

Roma, 6 febbraio 2015

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
Direzione Tutela dei Consumatori
Ufficio controversie e sanzioni
80143 Napoli - Centro Direzionale, Isola B5
Cortese attenzione
Avv. Enrico Maria Cotugno, Resp.
procedimento
Via PEC all'indirizzo: agcom@cert.agcom.it
Via e-mail all'indirizzo: e.cotugno@agcom.it

OGGETTO: Contributo AIIP – Consultazione pubblica di cui alla delibera n. 645/14/CONS

L'Autorità sottopone a consultazione una bozza di *“Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica”*, che dovrebbe sostituire le disposizioni di cui all'All. A alla delibera 664/06/CONS.

1. Premessa.

In via preliminare, AIIP osserva che la proposta appare migliorativa rispetto ai precedenti testi sottoposti a consultazione.

Tuttavia, AIIP critica il Regolamento proposto nella parte in cui lo stesso avrebbe l'effetto di estendere talune tutele ad oggi circoscritte ai consumatori anche ai clienti *business* e tutele ad oggi afferenti unicamente ai contratti per adesione a tutti i contratti per beni e servizi di comunicazione elettronica.

In via generale, AIIP si oppone all'estensione delle tutele proprie dei consumatori e dei contratti per adesione al di fuori di tali ambiti ed invita piuttosto l'Autorità ad assicurare il rispetto delle tutele introdotte dal legislatore in favore dei consumatori.

Le tutele introdotte dal legislatore a favore dei consumatori e nei contratti per adesione al di fuori del loro naturale ambito di applicazione non hanno ragione di esistere, e rischiano di essere anche controproducenti.

I costi che esse comportano per gli operatori hanno delle ripercussioni negative sui prezzi dei servizi finali che AGCOM dovrebbe ben soppesare, specie nell'attuale contesto economico. Invero, in un contesto nel quale occorre incentivare la domanda di servizi per agevolare gli investimenti delle imprese in reti d'accesso si deve fare attenzione a circoscrivere allo stretto necessario gli interventi che possono avere l'effetto di far lievitare i prezzi dei servizi finali.

Del resto, non risultano iniziative analoghe in settori comparabili (energia, acqua, gas).

In specie, per AIIP:

- (i) il diritto di recesso di cui all'art. 1 comma 3 del D.L. 31 gennaio 2007, n.7, convertito con modificazioni dalla legge 2 aprile 2007 n. 40 (L. Bersani) dovrebbe essere applicato unicamente ai consumatori (in difformità di quanto riportato nelle Linee Guida AGCOM del 2007 "esplicative" di tale intervento normativo);
- (ii) in ogni caso, tale particolare diritto di recesso deve rimanere circoscritto esclusivamente ai contratti per adesione per i quali è stato introdotto dal legislatore, di talché AIIP si oppone ad ogni sua ulteriore estensione, quale quella che di fatto risulterebbe dalla introduzione per tutti i contratti di un analogo diritto di disdetta alla scadenza contrattuale, con preavviso di 30 giorni "senza oneri e spese";
- (iii) la disciplina dei contratti a distanza e fuori dai locali commerciali è a tutela dei consumatori e va sempre chiaramente circoscritta a tale tipologia di utenza;
- (iv) i limiti di durata introdotti dall'art. 80 comma 4-quater del Codice vanno limitati ai contratti con i consumatori come nella disposizione legislativa.

Con l'occasione AIIP desidera, altresì, evidenziare che gli obblighi relativi alla verifica della qualità dei servizi e confronto delle offerte (v. Misura Internet e SINB) hanno ragion d'essere e sono di fatto applicabili unicamente ai servizi oggetto di offerte *standard* dei contratti cd. "*per adesione*", e non già anche in relazione a servizi delineati in specifici contratti negoziati con il cliente.

AIIP auspica che tale osservazione, che risulta peraltro essere stata almeno in parte condivisa dall'Autorità nel corso dei lavori sul SINB (cfr. verbale 21.09.2011, T.T. ex Delibera n. 376/11/CONS), trovi al più presto esplicitazione in una delibera dell'Autorità che eviti inutili aggravii "burocratici" per le imprese del settore, da una parte, e per l'Autorità e FUB, dall'altra.

2. Di seguito le considerazioni di dettaglio sulle singole disposizioni del Regolamento sottoposto a consultazione pubblica.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 1 (Definizioni)

1. Ai fini del presente regolamento s'intende per:

- a) "*Autorità*", l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dalla legge 31 luglio 1997, n. 249;
- b) "*Codice*", il "Codice delle comunicazioni elettroniche" adottato con decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259;
- c) "*Codice del consumo*", il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206;
- 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 comunicazione elettronica accessibili al pubblico;
- e) "*consumatore*", la persona fisica che utilizza o che chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico per scopi non riferibili all'attività lavorativa, commerciale o professionale svolta;
- f) "*operatore*", l'impresa che fornisce beni o servizi di comunicazione elettronica;
- g) "*contratto a distanza*", qualsiasi contratto concluso tra il professionista e l'utente nel quadro di un regime organizzato di vendita

h) “contratto negoziato fuori dei locali commerciali”, qualsiasi contratto tra il professionista e l’utente:

1) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e dell’utente, in un luogo diverso dai locali del professionista;

2) per cui è stata fatta un’offerta da parte dell’utente, nelle stesse circostanze di cui al numero 1;

3) concluso nei locali del professionista o mediante qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza immediatamente dopo che l’utente è stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e dell’utente;

4) concluso durante un viaggio promozionale organizzato dal professionista e avente lo scopo o l’effetto di promuovere e vendere beni o servizi all’utente.

i) “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;

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.

2. Per quanto applicabili, valgono le definizioni di cui all’articolo 1 del Codice.

COMMENTI AIIP – Articolo 1 (Definizioni)

La definizione di “utente”: si condivide la nuova formulazione che, rispetto a quella del Codice richiamata in precedenti bozze, esclude dall’ambito di applicazione gli operatori stessi.

La definizione di “operatore” dovrebbe invece coincidere con quella del Codice. Operatore è chi fornisce reti e/o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico ai sensi dell’art. 25 del Codice. AIIP ritiene criticabile nella definizione proposta l’uso della congiunzione disgiuntiva “o”. Infatti, AIIP ritiene che la fornitura di beni possa venire in rilievo in questa sede solo se accessoria alla fornitura di reti e/o servizi di comunicazione. AIIP dubita seriamente che AGCOM abbia il potere di assoggettare al Regolamento soggetti diversi dagli operatori come sopra definiti e ad es. chi si limita a fornire apparati che servono alla fruizione dei servizi.

La definizione di “contratto a distanza” proposta è troppo ampia e tale da farvi rientrare qualsiasi contratto per servizi di TLC. Esigenze di tutela si pongono invece solo nei limiti di cui ai contratti a distanza come definiti dal Codice del Consumo (art. 45, comma 1 lett. g). La definizione dovrebbe essere allineata con quella del Codice del Consumo. Di rilievo i limiti di cui alle parti sottolineate nella definizione pertanto di seguito proposta da AIIP a partire da quella del Codice del Consumo: “qualsiasi contratto concluso tra l’operatore e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita e prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea delle parti, mediante l’uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso”.

La definizione di “contratto negoziato fuori dei locali commerciali” proposta è troppo ampia. Esigenze di tutela si pongono solo nei limiti di cui ai contratti a distanza del Codice del Consumo (art. 45, comma 1 lett. h). La definizione dovrebbe essere allineata con quella del Codice del Consumo. Di rilievo i limiti di cui alle parti sottolineate nella definizione pertanto di seguito

proposta da AIIP a partire da quella del Codice del Consumo: “qualsiasi contratto tra l’operatore e il consumatore: 1) concluso alla presenza fisica e simultanea dell’operatore e del consumatore, in un luogo diverso dai locali dell’operatore (per tali dovendosi intendere gli immobili adibiti alla vendita al dettaglio nei quali l’operatore esercita la sua attività su base permanente o qualsiasi locale mobile adibito alla vendita al dettaglio in cui l’operatore esercita la propria attività a carattere abituale); 2) per cui è stata fatta un’offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui al numero 1; 3) concluso nei locali dell’operatore o mediante qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza immediatamente dopo che il consumatore è stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali dell’operatore, alla presenza fisica e simultanea delle parti; oppure; 4) concluso durante un viaggio promozionale organizzato dall’operatore e avente lo scopo o l’effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore”.

AIIP chiede l’aggiunta della seguente **definizione di “contratto per adesione”** (art. 1341 cod. civ.): “*quei contratti che, anche in vista del contenuto delle loro singole clausole, risultino predisposti unilateralmente dall’operatore e siano destinati a regolare una serie indefinita di rapporti, sia da un punto di vista sostanziale (perché predisposti dall’operatore che esplica 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). Le possibilità previste per il contraente aderente nei contratti per adesione sono quindi solo quelle di accettare in blocco le clausole ovvero di rifiutarle integralmente, senza alcuna facoltà di trattativa*”.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 2 (Ambito di applicazione)

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

COMMENTI AIIP – Articolo 2 (Ambito di applicazione)

Nulla da commentare in via generale, ferma la critica in ordine alla mancata limitazione ai consumatori di specifiche definizioni e disposizioni del Regolamento proposto.

Articolo 3 - (Diritti degli utenti finali nella conclusione dei contratti)

1. Gli utenti finali esercitano liberamente il proprio diritto, di cui all’articolo 70 del Codice, di stipulare contratti con uno o più operatori di comunicazioni elettroniche.

2. Gli operatori adeguano i propri modelli contrattuali ed adottano tutte le misure necessarie affinché gli utenti ricevano in modo chiaro, dettagliato e facilmente comprensibile tutte le informazioni elencate dal predetto articolo 70 del Codice al più tardi al momento della stipula del contratto, fatto salvo quanto stabilito all’articolo 4, comma 3, del presente regolamento.

3. Gli operatori adottano tutte le misure necessarie ad evitare la fornitura di beni o servizi in assenza di un contratto consapevolmente e liberamente concluso dall’utente, in particolare nel caso in cui il contratto comporti la portabilità del numero o il passaggio da altro operatore. Nel caso di contratti che devono essere conclusi per telefono, il consumatore è vincolato al contratto dal momento in cui invia all’operatore la propria accettazione dell’offerta per iscritto o su supporto durevole; da tale momento decorre anche il termine per esercitare il diritto di recesso. L’Allegato 1, che forma parte sostanziale e integrante del presente regolamento, contiene le Linee guida sulle modalità per la conferma delle offerte e per l’accettazione delle stesse da parte dei consumatori.

4. Se il trasferimento di una utenza ad altro operatore avviene contro la volontà dell'intestatario, l'impresa responsabile non pretende alcun corrispettivo per le prestazioni erogate e provvede, a propria cura e spese, al rimborso delle somme indebitamente corrisposte dall'utente in ragione del trasferimento ed al ripristino delle condizioni tecniche e contrattuali preesistenti, nonché ad erogare gli indennizzi dovuti.

COMMENTI AIIP – Articolo 3 (Diritti degli utenti finali nella conclusione dei contratti)

AIIP chiede una rigida distinzione tra gli obblighi informativi minimi ai quali possono essere soggetti tutti i contratti ai sensi dell'art. 70 del Codice, e gli obblighi informativi ulteriori rispetto ai consumatori.

Per questo motivo, AIIP auspica un articolo 3 esclusivamente dedicato ai diritti informativi di tutti gli utenti, e un articolo 4 dedicato, invece, agli ulteriori diritti informativi dei consumatori, con le loro specifiche tutele.

In buona sostanza l'art. 3 dovrebbe riepilogare gli obblighi informativi minimi valevoli per tutti i contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica, ossia, quelli previsti dai commi 1 e 3 dell'art. 70 del Codice che AGCOM intende oggi riferire a tutti i clienti, giusta facoltà riconosciutale dall'art. 70 comma 2 del Codice.

Nel medesimo art. 3 ben potrebbe trovare collocazione anche il comma 4 proposto da AGCOM il quale andrebbe però in parte riformulato poiché *“l'impresa responsabile”* può al più essere chiamata a prestare gratuitamente la massima collaborazione al ripristino del contratto preesistente, ma non anche ripristinarlo essa stessa.

Per le ragioni sopra chiarite, le specifiche previsioni relative al contratto concluso al telefono con il consumatore dovrebbero invece essere contenute al successivo articolo 4.

Pertanto, per i **commi 1, 2 e 3** AIIP propone:

“1. Gli utenti hanno diritto di stipulare contratti con una o più imprese che forniscono servizi di connessione ad una rete di comunicazione pubblica o servizi di comunicazione elettronica accessibile al pubblico.

2. Il contratto indica almeno, in modo chiaro, dettagliato e facilmente comprensibile le informazioni minime elencate ai commi 1 e 3 dell'art. 70 del Codice ed include esplicito rinvio alla Carta dei Servizi agevolmente reperibile sul sito dell'operatore.

3. Nei contratti per i quali è applicabile la portabilità del numero o il trasferimento dell'utenza da o verso altro operatore, il contratto deve chiarire all'utente come procedere per detta portabilità del numero o trasferimento dell'utenza, se del caso mediante rinvio ad appositi moduli e chiarimenti disponibili sul sito dell'operatore. In tali casi, il contratto deve chiarire che la conclusione della procedura di passaggio da un operatore all'altro come disciplinata dall'Autorità comporta la cessazione del rapporto con il precedente fornitore per il servizio oggetto di trasferimento, salvi gli obblighi contrattuali connessi. Gli operatori adottano tutte le misure necessarie ad evitare la fornitura di beni o servizi in assenza di un contratto consapevolmente e liberamente concluso dall'utente, in particolare nel caso in cui il contratto comporti la portabilità del numero o il passaggio da altro operatore”.

Il comma 3 sopra proposto è stato integrato con l'obbligo di "*chiarire che la conclusione della procedura di passaggio da un operatore all'altro comporta la cessazione definitiva del rapporto con il precedente fornitore del servizio*", di cui all'art. 4 comma 2 lett. a del Regolamento proposto da AGCOM, salvo precisare che il riferimento è più esattamente alla procedura di passaggio "disciplinata da AGCOM" e tale cessazione vale "*per il servizio oggetto di trasferimento, salvi gli obblighi contrattuali connessi*" poiché:

(a) il contratto ben può prevedere una pluralità di servizi e la cessazione dell'utenza d'accesso e/o telefonica trasferita al nuovo fornitore non necessariamente comporta la cessazione del contratto per gli altri servizi oggetto del medesimo; si pensi ad es. alle ipotesi di trasferimento di una o più linee ferma restando il contratto con il precedente fornitore per le altre linee, si pensi ai *bundle* di servizi mobili e fissi, ai contratti che includono servizi IT che ben possono essere erogati indipendentemente dalla risorsa d'accesso, etc.; il contratto deve poter liberamente disciplinare tali ipotesi;

(b) a volte accade (si tratta di situazioni anomale, ma meno infrequenti di quanto si possa immaginare) che un operatore acquisisca il cliente di un precedente fornitore senza seguire le procedure di migrazione/portabilità disciplinate da AGCOM, indebitamente appropriandosi di una risorsa all'insaputa del precedente fornitore, il quale deve pertanto poter emettere fattura al proprio cliente sino a quando non riceva recesso/disdetta da parte del cliente o domanda di migrazione/portabilità;

(c) occorre far salvi gli obblighi contrattuali verso il precedente fornitore connessi alla cessazione del contratto (fatturazione dei costi applicabili, obblighi di restituzione, rispetto dei termini di recesso, etc.).

AIIP propone di modificare il testo del **comma 4** come segue: "*Se il trasferimento di una utenza ad altro operatore avviene contro la volontà dell'intestatario, l'impresa responsabile non pretende alcun corrispettivo per le prestazioni erogate e provvede, a propria cura e spese, al rimborso delle somme indebitamente corrisposte dall'utente in ragione del trasferimento e ad erogare gli indennizzi dovuti, nonché a prestare gratuitamente la massima collaborazione al ripristino delle condizioni tecniche e contrattuali preesistenti*".

PROPOSTA AGCOM - Articolo 4 (Obblighi informativi nei contratti conclusi a distanza o fuori dai locali commerciali)

1. Per i contratti di fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche conclusi a distanza o fuori dai locali commerciali, gli operatori, al momento della conclusione del contratto, forniscono agli utenti tutte le informazioni previste dall'articolo 70 del Codice.

2. In particolare, l'operatore fornisce adeguata informativa relativamente alle eventuali modifiche o restrizioni del servizio di natura tecnica o economica che possano derivare dalla conclusione del contratto, chiarendo, in caso di passaggio tra operatori:

a) che la conclusione della procedura di passaggio comporta la cessazione definitiva del rapporto con il precedente fornitore del servizio;

b) per i contratti conclusi con i consumatori, che se l'interessato ne autorizza l'esecuzione prima della scadenza del termine per esercitare il diritto di recesso, di cui all'articolo 52 del Codice del Consumo, 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. Nei casi in cui il consenso alla conclusione del contratto sia stato prestato dall'utente a mezzo telefono, il titolare dell'utenza deve ricevere in forma scritta o, se acconsente, su altro supporto durevole a sua disposizione, un apposito modulo di conferma del contratto, contenente tutte le informazioni elencate all'articolo 70, commi 1 e 3, del Codice. In tali casi, l'adempimento degli obblighi informativi di cui ai commi 1 e 2, nonché l'eventuale consenso a ricevere la conferma dell'offerta su supporto durevole ai sensi del comma 3 dell'articolo 3, possono risultare dalla registrazione della conversazione telefonica, previo consenso dell'interessato alla registrazione.

COMMENTI AIIP - Articolo 4 (Obblighi informativi nei contratti conclusi a distanza o fuori dai locali commerciali)

Gli obblighi informativi minimi di cui all'art. 70 del Codice che AGCOM intende assicurare a tutti gli utenti, sono richiamati all'art. 3.

Ad avviso di AIIP l'articolo 4 dovrebbe invece indicare soltanto gli ulteriori obblighi informativi in favore dei consumatori.

AIIP propone pertanto di modificare:

- la **rubrica dell'articolo 4** che dovrebbe essere *“Obblighi informativi nei contratti con i consumatori per la fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche”*.
- **il comma 1** come segue: *“Per i contratti di fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche conclusi a distanza o fuori dai locali commerciali, le informazioni minime di cui all'articolo 3 devono essere fornite al consumatore al più tardi momento della conclusione del contratto, fatto salvo quanto stabilito al successivo comma 3”* (v. art. 3 comma 3 del Regolamento sottoposto a consultazione);
- **il comma 2** come segue: *“Il Contratto di fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche conclusi a distanza o fuori dai locali commerciali deve richiamare il diritto di recesso di cui all'articolo 52 del Codice del Consumo e chiarire che se il consumatore autorizza l'esecuzione del contratto prima della scadenza del termine per esercitare il diritto di recesso di cui all'articolo 52 del Codice del Consumo, 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”*;
- **il comma 3** come segue (integrato con quanto proposto da AGCOM all'art. 3 comma 3 del Regolamento sottoposto a consultazione): *“Nel caso di contratti conclusi per telefono, il consumatore è vincolato al contratto dal momento in cui invia all'operatore la propria accettazione dell'offerta per iscritto o su supporto durevole; da tale momento decorre anche il termine per esercitare il diritto di recesso. L'Allegato 1, che forma parte sostanziale e integrante del presente regolamento, contiene le Linee guida sulle modalità per la conferma delle offerte e per l'accettazione delle stesse da parte dei consumatori. Nei casi in cui il consenso alla conclusione del contratto sia stato prestato dal consumatore a mezzo telefono, il titolare dell'utenza deve ricevere in forma scritta o, se acconsente, su altro supporto durevole a sua disposizione, un apposito modulo di conferma del contratto, contenente tutte le informazioni di cui all'art. 3. In tali casi, l'adempimento degli obblighi*

informativi di cui ai commi 1 e 2, nonché l'eventuale consenso a ricevere la conferma dell'offerta su supporto durevole, possono risultare dalla registrazione della conversazione telefonica, previo consenso dell'interessato alla registrazione".

PROPOSTA AGCOM - Articolo 5 (Durata del contratto) – commi 1 e 2

1. I contratti conclusi tra operatori e consumatori che riguardano la fornitura di servizi di comunicazione elettronica non possono imporre un primo periodo di impegno iniziale superiore a ventiquattro mesi.
2. Gli operatori garantiscono, comunque, agli utenti la possibilità di aderire ad almeno un contratto che preveda una durata massima iniziale di dodici mesi.

COMMENTI AIIP – Articolo 5 (Durata del contratto) - Commi 1 e 2

L'Art. 80 comma 4-quater del Codice prevede: *"L'Autorità provvede affinché i contratti conclusi tra consumatori e imprese che forniscono servizi di comunicazione elettronica non devono imporre un primo periodo di impegno iniziale superiore a 24 mesi. L'Autorità provvede altresì affinché le imprese offrano agli utenti la possibilità di sottoscrivere un contratto della durata massima di dodici mesi"*.

Trattandosi di un unico comma tali obblighi relativi alla durata dei contratti concernono esclusivamente i contratti con i consumatori. Essi NON hanno ragion d'essere per i contratti con la clientela business. L'estensione alla clientela business anche solo dell'obbligo di formulare un'offerta a 12 mesi sarebbe una forzatura contraria alle caratteristiche ed alle esigenze del mercato business, non richiesta dal legislatore.

AIIP chiede pertanto la sostituzione dei commi 1 e 2 con un unico comma che in linea con la disposizione legislativa disponga:

"1. I contratti conclusi tra operatori e consumatori che riguardano la fornitura di servizi di comunicazione elettronica non possono imporre un primo periodo di impegno iniziale superiore a ventiquattro mesi e gli operatori offrono la possibilità di aderire ad almeno un contratto che preveda una durata massima iniziale di dodici mesi".

Incidentalmente, AIIP ritiene utile sottolineare che un contratto a tempo indeterminato che riconosca il recesso in qualsiasi momento con preavviso non superiore a 30 giorni (ex L. Bersani) dovrà ritenersi conforme alla previsione in commento, poiché non ne deriverebbe alcun vincolo minimo di durata per il consumatore.

In subordine, l'obbligo di formulare almeno un'offerta a 12 mesi dovrebbe essere quantomeno più chiaramente circoscritto ai contratti per adesione e la formulazione in tale caso dovrebbe essere la seguente: *"1. I contratti conclusi tra operatori e consumatori che riguardano la fornitura di servizi di comunicazione elettronica non possono imporre un primo periodo di impegno iniziale superiore a ventiquattro mesi. 2. Nel proporre contratti per adesione, gli operatori offrono la possibilità di aderire ad almeno un contratto che preveda una durata massima iniziale di dodici mesi"*.

Si ribadisce, tuttavia, che l'obbligo di formulare un'offerta a 12 mesi, per molti operatori che realizzano servizi destinati ai clienti *business* cui sono sottesi elevati costi fissi, sarebbe un obbligo irragionevole e sproporzionato che li costringerebbe ad organizzarsi in tal senso sebbene difficilmente una siffatta offerta potrebbe mai incontrare la domanda dei loro potenziali clienti.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 5 (Durata del contratto) – commi 3, 4 e 5

...

3. Al termine del periodo di impegno iniziale, di cui ai commi 1 e 2, ovvero dei successivi termini di durata contrattuale, gli utenti possono chiedere la cessazione del contratto o passare ad altro operatore senza oneri o spese, comunicando la propria disdetta.

4. I contratti conclusi tra operatori ed utenti non prevedono termini per la comunicazione, ai sensi del comma 3, della disdetta del contratto superiori a trenta giorni dalla scadenza del periodo di durata del vincolo contrattuale. L'operatore avvisa i propri clienti dell'approssimarsi del termine per comunicare la disdetta con almeno trenta giorni di anticipo rispetto alla scadenza di tale termine.

5. Nel caso di offerte che prevedono anche l'acquisto di beni, resta salva la possibilità di prevedere periodi di rateizzazione, per il pagamento del corrispettivo relativo a tali beni, 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 pagare in un'unica soluzione le rate residue per l'acquisto degli apparati, senza alcun costo ulteriore, specificandone l'importo nel contratto.

COMMENTI AIIP – Articolo 5 (Durata del contratto) - Commi 3, 4 e 5

AIIP si oppone ai commi 3, 4 e 5 che, nel dettare una disciplina per la disdetta dei contratti alla loro scadenza, di fatto propongono di estendere e ad un tempo modificare il diritto di recesso di cui alla L. Bersani (art. 1 comma 3 del D.L. 31 gennaio 2007, n.7, convertito con modificazioni dalla L. 2 aprile 2007 n. 40 *“recante misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese”*).

AIIP non propone un testo alternativo per tali commi poiché ritiene che i consumatori siano già adeguatamente e sufficientemente tutelati dalla cit. L. Bersani: una volta assicurato il recesso *ex L. Bersani*, nei limiti di cui alla stessa, non v'è ragione di disciplinare anche la disdetta al termine contrattuale, ed **anzi l'introduzione di una disciplina della disdetta** - peraltro non pienamente conforme a quella del recesso *“senza vincoli di temporali”* di cui alla L. Bersani - **creerebbe solo confusione e non aggiungerebbe nulla in termini di tutela rispetto ai consumatori, che - nell'attuale mercato liberalizzato, il quale offre ai clienti la libertà di scegliere tra una moltitudine di offerte - sono gli unici soggetti rispetto ai quali si possono porre esigenze di tutela tali da legittimare ingerenze nella libertà contrattuale delle parti.**

AIIP ritiene che la proposta non sia nemmeno nell'interesse degli utenti: si imporrebbe all'operatore di gravare sempre e comunque il canone ricorrente per i servizi delle rate di ammortamento dei costi *una tantum* il cui addebito potrebbe invece essere rimandato ad un momento futuro, quando e se quei costi saranno effettivamente sopportati dall'operatore.

Si tratterebbe di un irragionevole pregiudizio della libertà commerciale e d'impresa dell'operatore cui spetta di poter recuperare le spese sostenute come meglio crede nel rispetto dell'obbligo di piena trasparenza sulle condizioni economiche, incluse quelle alla cessazione del contratto.

Si tratterebbe di obblighi che avrebbero significative ripercussioni negative sui prezzi finali e l'Autorità dovrebbe oggi circoscrivere allo stretto necessario gli interventi che possono far lievitare i prezzi dei servizi finali. Infatti, gli obiettivi di tutela dei consumatori perseguiti dalla Direzione tutela dei consumatori devono essere sempre attentamente soppesati dall'Autorità con tutti gli altri obiettivi e principi cui è preordinata la sua azione (art. 4 e 13 del Codice) e, specie nell'attuale contesto economico, far lievitare i prezzi finali **significa comprimere la domanda di servizi che andrebbe invece incentivata dall'Autorità per incoraggiare gli investimenti** delle imprese in reti d'accesso.

Se AGCOM prevedesse tali obblighi per tutti i contratti non terrebbe in adeguata considerazione la differenza sostanziale che sussiste tra le modalità di conclusione dei contratti con i consumatori che sono sempre *standard* e le modalità di conclusione dei contratti con i clienti *business*: questi hanno la concreta possibilità di introdurre modifiche e spesso chiedono all'operatore modifiche rispetto alla durata inizialmente proposta, alle modalità di pagamento e fatturazione, specifiche garanzie e penali a proprio favore (sotto forma di Service Level Agreement), etc..

Chiarito che AIIP è contraria all'intera disposizione in commento (commi 3, 4 e 5), ad ogni buon conto, si svolgono le seguenti considerazioni di dettaglio.

Al comma 3, AGCOM propone di introdurre un diritto di disdetta “senza oneri o spese” alla scadenza contrattuale in favore degli “utenti”.

Anzitutto AIIP contesta la previsione di un simile diritto in favore di tutti gli “utenti” e chiede quindi quantomeno la sostituzione della parola “utente” con la parola “consumatore”.

AIIP evidenzia, infatti, che è pressoché normale applicare alla clientela *business* le spese necessarie a coprire eventuali costi di attivazione e disattivazione al momento della cessazione contrattuale e tale diffusa prassi è più che legittima nei contratti con i clienti *business* che di propria natura hanno un elevato potere contrattuale e una consapevolezza considerevole sul contenuto del contratto.

AIIP aggiunge che l'espressione “senza oneri o spese” è troppo ampia anche per i consumatori e dovrebbe in ogni caso quantomeno essere sostituita da quella “senza spese non giustificate da costi dell'operatore” già utilizzata nella cit. L. Bersani secondo la quale: “*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*” (art. 1 comma 3 L. Bersani cit.).

Infatti, come chiarito dalla giurisprudenza applicativa dell'art. 1 comma 3 L. Bersani, l'operatore deve essere sempre libero di applicare i costi strettamente connessi alle attività necessarie alla lavorazione del recesso, secondo principi economici di causalità e pertinenza, inclusi ad es. i costi di disinstallazione e recupero di apparati in affitto o comodato che non siano restituiti (e non solo quindi le rate residue di quelli acquistati come proposto al successivo comma 5), oltre a poter recuperare i costi non applicati al cliente in virtù di una promozione che sia stata chiaramente subordinata dall'operatore medesimo ad una determinata permanenza nell'offerta non ancora maturata al tempo del recesso (cfr. Consiglio di Stato n. 1442/2010, e sentenze Tar del Lazio n. 5361/2009 e n. 4269/2010 richiamati anche da AGCOM a p. 80 del documento AGCOM "I diritti dei consumatori nel mercato dei servizi di comunicazione elettronica").

AIIP coglie l'occasione per evidenziare che l'applicazione del diritto di recesso di cui alla L. Bersani presuppone che si tratti (i) di *"contratti per adesione"* ma anche (ii) di contratti con consumatori; invero l'art. 1 comma 3 cit. si inserisce nel capo I rubricato *"norme urgenti per la tutela dei consumatori"* e lo stesso art. 1 fa esplicito riferimento ai consumatori sia nel comma 1 che nel comma 2. AIIP non condivide pertanto la difforme lettura fornita da AGCOM nelle *"Linee guida esplicative"* del 2007¹, che chiede venga rivista².

Ciò premesso, nella denegata ipotesi in cui il Regolamento affianchi al diritto di recesso previsto dalla L. Bersani anche tale disciplina per la disdetta del contratto alla sua scadenza, **l'ambito di applicazione dovrebbe quantomeno essere lo stesso della L. Bersani, ossia: i "contratti per adesione"** con i consumatori, oppure in ulteriore subordine - ammesso e non concesso che il diritto di recesso di cui alla L. Bersani possa essere applicato ai clienti *business* - i contratti per adesione in genere. Al di fuori di tale ambito, una disciplina della disdetta risulterebbe ancora più illegittima e irragionevole.

Sempre con riguardo alla necessità, in ogni caso, di sostituire l'espressione *"senza oneri o spese"* con quella *"senza spese non giustificate da costi dell'operatore"* di cui alla L. Bersani, AIIP invita l'Autorità a valutare attentamente gli effetti delle **ripercussioni negative sui prezzi** dei servizi finali in caso di un generalizzato obbligo per gli operatori di ammortizzare nel canone variabile dei servizi ogni costo fisso in quanto non più applicabile alla scadenza. Come già chiarito, specie nell'attuale contesto economico, AGCOM dovrebbe infatti ben soppesare le ripercussioni negative sui prezzi di un suo ipotizzato intervento, poiché far lievitare i prezzi finali significa comprimere la domanda di servizi che andrebbe invece incentivata dall'Autorità per incoraggiare gli investimenti delle imprese in reti d'accesso.

Al comma 4 AGCOM propone che per la suddetta disdetta alla scadenza contrattuale l'operatore non possa chiedere all'utente un preavviso superiore a 30 giorni.

¹ Cfr. le Linee guida della Direzione tutela dei consumatori, esplicative per l'attività di vigilanza, da effettuare ai sensi dell'art. 1 comma 4 della medesima L. Bersani e loro integrazione (Del. AGCOM 22 febbraio 2007, n. 96/07/CONS, Comunicato 13 luglio 2007 e Comunicato 7 agosto 2008).

² Le cit. Linee guida devono inoltre ritenersi superate anche nella parte in cui escludono l'addebito di costi di disattivazione ove vi sia il trasferimento dell'utenza telefonica ad altro operatore. Infatti, tale affermazione si basa su un presupposto di fatto che non corrisponde più a realtà: le OR di Telecom dal 2009 prevedono specifici U.T. di disattivazione a carico dell'operatore i quali non sono remunerati dal nuovo fornitore del servizio e afferiscono specificatamente alla linea di talché sono connessi alle attività necessarie alla lavorazione del recesso, secondo principi economici di causalità e pertinenza elaborati dalla giurisprudenza sopra richiamata.

Come già chiarito in commento al precedente comma 3, AIIP non propone un testo alternativo perché è radicalmente contraria all'introduzione di una disciplina per la disdetta. A supporto dell'irragionevolezza di tale previsione giova ricordare che molto spesso gli operatori alternativi utilizzano Telecom Italia per fornire l'accesso e quest'ultima richiede un preavviso superiore a 30 giorni. Ciò significa che gli operatori alternativi dovranno in ogni caso farsi carico di tali costi.

Inoltre, come per il comma 3 l'applicazione dovrebbe essere in ogni caso **quantomeno circoscritta ai consumatori**, con la sostituzione della parola “*utente*” con “*consumatore*”.

Infatti, la definizione di un termine non superiore a 30 giorni per la disdetta del contratto anche per la clientela *business* non risulta motivata. Come chiarito in premessa, diversamente dai consumatori, i clienti *business* non sono contraenti “deboli” rispetto ai quali il legislatore ravvisa un'esigenza di tutela tale da dover ingerire nella libertà contrattuale delle parti.

Del pari, in ogni caso, l'ambito di applicazione dovrebbe essere lo stesso della L. Bersani ossia: i “**contratti per adesione**” con i consumatori, oppure in ulteriore subordine i contratti per adesione in genere (v. commento al comma 3).

AIIP osserva poi che l'espressione “*trenta giorni dalla scadenza del periodo di durata del vincolo contrattuale*” non è sufficientemente chiara in ordine al fatto che si tratti di un termine di preavviso (i.e. trenta giorni *prima* della scadenza del vincolo contrattuale e non 30 giorni *dopo* tale scadenza) sicché, qualora la disposizione fosse confermata, il punto andrebbe meglio chiarito nella sua formulazione definitiva.

Al medesimo comma 4 AGCOM propone di introdurre **l'obbligo a carico dell'operatore di avvisare** “*i propri clienti dell'approssimarsi del termine per comunicare la disdetta con almeno trenta giorni di anticipo rispetto alla scadenza di tale termine*”.

AIIP si oppone del tutto all'introduzione di un simile obbligo di avviso circa l'approssimarsi della scadenza contrattuale che considera (anche rispetto ai consumatori) tutela eccessiva, sproporzionata, inaccettabile e ingestibile per gli operatori nonché controproducente per gli utenti.

AIIP invita l'Autorità a valutare attentamente l'introduzione di nuovi adempimenti a carico degli operatori. In particolare AIIP evidenzia che l'adempimento proposto avrebbe significativi costi di gestione che si ripercuoterebbero negativamente sui prezzi dei servizi finali.

Come più volte evidenziato, specie nell'attuale contesto economico, AGCOM dovrebbe ben soppesare le ripercussioni negative sui prezzi di un suo ipotizzato intervento, poiché far lievitare i prezzi finali significa comprimere la domanda di servizi che andrebbe invece incentivata dall'Autorità per incoraggiare gli investimenti delle imprese in reti d'accesso.

Al comma 5, in caso di disdetta alla scadenza (“senza oneri e spese”, v. sopra) di contratti che prevedano l'acquisto di apparati, AGCOM propone di far salvo il pagamento delle rate residue.

Premesso e fatto salvo tutto quanto precede (contrarietà alla disposizione, necessità di consentire il recupero di tutti i costi giustificati, inopportunità di imporre l'ammortizzazione dei costi nel canone, necessità di circoscrivere quantomeno l'applicazione della previsione ai consumatori e ai contratti per adesione), AIIP osserva che:

- la terminologia proposta è inappropriata rispetto alla prassi del settore poiché generalmente il contratto è unico, i talché non c'è un contratto "principale" di fornitura del servizio ed uno separato di vendita di apparati)
- AGCOM tiene conto di una sola ipotesi di spese giustificate da costi dell'operatore (le rate residue di apparati acquistati) laddove le ipotesi che possono ricorrere nella prassi sono molteplici (v. sopra sulla giurisprudenza applicativa della L. Bersani);
- l'obbligo di dettagliare i costi, incluso il numero e l'entità delle rate di apparati, è nell'art. 70 del Codice e già richiamato dall'art. 3 del Regolamento, per cui non si ravvede l'esigenza di indicare preventivamente l'importo complessivo di eventuali rate residue per gli apparati.

In conclusione, AIIP ritiene pertanto che l'attuale disciplina di migrazione e portabilità e la disciplina del recesso di cui alla L. Bersani costituiscano già adeguati incentivi al cambiamento di fornitore. I commi 3, 4 e 5 della disposizione in commento dovrebbero essere eliminati e potrebbero al più essere usati per richiamare e chiarire l'ambito applicativo dell'art. 1 comma 3 L. Bersani nel senso chiarito dalla giurisprudenza e più sopra indicato. Disposizioni difformi per la disdetta del contratto quali proposte nei commi in commento, creerebbero solo confusione e vincoli inappropriati. Solo in subordine AIIP chiede che siffatte previsioni siano modificate per tenere conto dei commenti svolti e quindi: assicurandone l'applicazione ai soli contratti per adesione con i consumatori, garantendo agli operatori il recupero di ogni costo giustificato, escludendo l'obbligo di avviso.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 6 (Modifica delle condizioni contrattuali)

1. Gli operatori non possono modificare le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del servizio da fornire, se non nelle ipotesi ed alle condizioni previste nel contratto medesimo ovvero nel caso in cui tali modifiche siano esclusivamente a vantaggio dell'utente finale.
2. Fatta eccezione per le modifiche esclusivamente a vantaggio degli utenti finali, gli operatori informano con adeguato preavviso, non inferiore ad un mese, gli utenti interessati delle eventuali modifiche delle condizioni contrattuali ed economiche del contratto, e del loro diritto, se non accettano le nuove condizioni, di recedere o di passare ad altro operatore senza penali né altri addebiti, comunicando tale volontà con le modalità indicate dall'operatore nella medesima comunicazione informativa.
3. Il recesso ha efficacia a far data dall'entrata in vigore delle modifiche contrattuali se la relativa comunicazione perviene all'operatore prima di tale data e, in ogni caso, rende inapplicabili all'utente le nuove condizioni. Nel caso in cui l'utente chieda il passaggio ad altro operatore, nel periodo tecnicamente necessario per tale passaggio al contratto con l'operatore *donating* si applicano le condizioni previgenti alla modifica.
4. La comunicazione agli utenti, a sensi del precedente comma 2, deve avvenire secondo le modalità di cui all'Allegato 2 al presente regolamento.

COMMENTI AIIP - Articolo 6 (Modifica delle condizioni contrattuali)

Comma 1

AIIP auspica la rimozione del comma 1. Ad avviso di AIIP tale disposizione è in contrasto con l'ampia facoltà di modifica che il legislatore ha voluto riconoscere agli operatori (art. 70 comma 4 Codice), anche tenuto conto della rapida evoluzione cui sono soggetti i servizi e le reti di comunicazione elettronica, salvo tutelare poi gli utenti assicurando loro in tali casi il diritto di recesso *“senza penali né costi di disattivazione”*.

Atteso che l'utente è ampiamente tutelato dal cit. diritto di recesso, il limite / la preclusione di modifiche contrattuali che deriverebbe dal comma in commento costituirebbe una irragionevole e sproporzionata interferenza nella libertà di impresa degli operatori.

Ad ogni buon conto, l'inciso *“nelle ipotesi ed alle condizioni previste nel contratto medesimo”* non tiene conto che è impossibile per un operatore prevedere a priori e disciplinare tutte le singole specifiche ipotesi nelle quali si potrebbe porre l'esigenza di rivedere nel tempo il contratto. Nella denegata ipotesi in cui venisse conservato il comma 1, tale inciso dovrebbe pertanto essere sostituito da un mero vincolo di motivazione: *“senza giustificato motivo”*.

Comma 2

L'inciso *“senza penali né altri addebiti”* dovrebbe essere modificata in *“senza penali né costi di disattivazione”* in linea con la disposizione legislativa di cui all'art. 70 comma 4 Codice.

Infatti, il concetto di “addebito” è troppo ampio. Non ogni addebito sarebbe illegittimo da parte dell'operatore, salvo voler determinare un arricchimento senza giusta causa dell'utente (si pensi all'addebito di traffico pregresso, all'addebito di rate residue per l'acquisto di apparati, etc.)

Comma 3

Risulta poco chiaro, fumoso e va modificato.

L'intento dichiarato da AGCOM (v. precedenti bozze sottoposte a consultazione pubblica) è evitare che le modifiche contrattuali unilateralmente imposte dall'operatore trovino applicazione nei confronti dell'utente che, a fronte della comunicazione di modifica, abbia scelto di recedere, ad es. per effetto di un termine di efficacia del recesso contrattualmente stabilito.

Ad avviso di AIIP l'esigenza di tutela indicata da AGCOM sarebbe utilmente perseguita semplicemente e direttamente specificando che *“Il recesso dell'utente o la sua richiesta di passaggio ad altro operatore entro il termine di preavviso minimo di cui al comma 2, esclude in ogni caso l'applicazione all'utente delle nuove condizioni”* (eventualmente con l'ulteriore precisazione, che pare superflua *“indipendentemente dalla data di efficacia del suddetto recesso e/o passaggio ad altro operatore”*).

Comma 4

V. commenti all'allegato 2.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 7 (Mancato o ritardato pagamento di singoli servizi di comunicazioni elettroniche)

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 4, Parte A, del Codice e comunque nel rispetto delle misure adottate dall'Autorità ai sensi di tale allegato.

2. L'utente 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. Restano ferme le conseguenze previste in conformità alla legge per il ritardato pagamento delle somme che all'esito dovessero risultare dovute.

COMMENTI AIIP - Articolo 7 (Mancato o ritardato pagamento di singoli servizi di comunicazioni elettroniche)

L'articolo non risulta modificato. AIIP non ha osservazioni da presentare.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 8 (Cessazione del rapporto contrattuale)

1. L'operatore che non disattiva tempestivamente il servizio oggetto di recesso o di disdetta, ovvero che ritarda illegittimamente 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.

COMMENTI AIIP - Articolo 8 (Cessazione del rapporto contrattuale)

AIIP non ha osservazioni da presentare.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 9 (Controversie)

1. Le controversie tra operatori e utenti in merito ai contratti di fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche sono risolte ai sensi della delibera n. 173/07/CONS e successive modifiche e integrazioni.

2. Nei procedimenti non giurisdizionali di risoluzione delle controversie relative alla conclusione di un contratto a distanza di fornitura di beni o servizi di comunicazioni elettroniche, l'operatore può fornire prova dell'avvenuta conclusione del contratto dimostrando di aver adempiuto gli obblighi di cui al presente regolamento. L'utente può comunque provare con ogni mezzo la mancata conclusione del contratto.

COMMENTI AIIP - Articolo 9 (Controversie)

Il comma 1 va modificato, poiché la sua formulazione contrasta con il diritto di rimettere la definizione della controversia all'Autorità giudiziaria dopo aver esperito il tentativo di conciliazione, esso sì obbligatorio. Si suggerisce: *“Alle controversie tra operatori e utenti in merito ai contratti di fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche si applica la delibera n. 173/07/CONS e successive modifiche e integrazioni”*.

Il comma 2 deve concernere solo il consumatore.

PROPOSTA AGCOM - Articolo 10 (Codici di condotta)

1. Al fine di garantire che l'acquisizione dei clienti avvenga secondo criteri di buona fede, correttezza e trasparenza, l'Autorità promuove l'adozione di codici di condotta, con il coinvolgimento delle associazioni di consumatori rappresentative a livello nazionale, che prevedano:

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.

2. I codici adottati ai sensi del comma 1 sono pubblicati sui siti web degli operatori aderenti e sul sito istituzionale dell'Autorità.

COMMENTI AIIP - Articolo 10 (Codici di condotta)

Non si hanno osservazioni (fermo restando che i codici di condotta potranno essere vincolanti solo per gli operatori che, in quanto rivolgono la propria offerta ai consumatori, decideranno di aderirvi).

PROPOSTA AGCOM - Articolo 11 (Vigilanza e sanzioni)

1. La violazione delle disposizioni di cui al presente regolamento comporta l'applicazione nei confronti dell'operatore della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura edittale prevista dall'articolo 98, comma 16, del Codice, fatta salva l'applicazione della sanzione stabilita al comma 13 del medesimo articolo per le condotte che integrano la violazione dell'articolo 80 del Codice.

COMMENTI AIIP – Articolo 11 (Vigilanza e sanzioni)

AIIP evidenzia che le sanzioni richiamate dal Regolamento risultano molto elevate nei loro minimi edittali per piccoli operatori (da € 58.000,00 a € 580.000,00, fatta salva la sanzione da € 170.000,00 a € 2.500.000,00 per violazione degli obblighi di portabilità).

Anzitutto, AIIP auspica un'azione dell'Autorità per la revisione delle sanzioni di cui all'art. 98 del codice nel segno di una loro maggiore proporzionalità, specie con riguardo alle eventuali ridotte dimensioni dell'operatore resosi responsabile della violazione, che peraltro incidono anche sulla portata lesiva della condotta stessa, limitandola.

Inoltre, AIIP evidenzia che non ogni violazione del Regolamento rientrerebbe in realtà nelle ipotesi di violazione specificatamente indicate dall'art. 98 comma 16 (e 98 comma 13) del Codice. Premessa la non piena proporzionalità delle sanzioni previste da tali disposizioni si ritiene eccessivamente penalizzante il tenore della disposizione in commento.

In particolare, nelle ipotesi di violazione del Regolamento che non integrino ad un tempo diretta violazione degli articoli 60, 61, 70, 71, 72, 79 e 80 del Codice, sarebbe opportuno che il meccanismo sanzionatorio entri in gioco solo previa diffida e consenta l'irrogazione di sanzioni più proporzionate nei confronti dei piccoli operatori.

PROPOSTA AGCOM - ALLEGATO 1 al Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche Linee guida per la conclusione telefonica di contratti per la fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche.

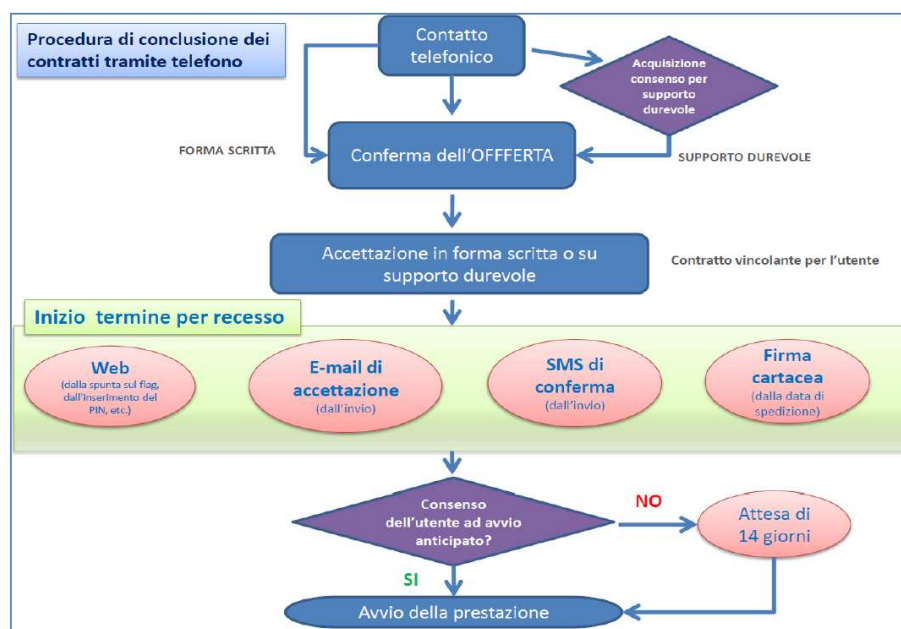
1. L'operatore che intende concludere telefonicamente un contratto per la fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche fornisce all'utente, nel corso della comunicazione telefonica, le seguenti informazioni, in modo chiaro e comprensibile:

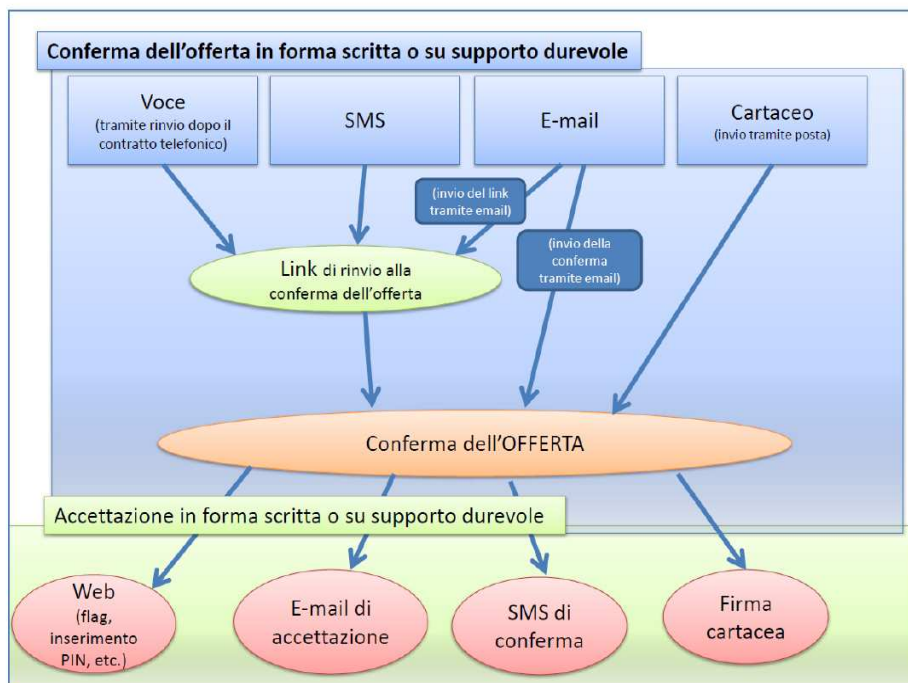
- l'identità dell'operatore e lo scopo commerciale della telefonata;
- le generalità o, quantomeno, il codice identificativo dell'incaricato chiamante;
- le informazioni elencate all'art. 4 del Regolamento;
- la procedura da seguire per il perfezionamento del contratto e l'eventuale possibilità di ricevere la conferma dell'offerta su supporto cartaceo o, previo assenso dell'utente, su supporto durevole.

2. Se l'utente accetta di concludere il contratto, l'operatore invia la conferma scritta dell'offerta presso l'indirizzo comunicato dal cliente. Previo consenso esplicito dell'utente, la conferma può essere inviata anche su supporto durevole, ad esempio come allegato ad un'e-mail, o tramite invio o comunicazione di un *link* di accesso ad un *account* privato nella titolarità del cliente finale sul sito *web* del venditore contenente le informazioni indirizzate al cliente, a condizione che le medesime informazioni non possano essere rimosse o modificate unilateralmente dal venditore.

3. Il contratto è vincolante per l'utente dal momento in cui questi invia all'operatore la comunicazione di accettazione dell'offerta, attestando di aver preso visione della conferma dell'offerta di cui al precedente punto 2. Detta comunicazione può essere resa anche tramite e-mail o sms, ovvero mediante accettazione telematica o su un altro supporto durevole.

4. Gli schemi allegati alle presenti Linee guida illustrano in dettaglio le modalità di conclusione dei contratti telefonici per la fornitura di servizi e beni di comunicazioni elettroniche.





Commenti AIIP - ALLEGATO 1 al Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche Linee guida per la conclusione telefonica di contratti per la fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche.

L'ambito di applicazione dell'allegato deve essere circoscritto ai consumatori e pertanto tutti i riferimenti ad "utente" vanno sostituiti con riferimenti al "consumatore".

Come chiarito in premessa AIIP ritiene che AGCOM dovrebbe concentrare la propria attenzione sulle violazioni in danno dei consumatori ai quali vanno assicurate le tutele di cui alle recenti modifiche del Codice del Consumo che AGCOM è chiamata ad attuare rendendole operative nel settore.

Estendere l'ambito di applicazione sarebbe ultroneo (non richiesto dalle disposizioni che si deve attuare), inutile (per la clientela *business* non si pongono le medesime esigenze di tutela) e controproducente (v. gli effetti sui prezzi cit. in premessa che rischiano di frenare la domanda in pregiudizio degli investimenti in nuove reti d'accesso).

AIIP ritiene utile aggiungere che nel dare attuazione al Codice del Consumo con l'introduzione di questa complessa procedura per la conclusione del contratto al telefono, AGCOM deve aver cura di non impedire il supporto telefonico teso ad agevolare la conclusione del contratto *on line via web* con il sistema del *clic through*, poiché ciò significherebbe ostacolare il processo di digitalizzazione del paese che AGCOM è piuttosto chiamata ad incentivare.

AIIP sottolinea che occorre agevolare la conclusione del contratto *on line via web* con il sistema del *clic through* e quindi con processi interamente digitalizzati, senza imporre forme scritte e scambi

cartacei non richiesti dalla legge. Infatti, tali modalità di conclusione dei contratti vanno incentivati nell'interesse dell'intero mercato. Degli utenti, perché tale tecnica di conclusione a distanza offre maggiore possibilità di conoscere nel dettaglio i servizi e le condizioni contrattuali offerte. Degli operatori, perché sono più efficienti e meno costose.

PROPOSTA AGCOM - ALLEGATO 2 al Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche Modalità per la comunicazione agli utenti di modifiche contrattuali e del conseguente diritto di recesso.

1. Gli operatori che intendono modificare le condizioni economiche o 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 effettuata tramite avviso in fattura deve essere inserita separatamente dalle 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 avviene tramite pubblicazione da parte dell'operatore di apposito avviso presso i propri punti vendita e sulla *home page* del proprio sito web, nonché:
 - a) per le utenze mobili, tramite invio alle utenze interessate di 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;
 - b) per i servizi televisivi a pagamento, ove non è possibile comunicare personalmente, anche per via telematica, l'avviso di modifica contrattuale, tramite annunci da trasmettere per l'intero periodo di preavviso, di cui al punto 1, nelle ore e sui canali di maggiore ascolto.
4. Indipendentemente dalla modalità di comunicazione utilizzata, l'informativa sul diritto di recesso deve contenere la seguente dicitura "Se non accetti le modifiche hai diritto entro il gg.mm.aaaa di recedere dal contratto, 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."

Commenti AIIP - ALLEGATO 2

Comma 2

Dovrebbe essere più chiaro che la fattura è solo una modalità di comunicazione possibile ma non l'unica modalità possibile. Infatti, specie per la clientela *business* le tempistiche di fatturazione possono essere le più svariate e risultare pertanto inadeguate alla suddetta comunicazione (si pensi alle ipotesi non infrequenti di fatturazione semestrale o annuale dei servizi). Pertanto si suggerisce una piccola integrazione del comma 2: "La comunicazione ove effettuata tramite avviso in fattura deve essere inserita separatamente dalle eventuali ulteriori comunicazioni, con caratteri tali ...".

In proposito si richiama l'attenzione sul fatto che il legislatore ha previsto che l'Autorità possa "specificare la forma di tali comunicazioni" e non anche vincolare gli operatori circa il mezzo/lo strumento di comunicazione (cfr. art. 70 comma 4 Codice).

Comma 3

L'avviso sul *sito web* dovrebbe poter essere inserito altra sezione del sito specificatamente dedicata ai servizi in discorso in modo da assicurarne adeguata visibilità agli interessati e non ingenerare confusioni. Si osserva infatti che da una parte che vanno moltiplicandosi gli obblighi di pubblicazione sulla *home page* dell'operatore con conseguente difficoltà pratica di attuarli tutti adeguatamente, e dall'altra va segnalato che vi sono molti operatori la cui homepage non è specificatamente dedicata a servizi di comunicazione elettronica.

Comma 4

Il comma 4 circa la forma della comunicazione andrebbe modificato come segue: "*Se non accetti le modifiche hai diritto entro xxxxxxxxx di recedere dal contratto, inviando comunicazione anche (a mezzo fax al n. xxxxxxxxx, 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.*". Invero la data di efficacia del recesso ben può essere legata dall'operatore alla decorrenza del termine minimo di preavviso della modifica o maggior termine scelto dall'operatore.

.....

Distinti saluti



Renato Brunetti, Presidente AIIP