuale della forma di comunicazione del recesso e dunque dell'efficacia del recesso;

b) le modalità di recesso nei contratti dei consumatori sono compiutamente disciplinate dall'art. 64 del Codice di Consumo [che prevede la possibilità di comunicare la volontà di recesso anche mediante posta elettronica al contempo prescrivendo però anche l'obbligo di darne conferma mediante lettera raccomandata con ricevuta di ritorno];

c) sotto questo profilo [modalità di comunicazione della volontà di recesso], la direttiva 2011/83/UE sembra riservare al solo professionista la scelta di consentire, o meno, l'uso della posta elettronica per il recesso.

Si consideri inoltre che l'opportunità dell'introduzione della posta elettronica certificata, quale nuova forma di comunicazione del recesso, dovrebbe essere valutata anche sotto il profilo della presumibile portata concreta; in tale contesto, non ci si potrebbe esimere dal rilevare che la posta elettronica certificata è uno strumento di comunicazione ancora poco diffuso, in special modo tra i consumatori, e



vodafone

che dunque l'impatto di una tale misura, sotto il profilo del miglioramento delle condizioni dei consumatori, non appare ragionevolmente significativo.

Infine, per quanto riguarda la disciplina proposta al comma 4 -nel quale l'Autorità ripropone il divieto di richiedere corrispettivi nel caso di contratti cessati dopo il termine di durata minima, analogamente a quanto previsto dall'art. 5-si rinvia per brevità e coerenza, a quanto osservato al riguardo sub art. 5.

Per tutte per le ragioni sopra indicate, si chiede di non dar seguito alla proposta di introduzione dei commi 3 e 5 dell'Articolo 2 bis

Articolo 2-bis. Esercizio del diritto di recesso -Emendamenti proposti da Vodafone:

1. I consumatori hanno diritto di recedere dal contratto concluso a distanza relativo alla fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica senza alcuna penalità o altro corrispettivo e senza specificarne il motivo, ai sensi degli artt. 64 e ss. del Codice del Consumo.

2. Il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui al comma 1 decorre:

a) per i beni, dal giorno del loro ricevimento da parte dell'utente ove siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 2 o dal giorno in cui questi ultimi siano stati soddisfatti, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto, purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa;

b) per i servizi, dal giorno di conclusione del contratto ovvero dal giorno in cui siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 2, comma 1, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto, purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa.

~~3. Il diritto di recesso può essere esercitato anche mediante l'invio di apposita comunicazione all'indirizzo di posta elettronica certificata indicato al momento della conclusione del contratto e pubblicizzato sul sito web dell'operatore.~~



vodafone

4. Resta fermo il diritto dell'utente di risolvere in ogni tempo il contratto senza penali o altri corrispettivi una volta decorso inutilmente il termine contrattualmente previsto per l'attivazione del servizio oggetto del contratto, ovvero in caso di oggettiva impossibilità di attivazione.

~~5. L'operatore non dà esecuzione al contratto prima del decorso del termine per l'esercizio del diritto di recesso senza il previo assenso del consumatore. In caso contrario, ferma restando la responsabilità sotto il profilo sanzionatorio, l'operatore non pretende alcun corrispettivo per le prestazioni fornite fino alla cessazione del rapporto in conseguenza dell'esercizio di tale diritto ed è tenuto a rimborsare le spese sostenute per ripristinare la situazione contrattuale precedente.~~

6. Le parti possono convenire garanzie più ampie nei confronti degli utenti rispetto a quanto previsto dal presente articolo, nonché modalità semplificate per l'esercizio del diritto di recesso.

Articolo 2-ter. Contratti negoziati fuori dai locali commerciali - Testo in consultazione:

1. Per i contratti negoziati e per le proposte negoziate fuori dai locali commerciali, gli operatori forniscono ai consumatori tutte le informazioni previste dall'articolo 70 del Codice, nonché adeguata comunicazione circa il diritto di recesso.

2. Le informazioni devono essere fornite per iscritto e devono contenere in particolare:

a) l'indicazione dei termini, delle modalità e delle eventuali condizioni per l'esercizio del diritto di recesso;

b) l'indicazione del soggetto nei cui riguardi va esercitato il diritto di recesso ed il suo indirizzo o, se si tratti di società o di altra persona giuridica, la denominazione e la sede della stessa, l'indirizzo di posta elettronica certificata e gli eventuali ulteriori recapiti ove poter comunicare l'esercizio di tale diritto, nonché l'indicazione del



vodafone

soggetto al quale deve essere restituito il prodotto eventualmente consegnato se diverso.

3. Nel caso sia sottoposta al consumatore, per la sottoscrizione, una nota d'ordine, comunque denominata, l'informazione di cui al comma 1 deve essere riportata nella suddetta nota d'ordine, separatamente dalle altre clausole contrattuali e con caratteri tipografici uguali o superiori a quelli degli altri elementi indicati nel documento. Una copia della nota d'ordine, recante l'indicazione del luogo e della data di sottoscrizione, deve essere consegnata al consumatore.

4. Qualora non venga predisposta una nota d'ordine, l'informazione deve comunque essere fornita al momento della stipulazione del contratto ovvero all'atto della formulazione della proposta, ed il relativo documento deve contenere, in caratteri chiaramente leggibili, oltre agli elementi di cui al comma 1 dell'articolo 2, l'indicazione del luogo e della data in cui viene consegnato al consumatore, nonché gli elementi necessari per identificare il contratto.

5. Le disposizioni del presente articolo si applicano anche nel caso di proposte contrattuali formulate dal consumatore in condizioni analoghe a quelle specificate nel comma 1 per le quali non sia ancora intervenuta l'accettazione del professionista.

Osservazioni Vodafone

Al fine di utilizzare le espressioni e la terminologia più comunemente adoperate dagli operatori del settore, si propone di sostituire il riferimento alla "nota d'ordine" con quello di "proposta di acquisto"