



**ASSO
CONTACT**
Associazione Nazionale
dei Contact Center in Outsourcing

Autorità per le garanzie nelle comunicazioni
Direzione Tutela dei Consumatori
Ufficio controversie e sanzioni
80143 Napoli - Centro Direzionale, Isola B5
Consultazione pubblica di cui alla delibera n. 645/14/CONS

All'attenzione del responsabile del procedimento Avv. Enrico Maria Cotugno

a mezzo pec agcom@cert.agcom.it
e p.c. e.cotugno@agcom.it

Roma, 22 gennaio 2015

**Oggetto: Assocontact - Associazione Nazionale dei Contact Center in outsourcing.
Consultazione pubblica di cui alla Delibera n. 645/14/CONS.
Osservazioni con istanza di audizione.**

Spettabile Direzione Tutela dei Consumatori,

con riferimento alla Consultazione pubblica di cui alla delibera n. 645/14/CONS Assocontact Associazione Nazionale Associazione Nazionale dei Contact Center in Outsourcing, avendo preso visione dello schema di provvedimento recante "Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche" (qui di seguito indicato come "Regolamento) propone con questo documento le proprie osservazioni e segnalazioni in relazione al suddetto regolamento anche al fine di permettere a codesta Autorità di valutare consapevolmente l'impatto di tale provvedimento sulle attività svolte dai Contact Center in Italia.



L'art. 3 comma 3 del Regolamento

In particolare le osservazioni rilevanti e l'impatto potenzialmente negativo del Regolamento per l'intero settore rappresentato dalla nostra Associazione riguarda l'articolo 3 con specifico riferimento al comma 3 che, richiamando l'allegato 1 del provvedimento stesso, nella sua attuale formulazione così prevede:

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.

Tale soluzione, applicando in modo rigido la previsione contenuta nell'art. 51 comma 6 del D.lgs 206/2005, in deroga al principio generale di libertà delle forme contrattuali previsto dagli articoli 1325 e 1350 del Codice Civile, introduce nel nostro ordinamento il requisito della forma scritta per la conclusione di contratti cui il consumatore aderisca mediante l'uso del telefono.

L'impatto negativo per l'attività economica e per i profili occupazionali

Con riferimento a tale impostazione riteniamo utile far presente che l'introduzione di questo requisito di forma per determinare l'esistenza del contratto impedisce alle aziende di perfezionare l'offerta fin dalla fase del primo contatto con il consumatore, determinando una situazione di sostanziale incertezza circa gli effetti giuridici generati dall'adesione all'offerta manifestata dal consumatore tramite il telefono.

Questo rischia di generare un costo ulteriore a carico delle imprese che devono attendere di ricevere la conferma scritta del consumatore per considerare concluso il contratto cui il consumatore ha peraltro già aderito nel corso dell'offerta telefonica e tale costo in ultima analisi si ribalterà sul cliente finale in termini di aumento del costo del prodotto/servizio.

Questa soluzione riduce complessivamente l'efficienza del sistema di offerta mediante il telefono dei prodotti e servizi da parte delle imprese in quanto ritarda di fatto l'attivazione di un servizio a favore del consumatore e rende maggiormente macchinoso il meccanismo di conclusione dei contratti a distanza.

Da ciò non potrà che derivare in significativo decremento del personale impiegato in attività di vendita effettuate per il tramite di contact center che oggi conta complessivamente più di 80.000 addetti. A questo proposito si fa presente che la vendita telefonica non avviene solo in modalità outbound, ma anche in modalità inbound, cioè quando è il cliente/consumatore a compiere di sua iniziativa una chiamata verso un contact center per manifestare la sua volontà di procedere all'acquisto di un prodotto o di un servizio. Attualmente anche queste tipologie di vendite seguono lo stesso processo delle vendite outbound (verbal ordering). E' evidente che l'introduzione dell'obbligo di una forma scritta per confermare la volontà di attivare un contratto, genererebbe un impatto negativo che andrebbe a ricadere sui consumatori; infatti se ogni contratto per essere legalmente vincolante dovesse prevedere la firma del modulo di conferma dell'ordine la ricaduta sui tempi di esecuzione dell'ordine e più in generale sull'efficienza dell'intero servizio sarebbe pesante, generando anche costi aggiuntivi per la gestione di questo flusso documentale. Immaginiamo il cliente che chiama per chiedere una attivazione di un servizio che ha urgenza di ricevere: prima gli deve essere recapitato il contratto (5/7 giorni postali), poi il cliente lo deve rinviare firmato (5/7 giorni), e solo successivamente l'ordine deve essere lavorato dal back office (3 giorni) con tempistiche di attivazione ben lontane dagli standard che i consumatori si sono abituati a ritenere accettabili, grazie alle moderne tecnologie: la spiacevole sensazione per gli utenti dei servizi dei contact center sarebbe quella di un ingiustificabile ritorno alla preistoria per le vendite a distanza .

Il principio previsto dalla normativa europea ed il suo recepimento nei diversi Stati Membri

A tale riguardo vale la pena ricordare che l'attuale formulazione dell'art. 51 comma 6 del D.lgs. 206/2005 deriva dal recepimento in Italia della Direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori che è avvenuta tramite l'emanazione del D.lgs 21/2014. Il testo normativo europeo prevedeva all'articolo 8 comma 6 questo principio generale

Quando un contratto a distanza deve essere concluso per telefono, gli Stati membri possono prevedere che il professionista debba confermare l'offerta al consumatore, il quale è vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto. Gli Stati membri possono anche prevedere che dette conferme debbano essere effettuate su un mezzo durevole

Tale criterio quindi introduce genericamente la possibilità di prevedere il requisito della forma scritta per la conferma dell'adesione ad un'offerta contrattuale formulata telefonicamente. **Coerentemente con tale previsione va da questo punto di vista rilevato come le normative di diversi paesi europei non richiedono affatto per i contratti telefonici il requisito della conferma scritta** a conferma del fatto che tale standard non fa parte del set inderogabile di diritti attribuiti dall'Unione Europa ai consumatori dei Paesi membri. **Questo rilievo di diritto comparato comporta peraltro che l'Italia, con l'adozione di un regolamento formulato nei termini prospettati da codesta Autorità, verrebbe a trovarsi in una posizione di svantaggio competitivo rispetto ad altri paesi europei** nei quali i contratti potrebbero essere conclusi al telefono direttamente fin dal momento del contatto tra impresa e consumatore senza dover attendere la restituzione da parte del consumatore del modulo di conferma scritta di adesione.

L'art. 51 comma 6 del Codice del Consumo ed la registrazione della telefonata come supporto durevole

In realtà riteniamo che anche in Italia sia possibile intendere che la normativa dia la possibilità al consumatore di scegliere la forma di manifestazione della sua volontà contrattuale e chiediamo che di ciò tenga conto codesta Autorità nella stesura del proprio Regolamento.

A tale riguardo va richiamato il contenuto dell' articolo 51 del Codice del consumo (rubricato come "Requisiti formali per i contratti a distanza") che, dopo aver chiarito che se il venditore telefona al consumatore al fine di concludere un contratto a distanza, all'inizio della conversazione con il consumatore deve rivelare la sua identità e, ove applicabile, l'identità della persona per conto della quale effettua la telefonata, nonche' lo scopo commerciale della chiamata e l'informativa relativa all'eventuale utilizzo del registro delle opposizioni (se il numero chiamato è stato estratto dall'elenco telefonico), espressamente al comma 6 prevede quanto segue

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

Questa previsione introduce quindi una regola innovativa che prevede, come situazione tipica, la necessità di ottenere la firma del consumatore o in ogni caso l'accettazione scritta dell'offerta) per determinare la nascita del vincolo contrattuale a carico del cliente. In mancanza di questo requisito formale il contratto non sorge in capo al cliente che quindi non sarà obbligato a corrispondere il prezzo previsto dall'offerta, né a suo carico potranno essere poste ulteriori obbligazioni accessorie. Per una corretta lettura di questo comma va peraltro tenuto conto che dopo aver fissato, come regola generale, il requisito dell'accettazione in forma scritta da parte del consumatore, peraltro, **lo stesso comma prevede due modalità equivalenti per documentare l'adesione all'offerta: da un lato la sottoscrizione del documento informatico che contiene l'offerta con firma elettronica e dall'altro, quale possibile alternativa, a condizione che il consumatore sia d'accordo, la manifestazione di tale accettazione su supporto durevole.**

Va detto che mentre le tre ipotesi della firma autografa, dell'accettazione per iscritto e della apposizione della firma elettronica introducono nelle vendite telefoniche la necessità di introdurre un momento successivo alla conclusione della telefonata per perfezionare la vendita, richiedendo l'uso di strumenti atti a documentare per iscritto la volontà contrattuale del consumatore, l'ipotesi residuale (che prevede la possibilità di utilizzare un supporto durevole per confermare l'esistenza dell'adesione del cliente) apre lo spazio alla gestione di forme di espressione della volontà diverse dalla mera sottoscrizione di una dichiarazione successiva alla telefonata medesima.

In particolare il legislatore affermando, nella parte finale del comma 6 del suddetto articolo 51, che “dette conferme possono essere effettuate, se il consumatore acconsente, anche su un supporto durevole” ha inteso in modo evidente esprimere una significativa deroga rispetto al requisito della forma scritta che rappresenta la nuova regola generale che accompagna la conclusione dei contratti telefonici.

Si pone quindi la necessità di definire in cosa consista tale supporto durevole e definire come possa essere raccolta con tale modalità la volontà del consumatore di aderire all'offerta telefonica.

Va detto a tale riguardo che la definizione di “supporto durevole” è contenuta nell'articolo 45 lettera l) del nuovo testo del Codice del Consumo (riformato dal suddetto D.lgs 21/2014) dove viene precisato che *"supporto durevole"* è

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.

In questo ambito, tenuto conto della specifica natura della vendita telefonica e della peculiarità del canale di comunicazione a distanza utilizzato per presentare l'offerta, **si deve intendere che la registrazione vocale della telefonata abbia le caratteristiche proprie del “supporto durevole” previsto dalla normativa vigente.** Per poter assumere tale natura è peraltro necessario che la registrazione rispetti alcuni specifici requisiti che in sintesi sono i seguenti:

- 1) è essenziale che la fase della registrazione della telefonata sia introdotta da una chiara richiesta al consumatore del suo consenso ad utilizzare questo strumento in alternativa alla possibilità di formulare in forma scritta la sua adesione al contratto telefonico
- 2) occorre che il consumatore sia informato del fatto che la registrazione della telefonata viene effettuata a sua tutela e che la copia del file audio gli verrà messa a disposizione in caso di sua richiesta senza nessun onere a suo carico
- 3) occorre che il consumatore dopo la conclusione della registrazione riceva, per posta ordinaria o per posta elettronica, un messaggio che gli confermi la conclusione del contratto e che in particolare precisi che, a sua tutela e con il suo consenso, l'ordine telefonico è stato registrato e che tale registrazione è in ogni momento accessibile dal consumatore a sua richiesta. In alternativa, se possibile va prevista la possibilità di mettere a disposizione del cliente la registrazione in uno spazio web accessibile al solo consumatore come area riservata mediante uso di userid e password univoche.
- 4) vanno infine definite specifiche modalità di conservazione della registrazione con adeguate misure di sicurezza, definendo un tempo di conservazione del file audio commisurato alla natura del contratto ed alla sua durata.

Peraltro sul piano interpretativo, a pieno conforto di tale lettura del comma 6 dell'articolo 51 del codice del consumo riformato dal D.lgs 21/2014 va tenuto presente un argomento rilevante che conforta tale interpretazione della categoria del “supporto durevole”.

L'analisi dei lavori parlamentari che hanno portato all'approvazione del D.lgs 21/2014 si può trarre analoga conferma della volontà del legislatore di dare spazio al riconoscimento di una modalità operativa alternativa rispetto alla sottoscrizione dell'ordine per confermare l'adesione alla vendita telefonica da parte del cliente.

Infatti dall'esame delle discussioni svoltesi presso le commissioni parlamentari competenti¹ che hanno esaminato in sede consultiva lo schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori emerge in modo chiaro che mentre la versione originale dell'articolo 51 comma 6 dello schema di decreto legislativo licenziato dal Governo e sottoposto alle camere non prevedeva la possibilità di fare ricorso al supporto durevole senza la sottoscrizione del consumatore per documentare la conferma dell'ordine da parte del cliente, tale previsione è stata introdotta dal Governo, nella sua veste di legislatore delegato, nella stesura finale del Decreto legislativo n. 21/2014, a seguito della richiesta formulata a più riprese da vari parlamentari nelle Commissioni competenti nel corso dell'esame del provvedimento di iniziativa governativa.

La modifica è stata motivata proprio dall'esigenza di non snaturare le caratteristiche della vendita telefonica e di introdurre modalità alternative alla firma del consumatore per documentare l'adesione al contratto anche nel corso della stessa telefonata di vendita, tenendo conto delle esperienze già maturate in alcuni settori merceologici che da tempo, come sopra ricordati, hanno adottato lo standard della registrazione della telefonata a tutela dei diritti dei consumatori per prevenire i ben noti fenomeni della fornitura di prodotti o servizi non desiderati.

Le soluzioni tecnologiche alternative alla firma autografa

In via alternativa alla registrazione della telefonata si fa presente che la volontà del consumatore potrebbe utilmente essere documentata mediante l'utilizzo di strumenti di firma elettronica avanzata: si fa riferimento ad esempio all'utilizzo di credenziali di autenticazione che permettano al consumatore che aderisca ad un contratto tramite telefono, di confermare tale sua volontà al venditore inserendo in una piattaforma web (o comunicando telefonicamente) un codice univoco di attivazione del contratto stesso inviato al consumatore da parte del venditore tramite un sms o

1 Cfr. <http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/docnonleg/26391.htm>
<http://www.parlamento.it/leg/17/BGT/Schede/ProcANL/ProcANLscheda28560.htm>

un messaggio di posta elettronica. Questo permetterebbe di tenere una traccia informatica dell'avvenuta adesione del consumatore alla proposta contrattuale effettuata al telefono. O in alternativa ancora la firma biometrica, di più recente introduzione rispetto alle altre tipologie di firma, come ad esempio la firma su tablet, di recente introdotta nel nostro ordinamento.

Proposta di modifica dell'art. 3 comma 3 del Regolamento

Alla luce di tali argomentazioni si propone di formulare l'articolo 3 comma 3 del regolamento prevedendo la possibilità per il consumatore di scegliere liberamente di rappresentare la sua volontà contrattuale contestualmente alla telefonata e di poter quindi essere vincolato al contratto dal momento in cui manifesta tale volontà verbalmente ed accetta che tale manifestazione di volontà sia registrata e trasferita su supporto durevole che il consumatore stesso potrà ricevere a sua richiesta ed a spese del professionista. La nostra associazione propone peraltro di approfondire questa ipotesi di utilizzo di nuovi strumenti tecnologici confrontandosi con le associazioni dei consumatori e definendo precise regole di utilizzo nel proprio Codice di Etica professionale.

Conseguentemente si richiede di modificare il testo dell'art. 3 comma 3 del Regolamento come segue

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. In alternativa al consumatore deve essere offerta la possibilità a sua scelta di anticipare l'esecuzione del contratto fin dal momento della telefonata accettando di registrare la telefonata stessa e di ricevere a cura e spese dell'operatore la registrazione stessa su supporto durevole o a mezzo posta elettronica. 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.

Analogamente anche l'allegato 1 dovrà contenere specifiche previsioni che regolino l'utilizzo della registrazione come strumento idoneo a documentare il consenso.

In ogni caso poi il consumatore, all'attivazione del contratto, riceverà su supporto durevole una comunicazione riassuntiva di tutti gli elementi essenziali dell'offerta con le indicazioni necessarie per l'esercizio del diritto di recesso

In considerazione della complessità degli interventi che si renderanno in ogni caso necessari per garantire il pieno recepimento del Regolamento si chiede di disporre un periodo transitorio tra la pubblicazione del regolamento e la sua effettiva entrata in vigore di almeno dodici mesi .

Assocontact infine formula apposita istanza per poter illustrare le proprie osservazioni nel corso di un'audizione specifica alla quale chiede di essere ammessa da parte di codesta Autorità. A tal fine indica quali propri recapiti per la convocazione i seguenti

Assocontact

c.a. Dottor Alberto Zunino de Pignier – Direttore
Via Barberini 11 00185 Roma
tel 3452485666
e mail direzione@assocontact.it

Nulla osta alla pubblicazione delle presenti osservazioni.

Cordiali saluti

Assocontact
Il Presidente

