



Consultazione pubblica avviata con la delibera 645/14/CONS, in materia di "Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche" (di seguito Regolamento)

Posizione di Vodafone Omnitel B.V

1. Considerazioni generali

Con la delibera n. 645/13/CONS l'Autorità ha inteso avviare un procedimento di consultazione pubblica in ordine alla approvazione del "Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazione elettronica. Tale delibera è stata pubblicata sul sito web dell'Autorità il 22 dicembre scorso ed è stato richiesto agli interessati, nell'ambito della consultazione pubblica, di presentare la propria posizione in merito, entro e non oltre il termine di 45 giorni.

Il provvedimento in commento ha visto la luce a seguito di un lunghissimo percorso avviato dall'Autorità agli inizi del 2012 attraverso la convocazione di un'audizione ai sensi dell'art. 5 della delibera 418/04/CONS sulla 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 fosse sostanzialmente ultimata, l'Autorità, senza valutare il risultato del tavolo tecnico costituito sulla base della precedente delibera, ha deciso di proseguire l'iter regolamentare con la pubblicazione di una nuova delibera, la n. 202/13/CONS del 28 febbraio 2013, con la quale ha dato avvio ad un nuovo "procedimento di consultazione pubblica in ordine alla proposta di 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 iter Regolamentare non si e' mai concluso e nonostante l'invio di puntuali posizionamenti al riguardo che tenevano conto del contesto e delle caratteristiche del settore delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità a distanza di circa un anno e mezzo interviene ora con una nuova delibera (quella oggetto della presente consultazione), dai confini ben più ampi rispetto alle precedenti e che vanno ben oltre agli obiettivi posti alla base dell'avvio del procedimento sopra citato.

A seguito di questo travagliato (e almeno in parte contraddittorio) iter regolamentare, l'Autorità intende ora introdurre modifiche radicali all'attuale sistema regolatorio, nel convincimento che tali modifiche possano favorire un generale miglioramento della tutela degli utenti e che sia necessario, in considerazione della particolare natura dei servizi di comunicazioni elettroniche, esplicitare, tramite apposite Linee Guida, le modalità di attuazione, nei rapporti tra operatori e utenti, della disciplina introdotta dal novellato articolo 51, comma 6, del Codice del consumo, con riferimento ai contratti da concludersi per telefono.

Prima di entrare nel merito delle specifiche disposizioni previste nella proposta di Regolamento in consultazione, appare opportuno svolgere alcune considerazioni preliminari circa le basi normative di tale intervento.

Infatti, attraverso la delibera posta in consultazione, si stabilirebbero, tramite una fonte di carattere meramente secondario, delle regole generali sulla conclusione dei contratti nel settore delle comunicazioni elettroniche di carattere derogatorio a quelle stabilite in linea generale dal Codice Civile, che al riguardo stabilisce, come noto, il principio del consenso in qualunque forma manifestato (salvi i casi, espressi, in cui una forma sia prevista *ad substantiam* o *ad probationem*, casi che però di certo qui non ricorrono). Al riguardo è agevole osservare che una fonte secondaria quale una delibera di un'autorità amministrativa sia strutturalmente inidonea a modificare o derogare alle regole generali sulla conclusione dei contratti poste da una fonte normativa primaria, peraltro di carattere generalissimo come il Codice Civile.

Né una legittimazione sembra rinvenirsi nel Codice delle Comunicazioni (pur invocato nelle premesse e nell'articolato della bozza di delibera). Infatti, se gli articoli 70 e ss. espressamente richiamati nella delibera, ben consentono di stabilire precisi

oneri informativi a carico degli operatori di comunicazione elettronica e a favore degli utenti, in nessun modo consentono invece all’Autorità di stabilire regole derogatorie quanto alla conclusione dei contratti e alla loro validità.

Dunque né il Codice Civile né il Codice delle Comunicazioni elettroniche consentono l’intervento che codesta Autorità ha intenzione di fare.

Occorre chiedersi allora se la base normativa per tale intervento regolatorio possa rinvenirsi nelle disposizioni del Codice del Consumo, come di recente novellate per l’attuazione della cd. “direttiva consumatori” (Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011, n. 2001/83/EU).

Anche tale quesito pare però, come si vedrà, e per più profili, risposta negativa.

In primo luogo è evidente che il Codice del Consumo potrebbe astrattamente legittimare un intervento derogatorio circa le regole di conclusione dei contratti **solo per la categoria specifica dei contratti con i consumatori**: già per questo verso appare dunque manifesta la totale carenza di base normativa per le altre tipologie di contratti, ai quali pure la bozza di delibera in commento vorrebbe applicarsi, in ragione della definizione di “*utente*” in essa recata, quale qualunque “persona fisica o giuridica che utilizza o chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico e che non fornisce reti pubbliche di comunicazione o servizi di comunicazioni elettronica accessibili al pubblico” (per inciso si fa notare sin d’ora come il termine “consumatore” e quello di “utente” sembrano ricorrere nella bozza sottoposta a consultazione in modo erratico, non chiaro ed univoco, aumentando il grado di incertezza sulla effettiva portata delle singole disposizioni).

Ciò posto, neppure per la categoria dei contratti *con i consumatori* il Codice del Consumo sembra legittimare un intervento regolatorio specifico *di codesta Autorità*. Infatti, la Direttiva Consumatori è, come noto, una disciplina di rango comunitario di cd. *armonizzazione massima*, il cui obiettivo è creare un livello di tutela il più possibile uniforme tra i vari Stati membri, che non ammette a priori una compartimentazione delle regole per settori o mercati specifici. Inoltre, come noto, l’apparato interno designato per l’Italia a dare attuazione alle regole della Direttiva Consumatori è l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e non l’AGCOM. Sotto questo

profilo, l'intervento regolatorio di cui alla bozza ora in consultazione appare innanzitutto illegittimo, per l'incompetenza dell'Autorità precedente, e poi anche sicuramente illegittimo ed inopportuno in presenza di regole generali stabilite dal Codice del Consumo sui contratti a distanza con i consumatori, volutamente poste in modo uniforme per tutti gli Stati membri e per tutti i contratti e settori merceologici, salve solo le deroghe espressamente contemplate dalla direttiva medesima. Ed anche per le poche regole sulle quali la Direttiva consente di adottare una tra più soluzioni normative proposte, tale facoltà è riconosciuta *esclusivamente agli Stati membri*, in sede di attuazione della Direttiva, e dunque solo con strumento normativo primario e generale, valido per tutti i settori e mercati (e risulta peraltro che lo Stato italiano si sia avvalso di tale facoltà, regolando taluni aspetti disciplinati nella Direttiva nel modo più rigoroso tra quelli ammessi)

Per tali ragioni, in presenza di tali fonti primarie (peraltro di rango sovrastatale) che già regolano in dettaglio la materia, codesta Autorità potrebbe al più emanare delle *Linee Guida* per l'applicazione delle norme del Codice del Consumo nel settore dei contratti di comunicazione elettronica con i consumatori, che non potrebbero avere valenza normativa e costituirebbero degli orientamenti applicativi (certo opportuni, specie in questa prima fase) per gli operatori, fatta salva però, ovviamente, l'interpretazione di queste norme che fosse successivamente data dalla Commissione e, in via ultimativa ed autentica, dalla Corte di Giustizia.

Fermi questi assorbenti (e dirimenti) profili, si osserva come, anche nel merito e nei contenuti, la bozza in consultazione sia incoerente e si discosti, in più punti, dalle Linee Guida sull'applicazione della direttiva consumatori adottate dalla Commissione Europea (DG Justice) nel giugno 2014 (e consultabili sul sito della Commissione). Per inciso, vale la pena di osservare che, correttamente, *neppure la Commissione Europea si riserva il diritto di emanare disposizioni normative*, precisando che il documento adottato "*is not legally binding and provides only guidance*", posto che "*the authoritative interpretation of EU Law remains within the sole remit of the Court of Justice (CJEU)*" e pertanto, anche sotto questo aspetto, detto Regolamento appare inopportuno e potenzialmente dannoso, in quanto compartimenta illegittimamente un singolo mercato, creando tra l'altro situazioni di asimmetrie regolamentari

(mentre invece lo scopo principale della direttiva era proprio quello di garantire un “Level Playing Field” di tutele per i Consumatori ed introduce elementi di incertezza in una disciplina che, già di per sé, si presta ad interpretazioni non univoche.

A tal proposito ci pare utile richiamare anche la delibera 266/2014/R/com con cui l'Autorità per l'energia il gas e il sistema idrico ha adeguato la propria regolazione in materia di tutela dei consumatori alle previsioni della direttiva 2011/83/UE, come recepita nell'ordinamento italiano dal d.lgs. 21/2014, che ha modificato il Codice del Consumo (d.lgs. 206/2005)¹. Tale documento aggiorna il Codice di condotta commerciale, oltre che le delibere 138/04, 144/07, ARG/elt 42/08 e, da ultimo, la delibera 153/2012/R/com in materia di contratti non richiesti. Da nessuna parte dei documenti citati e' possibile rinvenire delle regole così dettagliate e stringenti quali quello che l'Agcom vorrebbe adottare con il presente Regolamento, con particolare riguardo alla conclusione dei contratti via telefono.

..*

2. Le modifiche proposte nel Regolamento posto in consultazione con la delibera 645/14/CONS e le considerazioni di Vodafone

Fermo ed impregiudicato tutto quanto sin qui esposto, si analizzano di seguito in dettaglio le singole disposizioni della bozza posta in consultazione, con osservazioni puntuali sulle singole norme e proposte di emendamento da parte di Vodafone.

Articolo 1 (Definizioni) Comma 1, lettera 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.

Osservazioni Vodafone

Posto che il Codice Civile e nuovo Codice del Consumo prevedono espressamente la possibilità di aderire anche a contratti a tempo indeterminato (si

¹ <http://www.autorita.energia.it/it/docs/14/266-14st.htm>, delibera 266/2014/R/com

Adeguamento, al decreto legislativo 21/2014, del codice di condotta commerciale e di altre disposizioni relative alla tutela dei consumatori

veda, tra gli altri, l'articolo 49, comma 1, lettera q)), si ritiene necessaria l'introduzione di un'ulteriore disposizione con la quale venga definito anche il diritto di recesso dai contratti a tempo indeterminato.

Attraverso la disdetta si conferisce infatti, al contraente la possibilità di evitare il rinnovo automatico di un contratto a tempo determinato che prevede detto rinnovo; con il recesso invece, la parte esercita in qualsiasi momento, durante la vigenza contrattuale, con una dichiarazione unilaterale, il proprio diritto potestativo di sciogliere un vincolo contrattuale a tempo indeterminato.

Pertanto si propone di aggiungere all'art. 1 il seguente emendamento:

Art. 1, comma 1 lett. k) "recesso", la comunicazione con la quale il consumatore manifesta all'operatore, con un adeguato preavviso non inferiore a trenta giorni, la propria volontà di interrompere un contratto a tempo indeterminato.

Articolo 2 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

E' evidente che l'Autorità con questa disposizione, già contenuta nella delibera 202/13/CONS, ha intenzione 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)² la tutela riconosciuta ai consumatori nella "fase contrattuale dei rapporti tra operatori e consumatori", in applicazione della "facoltà prevista dall'art.

² Sulla 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.

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, come sopra chiarito, 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 tenuto anche conto che le recenti disposizioni che hanno modificato il Codice del Consumo, in recepimento della direttiva cd “Consumer Right” (Direttiva 2011/83/EU). Tali disposizioni infatti, si riferiscono, in maniera inequivocabile solo ai consumatori e sono proprio queste modifiche che rappresentano la base normativa di questo intervento regolamentare³.

Una **tale** facoltà in capo all’Autorità, infatti, non sembra potersi rinvenire nell’art. 70, comma 4, del Codice [a tal fine invocato dall’Autorità nel precedente 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

³ Delibera 645/2014/CONS: (... omissis...) *RITENUTO, inoltre, opportuno, in considerazione della particolare natura dei servizi di comunicazioni elettroniche, esplicitare tramite apposite Linee Guida le modalità di attuazione, nei rapporti tra operatori e utenti, della disciplina introdotta dal novellato articolo 51, comma 6, del Codice del consumo, con riferimento ai contratti da concludersi per telefono;*

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 Universale⁴. “E' chiaro lo spirito del legislatore comunitario che mira a garantire protezione al consumatore. In nessun'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

⁴ 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”.

generalizzata, ma solo attraverso un riferimento esplicito a categorie diverse dai consumatori e solo limitatamente a taluni ambiti di tutela⁵.

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 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 2 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)⁶] - 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. Il decreto di recepimento di tale Direttiva, il Decreto Legislativo n. 21/2014 non ha previsto una simile estensione.

Si chiede pertanto che l'Autorità voglia limitare l'ambito di applicazione del Regolamento in commento ai soli consumatori, in subordine di chiede che tutto il

⁵ 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.";

6. 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".

regime previsto per la conclusione dei contratti a distanza, in particolare quelli conclusi attraverso l'utilizzo del telefono (art. 3 e 4 e l'Allegato 1) siano applicabili ai soli consumatori.

Si propone pertanto il seguente emendamento dell'art. 2:

Ambito di applicazione

1 Il presente regolamento si applica ai contratti tra operatori e consumatori ferma restando l'applicazione agli utenti delle disposizioni dettate dal Codice in materia di contratti relativi alla fornitura di beni e servizi di comunicazioni elettroniche.

Nel caso di contratto conclusi per telefono il presente regolamento si applica ai solo contatti outbound. ~~ed utenti, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli consumatori.~~

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

Comma 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.

ALLEGATO 1

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:*

- a) l'identità dell'operatore e lo scopo commerciale della telefonata;*
 - b) le generalità o, quantomeno, il codice identificativo dell'incaricato chiamante;*
 - c) le informazioni elencate all'art. 4 del Regolamento;*
 - d) 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.

Osservazioni Vodafone

Per quanto già osservato sopra in via generale, è evidente che codesta Autorità non ha il potere di derogare, per di più con semplice atto di fonte secondaria, a quanto stabilito dalla Direttiva Consumatori e dalla norma primaria con cui il Legislatore italiano l'ha trasposta nel nostro ordinamento (in specie: art. 51, comma 6 del Codice del Consumo, come novellato appunto a seguito del recepimento della Direttiva Consumatori).

Al riguardo occorre altresì notare che non vi è alcuna disposizione della Direttiva o del Codice del Consumo che possa far escludere che il contratto a distanza possa validamente concludersi nell'ambito di un'unica telefonata, purché siano correttamente osservate le prescrizioni dettate a tutela del consumatore.

L'art. 51, sesto comma, del Codice del Consumo (come modificato dal D.Lgs. 21/2014) conformemente richiede (i) la conferma dell'offerta da parte del professionista e (ii) l'accettazione "per iscritto" dell'offerta da parte del consumatore. Tuttavia, lo stesso sesto comma dell'art. 51 del Codice del Consumo dispone che entrambe le "conferme possono essere effettuate, se il consumatore acconsente, anche su un supporto durevole".

L'art. 51, sesto comma, del Codice del Consumo, non osta alla possibilità di addivenire alla conclusione del contratto già nel corso del primo contatto telefonico fra venditore e consumatore, sia pur a condizione che il consumatore abbia dato il suo consenso a ricevere la conferma del venditore e a registrare la propria



accettazione su supporto durevole, attraverso la registrazione della conversazione telefonica.

Sotto questo profilo, la bozza posta in consultazione appare in contrasto con quanto disposto dalle richiamate regole del Codice del Consumo, che chiaramente consente, con il consenso esplicito del consumatore, che la conferma del consumatore al contratto possa essere "effettuata" anche su supporto durevole. Al riguardo vale la pena di sottolineare che le stesse linee guida adottate dalla Commissione chiaramente muovono dal presupposto che il contratto possa essere validamente concluso al telefono (vedi par. 5.3, pag. 34) e solo ai fini della decorrenza del termine previsto per il recesso, e dunque ai fini dell'art. 51, comma 7, dispone che il modello per il recesso possa essere fornito successivamente al consumatore per es. via mail, precisando che i termini per il recesso decorrano solo dal momento in cui questa comunicazione successiva è stata effettuata.

Per questo motivo, anche su questo importante aspetto la bozza di delibera posta in consultazione è illegittima e, per quanto sopra già rimarcato, certamente del tutto inopportuna.

La deroga al Codice del Consumo sarebbe poi dettata per i soli contratti a distanza conclusi nel settore delle comunicazioni elettroniche, il che costituisce, per come detto, un ulteriore ed autonomo profilo di illegittimità della disposizione de quo.

Si propongono pertanto i seguenti emendamenti alle norme in discussione

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

Comma 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-esprime 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.

ALLEGATO 1

Linee guida per la conclusione telefonica di contratti per la fornitura di beni e servizi di



comunicazioni elettroniche ai Consumatori

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

- a) l'identità dell'operatore e lo scopo commerciale della telefonata;
- b) le generalità o, quantomeno, il codice identificativo dell'incaricato chiamante;
- c) le informazioni elencate all'art. 4 del Regolamento;
- d) 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 del consumatore, su supporto durevole.

2. Se l'utente il consumatore accetta di concludere il contratto, l'operatore ~~invia~~ esprime la conferma della proposta ~~presso l'indirizzo comunicato dal cliente~~. Previo consenso esplicito del consumatore, la conferma può essere ~~inviata~~ espressa anche su supporto durevole, ad esempio ~~registrazione vocale, sms, e-mail, o tramite invio~~ ovvero comunicazione di un link di accesso ad un account privato nella titolarità del cliente finale, sul sito web dell'operatore, contenente le informazioni indirizzate al cliente, a condizione che le medesime informazioni non possano essere rimosse o modificate unilateralmente dall'operatore.

3. Il contratto è vincolante per il consumatore l'utente dal momento in cui questi ~~invia~~ esprime all'operatore la conferma 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 ~~registrazione vocale, 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

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

Comma 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.

Comma 2, lettera a)

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

Comma 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.

Tenuto conto di quanto sopra rappresentato ossia che le disposizioni del Codice del Consumo in materia di contratti a distanza e conclusi fuori dai locali commerciali sono destinate esclusivamente ai consumatori, si ritiene che, anche in coerenza con

quanto previsto dall'articolo 51, comma 6 del medesimo Codice, e come già più sopra precisato in merito all'articolo 3 e relative Linee Guida (Allegato1), il termine "utente" debba essere anche in questo caso sostituito con quello di "consumatore".

In merito al comma 2, lettera a) si ritiene opportuno precisare che le procedure di passaggio ad altro operatore non sempre comportano la definitiva cessazione del rapporto contrattuale in quanto talune procedure di migrazione utilizzate dagli operatori consentono di migrare solo la parte relativa alla fonia e non anche la componente dati (si veda, ad esempio, la procedura di Number Portability Pura – NPP, con la quale viene richiesto all'operatore donating il trasferimento della sola numerazione, restando attiva la risorsa fisica e l'eventuale componente dati dell'offerta).

Si propone, pertanto, il seguente emendamento:

Art. 4, comma 2 lett. a)

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

Quanto all'art. 4, comma 3, in coerenza con quanto già evidenziato in relazione all'art. 3 della bozza di Regolamento, si propongono i seguenti emendamenti:

Art. 4, comma 3

Comma 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 (tramite mail con allegato, ovvero con link di accesso ad un'area web privata, sms, registrazione della telefonata o modulo cartaceo) a sua disposizione, un'apposita 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.

Articolo 5 (Durata del contratto)

Comma 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.

Comma 2

Gli operatori garantiscono, comunque, agli utenti la possibilità di aderire ad almeno un contratto che preveda una durata massima iniziale di dodici mesi.

Comma 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.

Comma 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.

Comma 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.

Osservazioni Vodafone

L'ordinamento italiano, a differenza di quello di altri Paesi Europei ai quali la Direttiva Consumatori è rivolta, e' caratterizzato dalla vigenza della cd. "Legge Bersani" (Legge 2 aprile 2007, n. 40 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, recante misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese"). Di conseguenza, in considerazione del diritto potestativo al recesso dal contratto con semplice preavviso di trenta giorni, non ha alcun senso imporre agli Operatori di offrire ai propri clienti solo contratti a tempo determinato e per di piu' con un primo vincolo di durata non superiore a 24 mesi .

Tale previsione dovrebbe piuttosto essere introdotta come una mera *facoltà* dell'operatore, laddove quest'ultimo decida cioè di valersi anche di contratti *a tempo determinato*, ed in questo caso la regola prospettata avrebbe l'utilità di precisare che il vincolo di durata non potrà comunque essere superiore a 24 mesi.





Ciò non esclude naturalmente la facoltà per gli operatori di disporre di contratti a tempo indeterminato con particolari vincoli di durata legati a specifici benefici tariffari a vantaggio dei clienti o all'acquisto di *device*, per i quali e' prevista la specifica disposizione di cui al comma 5.

E' infatti opportuno fare una distinzione tra la durata relativa al contratto di comunicazione concluso con il consumatore e quella inerente a specifiche "offerte commerciali".

Le Condizioni Generali di Contratto Vodafone, mondo Consumer prevedono, infatti, per tutti i clienti, una durata indeterminata, riferendosi con ciò ad un rapporto continuativo che si interrompe solo nel momento in cui il cliente invia una richiesta di recesso o di trasferimento ad altro operatore (peraltro, come ben noto, *ad nutum*). A tale rapporto contrattuale a tempo indeterminato si può sovrapporre un vincolo di permanenza legato ad una particolare offerta commerciale alla quale il consumatore abbia specificamente aderito, e che può prevedere un vincolo temporale (ad esempio di 12/24 mesi) correlato sinallagmaticamente alle specifiche e vantaggiose condizioni economiche offerte dall'operatore. Il mercato è largamente popolato di questa tipologia di offerte "speciali" che peraltro sono a tutto vantaggio del consumatore (che altrimenti dovrebbe ad es. corrispondere in anticipo e in un'unica soluzione l'ingente costo di acquisto dello *smartphone* che invece viene, in questo modo, almeno parzialmente sussidiato).

Per meglio comprendere tale importante distinzione, si evidenzia che alla scadenza del vincolo temporale legato alla particolare offerta commerciale richiesta dal cliente, il contratto concluso da quest'ultimo non viene automaticamente meno, ma rimane in vigore con l'offerta commerciale di base, salvo ovviamente il diritto di recesso che il consumatore puo' esercitare un qualunque momento con semplice preavviso di trenta giorni. D'altronde non potrebbe essere fornita un'interpretazione diversa su tale punto, in quanto ciò comporterebbe l'obbligo per l'operatore di cessare il contratto del cliente alla scadenza del vincolo, disattivando il servizio e cessando, ad esempio, la numerazione di cui lo stesso è titolare, ciò che comporterebbe significativi e del tutto inutili pregiudizi per l'utente). Il tale direzione va interpretato anche il 2 comma dell'articolo in commento che va eliminato in

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page.

quanto la previsione legale di un diritto di recesso ad nutum (previsto dalla Legge Bersani) è espressione di una più ampia tutela accordata agli utenti di conseguenza ciò fa venir meno la stessa logica sottesa all'obbligo di garantire un'offerta a tempo determinato.

Si deve pertanto ritenere che, in assenza di nuovi interventi legislativi di rango primario che incidano sul contenuto ovvero sulla vigenza stessa della Legge Bersani, il consumatore possa recedere dal contratto in qualsiasi momento, sostenendo i costi giustificati dell'operatore, oltre ai corrispettivi per recesso anticipato, stabiliti sinallagmaticamente ed espressamente accettati in caso di accesso ad offerte commerciali specifiche recanti particolari benefici tariffari (e/o le rate restanti dei terminali il cui acquisto sia stato sussidiato).

Per quanto riguarda la previsione di cui al comma 3 dell'art. 5 (che stabilisce che gli utenti possano chiedere la cessazione o passare ad altro operatore senza oneri o spese al termine del periodo di impegno iniziale) e' in contrasto con la citata legge Bersani, tra l'altro fonte primaria rispetto all'emanando Regolamento che ha inteso riconoscere il diritto dell'Operatore di recuperare i costi connessi all'interruzione del rapporto contrattuale. La stessa AGCOM sostiene che gli unici importi ammessi in caso di recesso sono quelli "giustificati" da costi degli Operatori e richiama le spese per cui "sia dimostrabile un pertinente e correlato costo sopportato per procedere alla disattivazione o al trasferimento [...] secondo criteri di causalità/strumentalità dei costi/ricavi" (Cfr. Linee Guida della Direzione Tutela dei Consumatori per la vigilanza sull'attuazione della Legge n. 40/07, del 28 giugno 2007, in G.U. n. 161 del 13 luglio 2007, punto 6).

Tali spese, pertinenti e correlate, proprio perché direttamente connesse all'interruzione del rapporto contrattuale, sono dovute tutte le volte in cui l'utente receda dal contratto a prescindere dalla sua durata iniziale, da eventuali successivi rinnovi e a prescindere dal momento in cui il recesso è richiesto.

Si osservi, inoltre, che in materia di recesso il Legislatore, come meglio precisato all'articolo 1, comma 4, della Legge Bersani, ha inteso attribuire all'AGCOM un mero potere di vigilanza e sanzionatorio sulla corretta attuazione della disciplina e non



anche poteri regolamentari (“L’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni vigila sull’attuazione delle disposizioni di cui al presente articolo e stabilisce le modalità attuative delle disposizioni di cui al comma 2. La violazione delle disposizioni di cui ai commi 1, 2 e 3 e’ sanzionata dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni applicando l’art. 98 del codice delle comunicazioni elettroniche”).

Le disposizioni in esame (commi 1, 2 e 3) vanno dunque ben al di là di quanto previsto dal Legislatore, contrastando con il principio di gerarchia delle fonti. Considerato che l’articolo 1, comma 3, della Legge Bersani - che riconosce la corresponsione agli Operatori di tutte le spese giustificate sostenute in virtù del recesso indipendentemente dal momento in cui quest’ultimo viene esercitato - è norma di rango primario, l’introduzione di un limite temporale, che riconosce la corresponsione di tali spese esclusivamente nei casi in cui il recesso avvenga prima della scadenza iniziale del contratto, determina un’illegittima restrizione dell’ambito oggettivo di applicazione della norma primaria ad opera di una fonte di rango secondario, aggravato dall’assenza di uno specifico potere regolatorio in merito⁷.

Si chiede altresì di eliminare il comma 4 dell’articolo in esame, nella parte relativa alla necessità di avvisare i clienti dell’approssimarsi del termine per comunicare la disdetta, visto il diritto del cliente di recedere liberamente in qualsiasi momento senza penali.

Si osserva, infine, che deve essere facoltà dell’operatore, e non del cliente come indicato nel comma 5, scegliere di addebitare in un’unica soluzione le rate residue per l’acquisto degli apparati.

Art. 5 Durata del contratto - Emendamenti proposti da Vodafone:

Comma 1

I contratti a tempo determinato conclusi tra operatori e consumatori che riguardano la fornitura di servizi di comunicazione elettronica non possono prevedere offerte commerciali con ~~imporre~~ un primo periodo di impegno iniziale superiore a ventiquattro mesi.

~~Comma 2~~

⁷ Si rammenta in ogni caso che, anche nell’ipotesi in cui, nonostante quanto più sopra precisato, l’Autorità vietasse l’applicazione di “oneri o spese” al cliente che recede al termine del vincolo contrattuale, debbano rimanere comunque salvi i costi wholesale che ogni operatore è tenuto a corrispondere a Telecom Italia al momento della disattivazione del servizio al cliente.

Gli operatori garantiscono, comunque, agli utenti la possibilità di aderire ad almeno contratto che preveda una durata massima iniziale di dodici mesi.

Comma 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 **che non siano giustificate**, comunicando la propria disdetta.*

Comma 4

I contratti a tempo determinato conclusi tra operatori e Consumatori ~~e 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~~.

Comma 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 **delle offerte relative al contratto principale**, afferente alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche. Gli operatori ~~garantiscono ai propri clienti la facoltà~~ **si riservano la facoltà**, in caso di **disdetta recesso dal del contratto principale**, di addebitare ai propri clienti in un'unica soluzione le rate residue per l'acquisto degli apparati, senza alcun costo ulteriore, specificandone l'importo nel contratto.*

Articolo 6 – Modifica delle condizioni contrattuali – testo proposto

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.

Osservazioni di Vodafone

Per quanto riguarda le "condizioni previste nel contratto" che possono in seguito giustificare eventuali modifiche contrattuali, si ritiene che tale condizioni debbano poter essere individuate in via generica – ed è ciò che di norma è previsto nelle condizioni generali di contratto – e che debbano 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 concorrenziale, quali sono quelli dei servizi di comunicazioni elettroniche. Non può, pertanto, essere confermata la previsione posta in consultazione, perché questo altererebbe sensibilmente l'autonomia degli operatori.

Inoltre, mentre appare comprensibile 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, la scrivente Società ritiene, tuttavia, che le modalità di comunicazione previste nel Regolamento come specificate nell'allegato 2, siano da rivedere sotto 2 profili. In primo luogo, un eventuale standard di comunicazione non può che essere individuato come ipotesi raccomandata, non certo imposta, intanto perché limiterebbe eccessivamente l'autonomia dell'operatore, e poi perché sotto il profilo della proporzionalità non necessariamente ogni modifica da annunciare (ve ne possono essere anche diverse nel corso di un anno) comporta lo stesso livello di attenzione richiesto, e dunque vi deve essere la possibilità di differenziare tali comunicazioni. E', infatti, importante che le modalità di comunicazione siano graduate rispetto alla rilevanza delle modifiche contrattuali e agli impatti della rimodulazione tariffaria. Non è accettabile che qualunque modifica contrattuale venga trattata allo stesso modo.

In secondo luogo, andando nel merito della proposta, che – ribadiamo – va intesa come ipotesi suggerita dall’Autorità (e la cui corrispondenza determinerebbe automaticamente una situazione di *compliance*), essa va limitata eventualmente alle carte SIM prepagate, escludendo pertanto gli abbonamenti, posto che tali tipologie contrattuali non hanno mai posto particolari criticità, considerata la fluidità di comunicazione resa possibile dall’invio postale e in bolletta. Senza considerare che in tutti i settori, fra questi le cd *public utilities*, lo standard è analogo, e quindi non si comprende quale sia la ragione di intervenire con norme regolamentari ad hoc.

In coerenza con quanto affermato sopra, va altresì precisato che le linee guida saranno tendenzialmente applicabili esclusivamente quando le modifiche delle condizioni di offerta saranno sostanziali e comportino ad esempio aumenti di prezzo dei piani tariffari.

Stessa premessa dovrebbe pertanto valere per la pubblicazione sul sito. A tal proposito, si ritiene che l’informativa sulle modifiche da riportare nel sito degli operatori, debba puntare non nell’*home page* ma a distanza di una pagina, con indicazione sull’*home page* della sezione consumatori dove sarà contenuta, e ciò perché in genere i siti sono costruiti per informazioni commerciali riguardanti tipologie di clienti diversi e i consumatori, per la gestione dei contratti in essere, sono usi accedere alla pagine personali ovvero alla sezione dedicata. Con particolare riferimento a Vodafone, nei *footer* dell’*home page*, www.vodafone.it, vi è una sezione specifica denominata appunto “Per il Consumatore”. Si ritiene al riguardo che le operazioni di modifica tariffaria, possano senz’altro essere pubblicate nell’area *novita’*, eventualmente ridenominata, presente nella sezione “Per il Consumatore”

Di seguito le schermate rilevanti.



Fig. 1 – home page del sito Vodafone

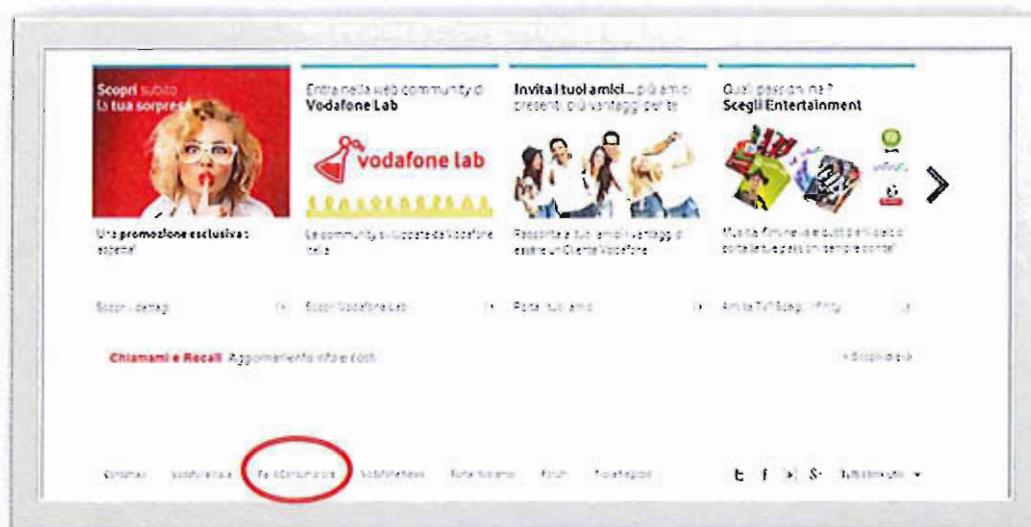


Fig. 2 Footer Home page – con Link per raggiungere Area “Per il Consumatore”

Fig. 3 Area Per il Consumatore sezione Novità



Si ritiene inoltre che l'informativa sul diritto di recesso di cui al punto 4 dell'allegato 2, nel testo proposto non possa essere in tutti i suoi dettagli inviata tramite SMS tenuto conto fra l'altro del limite di 160 caratteri, e che tale dettaglio possa essere fornito attraverso gli altri canali che consentono maggior dettaglio.

L'SMS potrà pertanto contenere solo un generico riferimento al diritto di recesso gratuito. 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.

Piuttosto, il modello suggerito dall'Autorità potrebbe indicare, nell'ambito del SMS, l'eventuale opportunità di inserire un link ad una pagina internet, ovvero ad un risponditore automatico (IVR) attraverso cui dare al cliente un'informativa completa rispetto all'operazione di modifica contrattuale. Fra l'altro ciò corrisponde, come noto, alla prassi ormai consolidata nel settore.

Appare inoltre di complessa attuazione la previsione circa l'indicazione del giorno esatto entro il quale il Cliente può esercitare il recesso gratuito: se in alcuni

casi, infatti, questo è facilmente realizzabile, in altri, che possono dipendere dai fattori più svariati, diventa molto complesso. Posto che potranno pertanto esservi regimi di favore per il cliente qualora il termine per il recesso sarà esteso oltre i 30 giorni, (quando non sia indicata la data-limite) riteniamo più che sufficiente la garanzia del rispetto del termine legale attraverso l'indicazione dei 30 giorni dalla ricezione dell'SMS (ricezione che sarà comunque tracciata nel messaggio stesso).

Si propongono pertanto i seguenti emendamenti:

Art. 6

Comma 1

Gli operatori non possono modificare le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del servizio da fornire, se non nelle ipotesi e alle condizioni previste dalla legge e stabilite nelle ipotesi ed e nel contratto medesimo ovvero nel caso in cui tali modifiche siano esclusivamente a vantaggio dell'utente finale.

Comma 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~~ costi di disattivazione 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 ove possibile le condizioni previgenti alla modifica. Qualora l'operatore nel caso sia responsabile del ritardo e non sia in grado di impedire l'applicazione delle modifiche contrattuali, dovrà adottare adeguate politiche per poter ristorare l'utente.

Allegato 2 Standard raccomandato per le rimodulazioni del piano telefonico

Comma 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 ~~e 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 in una sezione accessibile tramite home page del proprio sito web, oltre che aggiornando i diversi punti di contatto (negozi, customer care, risponditori automatici, pagine 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, ove necessario, 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 entro 30 giorni, 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".~~

Si propone altresì di prevedere quale ipotesi di testo standard di SMS da inviare ai clienti prepagati il seguente:

"Modifica condizioni di contratto: [eventuale descrizione], per le info e recesso gratis chiama l'IVR XXX (o vai sul sito web XXX)"

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.*

Osservazioni Vodafone

Si ritiene opportuno che il testo dell'art. 7, comma 1, sia in linea con quanto già indicato nell'articolo 5, comma 1 della Regolamento in materia di procedure di risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche ed utenti, approvato con delibera n. 173/07 CONS, laddove appunto è previsto che la limitazione della sospensione al solo servizio interessato dal mancato pagamento operi "per quanto tecnicamente fattibile".

Proposte di emendamento

Articolo 7. Mancato o ritardato pagamento di singoli servizi di comunicazioni elettroniche:

3. *In caso di mancato o ritardato pagamento di un singolo servizio, oggetto del contratto, l'operatore per quanto tecnicamente fattibile 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.

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.

Articolo 10 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, 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.

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 sproporzionale 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 pre validazione 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 strumento di autodisciplina e che, per questo, il Codice di condotta si limiti al più' 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. 10 – 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, promuove l'adozione di codici di condotta, con il coinvolgimento delle associazioni di consumatori rappresentative a livello nazionale che prevadono:

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.

Vodafone infine ritiene che l'eventuale nuova disciplina sui contratti conclusi a distanza o fuori dai locali commerciali dettata dal presente Regolamento debba trovare applicazione esclusivamente in relazione ai contratti acquisiti tramite contatto outbound. Si richiede pertanto di limitare l'ambito oggettivo di applicazione del Regolamento a questa tipologia di contratto e che di questa limitazione venga fatta menzione nel testo finale del Regolamento.

La scelta di escludere tali categorie di contratti è giustificata dalla particolare modalità di conclusione degli stessi, caratterizzata, diversamente dai contratti outbound, da una manifestazione proattiva del cliente e non da un'iniziativa dell'operatore. In tali ipotesi non sussiste, pertanto, la necessità di prevedere una disciplina ed un conseguente processo ancor più tutelante per il cliente.



Si fa infine presente che le disposizioni riportate nel presente Regolamento comporteranno notevoli impatti sui processi aziendali, si richiede pertanto che l'implementazione delle modifiche necessarie all'adeguamento alla nuova normativa preveda un termine non inferiore ad 12 mesi dalla pubblicazione della Delibera finale.