



DELIBERA N. 84/25/CONS

DIFFIDA ALLA SOCIETÀ FASTWEB S.P.A. AL RISPETTO DEGLI OBBLIGHI PREVISTI DAL CODICE DI CONDOTTA ALLEGATO ALLA DELIBERA N. 197/23/CONS PER ATTIVITÀ DI *TELESELLING* E *TELEMARKETING*

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 19 marzo 2025;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*” (di seguito, Autorità);

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 recante il “*Codice delle comunicazioni elettroniche*”, come modificato, da ultimo, dalla legge 16 dicembre 2024, n. 193, recante “*Legge annuale per il mercato e la concorrenza 2023*”;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 58/25/CONS, del 6 marzo 2025;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014, e, in particolare, l’Allegato A, recante “*Testo del Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*” (di seguito “Regolamento”), come modificato, da ultimo, dalla delibera n. 286/23/CONS, dell’8 novembre 2023 e l’allegato 1 in calce al Regolamento stesso recante “*Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori*”;

VISTA la delibera n. 401/10/CONS, del 22 luglio 2010, recante “*Disciplina dei tempi dei procedimenti*”, come modificata dalla delibera n. 118/14/CONS;

VISTA la delibera n. 197/23/CONS, del 26 luglio 2023, recante “*Approvazione del Codice di condotta di cui alla delibera n. 420/20/CONS sulle attività di teleselling e telemarketing avuto riguardo agli obblighi a tutela degli utenti finali derivanti dal Codice delle comunicazioni elettroniche e dalle delibere dell’Autorità*”;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Le segnalazioni degli utenti e le richieste istruttorie 2
2. Il Codice di Condotta dell’Autorità inerente alle modalità di svolgimento delle attività di *teleselling* e *telemarketing* 9
3. Valutazioni conclusive dell’Autorità 11

1. Le segnalazioni degli utenti e le richieste istruttorie

Con nota pervenuta in data 8 gennaio 2025, un utente ha riferito di essere stato contattato da un *call center* operante in nome della società Fastweb S.p.A. (di seguito la “Società” o “Fastweb”) per attività di *teleselling* finalizzate al cambio di operatore, attività effettuate in violazione della normativa vigente in materia.

Nella segnalazione, il segnalante ha dichiarato che in data 28 novembre 2024 riceveva una chiamata dal numero 02.(*omissis*) (numero “... non richiamabile in quanto *inesistente*” e non registrato al ROC”) sull’utenza n. 349. (*omissis*) (“... abbinata a una partita IVA”) iscritta nel Registro pubblico delle opposizioni. La chiamata recava un messaggio registrato che proponeva un’offerta “Fastweb (*omissis*)”. Per aderire all’offerta l’utente avrebbe dovuto accettare di essere ricontattato, circostanza che avveniva attraverso una chiamata dal numero 333. (*omissis*) da parte di un’operatrice che dichiarava il proprio nome. Il segnalante ha riferito, altresì, che la numerazione utilizzata non risultava iscritta al ROC, ma era richiamabile. A seguito di richiesta del segnalante, l’operatrice provvedeva a inviare una *e-mail* dall’indirizzo *microsite_1@agenziaFastweb.it*, contenente le informazioni che illustravano l’offerta. All’esito dello scambio di informazioni, il segnalante decideva di non aderire all’offerta formulata.

A seguito del contatto sopra descritto, il segnalante si rivolgeva a Fastweb in qualità di operatore e alla società Microsite S.r.l. (di seguito “Microsite”) in qualità di *partner* commerciale che svolgeva attività di *teleselling* per Fastweb stessa, chiedendo chiarimenti in merito alla chiamata ricevuta sul “...numero registrato presso il Registro Pubblico delle Opposizioni e veicolata attraverso una numerazione presumibilmente “spoofing” 02.(*omissis*)”.

In particolare, il segnalante metteva in evidenza criticità dovute alla mancata dichiarazione al ROC dei numeri utilizzati da Microsite e alla non corretta creazione della lista dei contatti da chiamare per la campagna di *teleselling*, nonostante l’adesione di Fastweb, in favore della quale Microsite avrebbe dovuto attivare i contratti per la fornitura di servizi di comunicazione elettronica, al Codice di condotta sulle attività di *telemarketing* allegato alla delibera n. 197/23/CONS.

In data 11 dicembre 2024, Fastweb forniva riscontro al segnalante, riferendo di aver verificato che Microsite “...che per noi svolge attività di *proposizione commerciale*” aveva “*omesso di effettuare alcuni dei controlli previsti dalle policy adottate da Fastweb*” con riferimento alla mancata verifica dell’iscrizione nel Registro delle Opposizioni della numerazione destinataria della chiamata per vendita telefonica. È risultata anche la mancata iscrizione al ROC dei numeri utilizzati per le chiamate commerciali.

In data 12 dicembre 2024, il segnalante inviava una nuova richiesta di chiarimenti a Fastweb, insistendo per avere ulteriori chiarimenti in merito alle numerazioni utilizzate per il contatto commerciale effettuato da Microsite per conto di Fastweb (nello specifico, 02(*omissis*), 320(*omissis*) e 333(*omissis*)).

A questa comunicazione seguiva ulteriore riscontro di Fastweb nel quale la Società confermava che “320(*omissis*) è una numerazione della società Microsite (quindi non interessata da “spoofing) e vi comunichiamo che nel frattempo è stata iscritta al ROC. Per quanto riguarda le altre due numerazioni, dalle verifiche condotte nei limiti dei poteri di Fastweb, emerge che le stesse non sono in uso a Fastweb o a sue strutture autorizzate”.

All’esito dello scambio di informazioni avvenuto con Fastweb, il segnalante chiedeva all’Autorità di verificare le modalità di formazione delle liste di utenti contattabili per le campagne di *telemarketing* e *teleselling* gestite da Microsite per conto di Fastweb, nonché di effettuare verifiche sui numeri chiamanti utilizzati da Microsite per conto di Fastweb.

Al fine di verificare il rispetto della normativa di settore a tutela dell’utenza finale, **con una prima nota del 13 gennaio 2025**, prot. n. 0008071, la Direzione tutela dei consumatori ha chiesto a Fastweb di:

a) confermare eventuali rapporti contrattuali (esistenti o esistiti in passato) con Microsite e di confermare, in caso di esistenza del rapporto contrattuale, se la suddetta Società ha aderito al Codice di condotta approvato dall’Autorità, fornendone prova documentata;

b) fornire la documentazione contrattuale riportante le clausole contrattuali eventualmente concordate (oggetto del contratto, durata, modalità di esecuzione delle campagne, altro);

c) conoscere se Fastweb ha posto in essere tutte le verifiche dettagliate nel Codice di condotta per le attività di call center fornendo adeguata documentazione;

d) chiarire se il numero dell’utente segnalante è stato acquisito sulla base di un numero fornito da Fastweb o da Microsite e la modalità di reperimento del numero suddetto;

e) ricevere la lista dei contratti sottoscritti attraverso campagne di *teleselling* svolte su incarico di Fastweb o di suoi *partner* commerciali da parte della suddetta Microsite nel corso del mese di dicembre 2024, indicando la modalità di reperimento dei numeri contattati e fornendo i numeri di telefono dei clienti contraenti;

f) verificare se le numerazioni 02(*omissis*), 320(*omissis*) e 333(*omissis*) siano autorizzate da Fastweb.

Con nota acquisita in data 29 gennaio 2025 con prot. n. 0023682, Fastweb ha rappresentato quanto segue.

In via preliminare, Fastweb ha confermato l’esistenza di un rapporto contrattuale con Microsite e ha allegato copia del contratto di agenzia sottoscritto nel mese di ottobre 2024, contratto aggiornato nel contenuto per recepire gli *standard* introdotti con i Codici di Condotta adottati dal Garante *Privacy* e dall’Autorità - e tuttora in corso di validità.

Con riferimento all’adesione di Microsite al Codice di condotta, Fastweb ha precisato che Microsite si è impegnata a rispettare, nello svolgimento della propria attività di

procacciamento tramite trattative telefoniche, le previsioni normative e regolamentari relative al corretto svolgimento delle attività di *teleselling* e *telemarketing* e che sta completando la procedura, tuttora in corso, di adesione al Codice di condotta dell’Autorità, a conclusione della quale fornirà conferma del buon esito della stessa e relativa documentazione a supporto.

In merito al sistema di verifiche implementato da Fastweb per garantire il rispetto delle prescrizioni previste dal paragrafo 5.2 del Codice di condotta, la Società ha riferito di aver migliorato “... *nel corso degli anni, anche a seguito di alcuni provvedimenti del Garante Privacy, il proprio sistema di controllo sui contratti acquisiti dalla propria rete di vendita. L’obiettivo è quello di garantire l’adozione di un sistema di controllo (omissis)*”, funzionale a prevenire l’attivazione di contratti frutto di contatti “illeciti” o “non conformi alle best practice”. Nel tentativo di rendere effettive le misure preventive di controllo, nel corso degli anni Fastweb (*omissis*), “regolando al contempo in maniera puntuale le modalità con le quali i contatti a distanza devono avvenire”.

In primo luogo, Fastweb ha privilegiato una modalità centralizzata di acquisizione delle liste di potenziali soggetti da contattare, in modo tale da poter verificare che i contatti ivi contenuti rispettino le norme in tema di trattamento dei dati personali e liceità dell’acquisizione. Fastweb verifica, pertanto, “che siano state fornite idonee informative privacy, siano stati rilasciati consensi idonei, anche all’eventuale cessione e, non ultimo, che i numeri non siano iscritti al RPO. In merito a tale punto si fa presente che, al fine di garantire che le attività promozionali telefoniche siano svolte in maniera lecita e corretta, Fastweb svolge ogni anno più di (*omissis*) di lavaggi presso il RPO. Nel residuale caso in cui partner commerciali siano autorizzati all’utilizzo di liste di contatto proprie, i suddetti controlli vengono svolti da Fastweb anche sulle liste autonomamente acquisite dai partner”.

Fastweb ha aggiunto che, prima dell’avvio di ogni campagna promozionale, obbliga i propri *partner* a comunicare preventivamente i numeri tramite i quali svolgeranno i contatti commerciali verso i potenziali clienti, al fine di verificarne, in primo luogo l’iscrizione al ROC oltre alla richiamabilità e titolarità.

All’esito dello svolgimento dei contatti telefonici e dell’eventuale sottoscrizione del contratto, i *partner* sono tenuti a trasmettere a Fastweb le informazioni in merito ai contatti effettuati al fine di consentire a quest’ultima di poterne verificare la corretta acquisizione prima dell’effettiva attivazione del servizio.

L’impianto preventivo di controlli è integrato, quindi, con verifiche *a posteriori* sull’acquisito, al fine di verificare la presenza di così detti numeri chiamati fuori lista, sintomo di una potenziale chiamata non autorizzata, o di numeri chiamanti non autorizzati. Fastweb ha previsto, infine, un sistema di penali da applicare ai propri *partner*, in caso di comportamenti non corretti e accertata violazione di quanto previsto dal contratto.

La Società ha dichiarato, inoltre, che Microsite è un *partner* attivo per la vendita di servizi Fastweb a potenziali clienti B2B. (*omissis*).

Ciò premesso, la Società ha rimarcato che il contratto descrive nel dettaglio le procedure e gli strumenti di controllo predisposti da Fastweb affinché tutte le prescrizioni previste dal Codice di condotta dell’Autorità siano correttamente rispettate dai propri *partner* commerciali, individuando, altresì, esplicithe penali nel caso di violazione di tali prescrizioni nello svolgimento delle attività di *teleselling* e *telemarketing*.

Con riferimento alle modalità di acquisizione e reperimento del numero dell’utente segnalante, Fastweb ha rappresentato che *“Le verifiche effettuate hanno confermato che il numero mobile dell’utente segnalante, ossia il 349(omissis) contattato da Microsite S.r.l., non è presente in alcuna delle liste di numerazioni autorizzate per contatti con finalità commerciali messe a disposizione da Fastweb ai propri partner commerciali. Si fa presente, inoltre, che non è stata rilasciata alcuna autorizzazione da Fastweb a Microsite S.r.l. all’utilizzo di liste proprie del partner nelle quali fosse presente il numero in esame”*.

A tal proposito, Fastweb ha prodotto documentazione fornita da Microsite attestante l’avvenuta acquisizione del consenso da parte dell’utente a essere contattato per finalità commerciali (l’indirizzo IP, l’*hostname* e il *timestamp* generati a sistema nel momento dell’acquisizione del consenso avvenuta in data (omissis)).

Con riferimento alle liste di contratti conclusi, Fastweb ha allegato la documentazione richiesta, dalla quale si evince che Microsite, nel mese di dicembre 2024, ha concluso complessivamente (omissis) contratti (di cui 3 (omissis)) attraverso campagne di *teleselling*.

Per quanto concerne le numerazioni riportate nella segnalazione, Fastweb ha riferito che *“delle 3 numerazioni indicate dal segnalante, utilizzate da Microsite S.r.l. per i contatti commerciali effettuati, nessuna risulta essere stata autorizzata da Fastweb. Nel corso degli approfondimenti svolti, Microsite S.r.l. ha confermato di aver intestato solo il numero 320(omissis), utilizzato unicamente per comunicazioni tramite Whatsapp ed iscritto al registro degli operatori di comunicazione in data 4.12.2024, con numero identificativo pratica (omissis) e riferimento portale (omissis)”*.

Nel riscontro fornito, Fastweb ha ribadito che *“il processo implementato da Fastweb, con l’obiettivo di monitorare l’attività di vendita a distanza dei propri partner commerciali prevede sia una verifica a monte, tramite la trasmissione e condivisione da parte del partner delle liste di numerazioni che intende utilizzare per future campagne di teleselling, con evidenza della loro iscrizione al ROC, sia una verifica preventiva sulle liste di utenti da contattare (acquisita direttamente da Fastweb o previamente autorizzata da quest’ultima, qualora acquisita dal partner)*.

L’impianto di controlli preventivo è integrato da verifiche a posteriori al fine di verificare la presenza di eventuali numeri chiamati fuori lista, sintomo di una potenziale chiamata non autorizzata, o di numeri chiamanti non autorizzati.

In caso si identifichino comportamenti non corretti, Fastweb agisce mediante penali verso le proprie strutture.



Nell'eventualità in cui, come nel caso in esame, il partner commerciale non condivide preventivamente tali informazioni, le verifiche strutturali svolte da parte di Fastweb, andando a ricontattare tutti gli utenti finali, consentono di far emergere i casi in cui gli stessi siano stati procacciati tramite numerazioni non autorizzate né iscritte al ROC, ovvero senza che il partner abbia preventivamente fornito a Fastweb le informazioni necessarie e previste prima di procedere al contatto, verificando altresì l'effettiva volontà del cliente di procedere all'attivazione del servizio”.

Fastweb ha, infine, specificato di aver applicato alcune penali a Microsite a esito delle prime verifiche svolte a seguito della segnalazione in esame, per irregolarità accertate nello svolgimento delle suddette attività (tra cui l'utilizzo di numerazioni non preventivamente iscritte al ROC) e che sono ancora in corso “*le verifiche per valutare eventuali ulteriori violazioni e inadempimenti alla normativa e alle clausole contrattuali da parte di Microsite a valle delle quali si riserva di integrare, ove ne ricorrano i presupposti, le penali previste dal contratto*” - e che provvederà – se del caso – a risolvere il rapporto contrattuale in essere.

Con una seconda nota del 18 febbraio 2025, prot. n. 0041415, l'Autorità ha chiesto ulteriori informazioni e documenti a integrazione di quanto già riscontrato da Fastweb.

Si è chiesto, in particolare, di precisare se:

- con riferimento alla campagna promozionale avvenuta nel mese di dicembre 2024, la lista di potenziali soggetti da contattare, incluso il numero 349(*omissis*), è stata fornita da Fastweb o dalla società Microsite, allegando la documentazione necessaria a verificare la provenienza delle liste;
- nel caso in cui la lista di utenti da contattare sia stata fornita da Microsite, Fastweb abbia formalmente autorizzato l'utilizzo di suddetta lista, allegando la documentazione necessaria a verificare l'avvenuta autorizzazione;
- all'esito dello svolgimento dei contatti telefonici e delle sottoscrizioni dei (*omissis*) contratti già comunicati all'Autorità, Microsite ha trasmesso a Fastweb le informazioni necessarie alla verifica della corretta acquisizione prima dell'effettiva attivazione del servizio;
- Fastweb ha effettuato, e con quali modalità, la verifica della suddetta corretta acquisizione dei (*omissis*) nuovi clienti di cui sopra, allegando ogni documentazione utile a verificare dette modalità (data del controllo, esito della verifica e *verbal order*);
- all'esito delle verifiche *a posteriori* sull'acquisito, è emersa, con riferimento a campagne promozionali realizzate da Microsite o da altri Partner commerciali a far data dal 1° marzo 2024, “*la presenza di così detti numeri chiamati fuori lista, sintomo di una potenziale chiamata non autorizzata, o di numeri chiamanti non autorizzati*”;



Con nota acquisita in data 21 febbraio 2025, prot. n. 0046166, Fastweb ha comunicato che:

- la campagna promozionale avvenuta nel mese di dicembre 2024 è stata realizzata con contatti reperiti in modalità “*mista*”. Fastweb ha fornito a Microsite una lista di recapiti di utenti *business* già attivi in *customer base* da contattare (campagna di c.d. *upselling*) in cui non risulta il numero 349(*omissis*). In riscontro ai chiarimenti richiesti, Microsite ha comunicato di aver utilizzato, nell’ambito della medesima campagna promozionale, anche una lista di numerazioni contattabili acquisite autonomamente tramite il proprio portale www.azienda-fibra.it. In tale lista, fornita da Microsite, non è presente la numerazione 349(*omissis*). La lista di potenziali numerazioni contattabili, utilizzata da Microsite per la campagna di nuove adesioni svolta nel mese di dicembre 2024, è stata da quest’ultima acquisita tramite una iniziativa di c.d. *lead generation*, attraverso il proprio portale www.azienda-fibra.it¹. L’iniziativa in esame - come, da procedura, iniziative analoghe effettuate da altri *partner* commerciali - è stata preventivamente autorizzata da Fastweb, a esito dell’attività di verifica svolta dalla società (*omissis*), consulente esterno che in queste specifiche circostanze garantisce la conformità alla normativa vigente nello svolgimento delle attività di *teleselling* da parte dei propri *partner* commerciali. La conformità alla normativa dell’iniziativa di *lead generation* in esame è stata confermata da (*omissis*) in data 15 dicembre 2023, a valle della valutazione della documentazione richiesta a Microsite e da quest’ultima fornita;
- dei (*omissis*) contratti sottoscritti nel mese di dicembre 2024, 3 sono stati finalizzati utilizzando le anagrafiche fornite da Fastweb relative ad utenti *business* già attivi in *customer base* contattati nell’ambito della campagna di c.d. *upselling*. Di conseguenza, per tali contratti non è stata richiesto a Microsite la trasmissione di alcuna ulteriore informazione, essendo le stesse già in possesso di Fastweb. I restanti (*omissis*) contratti sono stati stipulati utilizzando i dati acquisiti da Microsite tramite l’iniziativa di *lead generation* autorizzata da Fastweb, previa verifica di una serie di informazioni atte a confermare che l’acquisizione dei dati e dei consensi degli utenti ai fini della sottoscrizione del contratto fosse correttamente avvenuta nell’ambito di tale specifica iniziativa, tra le quali: *id_lead*; numero utente; codice iniziativa; data raccolta consenso; *ip address*; valore consenso. Fastweb ha fornito la documentazione prodotta da Microsite relativamente ai log di acquisizione e la relativa sintesi.
- le misure *ex post* adottate da Fastweb per verificare la corretta acquisizione dei clienti contrattualizzati nell’ambito di campagne promozionali svolte da propri *partner* commerciali, utilizzando liste di numerazioni contattabili raccolte

¹ Ci si riferisce con tale termine al processo che consiste nell’acquisire l’interesse di potenziali clienti - e, di conseguenza, i dati di contatto e relativi consensi per lo svolgimento di attività di *teleselling* - per trasformarlo in transazioni di vendita.



tramite iniziative di *lead generation*, prevedono: 1) la verifica della conformità dell'acquisizione dei dati con l'iniziativa di *lead generation* preventivamente comunicata dal *partner* e autorizzata da Fastweb; 2) ricontatti a campione nei confronti dei sottoscrittori dei contratti per avere conferma dell'origine e della corretta acquisizione dei dati utilizzati dal *partner* commerciale per lo svolgimento dell'attività di *teleselling*; 3) svolgimento di una *check call* in modalità digitale nei confronti di tutti i clienti acquisiti tramite la procedura sopra descritta, per una ulteriore verifica, successiva all'inserimento del contratto sui sistemi Fastweb. Nell'eventualità in cui la *check call* dovesse restituire esito negativo (i.e. per impossibilità a contattare il cliente o incompletezza/incongruenza dei dati del cliente), è sempre previsto un contatto telefonico da parte di un operatore;

- la procedura di controllo implementata da Fastweb al fine di garantire il corretto svolgimento delle attività di *teleselling* e, di conseguenza, la corretta acquisizione dei clienti tramite tale canale, ha fatto sì che dal mese di marzo 2024 a oggi solo (*omissis*) contratti acquisiti da *partner* commerciali diversi da Microsite siano stati apparentemente stipulati utilizzando numerazioni non autorizzate in precedenza, ossia fuori lista. Le verifiche e gli approfondimenti svolti hanno tuttavia confermato che tutti e (*omissis*) i casi in esame sono stati conseguenza di errori tecnici, senza alcun profilo di illiceità. Nello specifico, Fastweb ha riportato che per (*omissis*) dei (*omissis*) casi si è verificato un problema tecnico sul portale utilizzato per il trasferimento dei dati dal *partner* commerciale ai sistemi Fastweb, con conseguente mancata validazione delle anagrafiche dei clienti acquisiti. Da successive verifiche, infatti, è emerso che le anagrafiche utilizzate per la sottoscrizione dei contratti fossero state correttamente acquisite tramite un'iniziativa di *lead generation* preventivamente comunicata e autorizzata da Fastweb. A riprova di ciò, il *partner* ha fornito a Fastweb i *log* di acquisizione, dimostrando la liceità del trattamento effettuato. Per (*omissis*) caso si è invece verificato un errore manuale commesso al momento dell'indicazione della data di acquisizione del numero utilizzato per il contatto telefonico che ha consentito la sottoscrizione del contratto: il *partner* commerciale ha erroneamente indicato una data di acquisizione della numerazione antecedente alla data di autorizzazione della relativa iniziativa di *lead generation*, allertando in tal modo il sistema di controllo. Dalla successiva analisi dei *log* del centralino che ha effettuato il contatto telefonico è stato possibile rilevare che la chiamata, la vendita e l'inserimento del contratto, sono correttamente avvenuti solo successivamente all'approvazione dell'iniziativa da parte di Fastweb.

Fastweb ha evidenziato, infine, che, periodicamente, promuove campagne di sensibilizzazione nei confronti dei propri *partner* commerciali tramite l'invio di comunicazioni volte a ricordare che:

- le numerazioni utilizzate per effettuare contatti commerciali promozionali per conto di Fastweb devono corrispondere esclusivamente a quelle comunicate in

precedenza in conformità alle norme di legge, alle previsioni del contratto di agenzia oltre che alle *policy* aziendali;

- nell'eventualità in cui dovesse essere riscontrato l'utilizzo di numerazioni differenti da quelle precedentemente comunicate per lo svolgimento delle attività di *teleselling*, Fastweb procederà all'applicazione dei rimedi contrattuali previsti, inclusa l'applicazione delle penali e la risoluzione del contratto per inadempimento;
- Fastweb potrà richiedere alle istituzioni competenti l'accertamento della titolarità delle numerazioni utilizzate dai propri *partner* commerciali per le attività di *teleselling* e, se del caso, attivarsi per la repressione di condotte illecite, al fine di tutelare i propri interessi e il proprio buon nome contro gli utilizzatori di tali numerazioni.

2. Il Codice di Condotta dell'Autorità inerente alle modalità di svolgimento delle attività di *teleselling* e *telemarketing*

Il “*Codice di condotta per le attività di call center di cui alla delibera n.420/20/CONS sulle attività di teleselling e telemarketing avuto riguardo agli obblighi a tutela dei clienti finali derivanti dal codice delle comunicazioni elettroniche e dalle delibere dell'Autorità*”, riportato nell'Allegato A alla delibera n. 197/23/CONS, definisce specifiche misure a tutela dell'utenza nell'ambito delle attività di promozione commerciale e vendita telefonica di servizi di comunicazioni elettroniche e connessi prodotti da parte dei *Partner Commerciali* degli Operatori di comunicazioni elettroniche.

Con particolare riferimento all'individuazione delle liste di numeri di contatto che i *Partner* utilizzano per le campagne di *teleselling* in *outbound*, al paragrafo 4 è espressamente previsto che “*L'attività di Call Center svolta dai Partner Commerciali avviene con le seguenti modalità:*

- *tramite liste di clienti da contattare, fornite dall'Operatore;*
- *attraverso autonome acquisizioni che devono essere raccolte rispettando i criteri forniti dall'Operatore, in modo conforme a quanto stabilito in materia dalla normativa sulla protezione di dati personali nonché da quanto previsto dal presente Codice di Condotta.*

...

Fermo quanto sopra, l'Operatore realizza dei sistemi di verifica della correttezza dell'utilizzo delle liste di contatto. Tali sistemi lasciano all'Operatore la libertà di verificare in modalità autonoma che:

- *la numerazione utilizzata dal Partner Commerciale in fase di contatto sia tra quelle dallo stesso registrate nella sua iscrizione al ROC;*
- *la numerazione chiamata appartenga a liste di clienti da contattare fornite oppure validate dall'Operatore.”*

Con riferimento alle “*Verifiche preliminari dell’affidabilità dei partner commerciali*”, il paragrafo 5.1 del Codice di condotta per le attività di *call center* prescrive:

“I requisiti minimi obbligatori che gli Operatori che aderiscono al presente Codice richiederanno ai Partner Commerciali sono i seguenti:

- *Adesione diretta o per il tramite contrattuale a tutti i contenuti del presente Codice di Condotta,*
- *iscrizione al ROC nei tempi stabiliti dalla normativa applicabile”.*

Inoltre, in base al paragrafo 5.2:

“5.2 PREVISIONE, NEL CONTRATTO, DI STRUMENTI DI VERIFICA DA PARTE DELL’OPERATORE E OBBLIGHI PER IL PARTNER COMMERCIALE

L’Operatore verifica, in qualunque momento, secondo modalità e tempistiche definite nei singoli contratti, con riferimento a ciascun Partner Commerciale che ha eseguito il contatto quanto segue:

o la numerazione telefonica utilizzata per il contatto telefonico tenuto conto che è possibile utilizzare, a tal fine, esclusivamente numerazioni richiamabili registrate al ROC;

o il numero chiamato;

o la data, l’ora e la durata del contatto;

o l’esito del contatto con l’utente consumer (contratto concluso/contratto non concluso/cliente non risponde/etc..);

o l’adozione di tutte le prescrizioni presenti nel contratto (ad esempio, tramite incontri periodici con i Partner Commerciali) fermo restando:

- *il rispetto dell’obbligo per i Partner Commerciali di contattare le sole numerazioni contenute nelle liste di utenti consumer, fornite dall’Operatore a tal fine e/o autonomamente acquisite dai Partner stessi rispettando i criteri forniti dall’Operatore in conformità con la normativa in materia di protezione di dati personali e con quanto previsto nel Codice di condotta per le attività di call center per le attività di telemarketing e teleselling promosso dal Garante Privacy, al fine di arginare il fenomeno delle chiamate indesiderate;*
- *il divieto di cessione a sub-contractor delle attività prestate dai Partner Commerciali se non dopo richiesta formale all’Operatore ed autorizzazione scritta dello stesso. In questi casi, il soggetto cedente si obbliga ad effettuare un costante monitoraggio degli eventuali sub-contractor e ad assumersi la responsabilità di tutte le attività da questi svolte;*
- *l’obbligo per il sub contractor di possedere i medesimi requisiti del Partner Commerciale;*

- *l'obbligo per il Partner Commerciale di prestare la propria attività nel pieno rispetto delle prescrizioni di legge e della regolamentazione applicabile;*
- o I Partner Commerciali sono direttamente responsabili dei danni cagionati a terzi in quanto operano in completa autonomia e con propria organizzazione;*
- o Il contratto prevede apposite clausole che prevedano penali economiche in capo ai Partner Commerciali in caso di violazione posta in essere da questi ultimi e/o da sub-appaltatori, individuati ai sensi dei punti 6 e 6.1 che seguono, rispetto a quanto previsto nel presente Codice, al fine di disincentivare l'adozione di pratiche illecite”.*

3. Valutazioni conclusive dell’Autorità

Fastweb ha riportato che prima dell’avvio di ogni campagna promozionale, obbliga i propri *partner* a comunicare preventivamente i numeri tramite i quali svolgeranno i contatti commerciali verso i potenziali clienti, al fine di verificarne, in primo luogo l’iscrizione al ROC oltre alla richiamabilità e titolarità.

La Società ha dichiarato, infatti che il processo implementato, con l’obiettivo di monitorare l’attività di vendita a distanza dei propri *partner* commerciali, prevede una verifica *ex ante* attuata tramite la condivisione, da parte del *partner*, delle liste di numerazioni che intende utilizzare per future campagne di *teleselling*, con evidenza della loro iscrizione al ROC, nonché un controllo delle liste di utenti da contattare (acquisite direttamente da Fastweb o previamente autorizzate da quest’ultima, qualora acquisite dal *partner*).

All’esito dello svolgimento dei contatti telefonici e dell’eventuale sottoscrizione del contratto, i *partner* sono tenuti a trasmettere a Fastweb le informazioni in merito ai contatti effettuati al fine di consentire a quest’ultima di poterne verificare la corretta acquisizione prima dell’effettiva attivazione del servizio.

Tale sistema di controlli risulta integrato da verifiche *a posteriori* sull’acquisito, al fine di verificare la presenza di così detti numeri chiamati fuori lista, sintomo di una potenziale chiamata non autorizzata, o di numeri chiamanti non autorizzati.

Al riguardo, si osserva che, tenuto anche conto del citato Codice di condotta, nella fattispecie in esame si riscontra la sussistenza di un obbligo in capo al *partner* di comunicazione preventiva delle liste di numeri chiamanti e chiamati, ma appare assente un sistema autonomo di verifica da parte di Fastweb, in modo attivo, che, secondo canoni di ordinaria diligenza professionale, prevenga la possibilità di utilizzare liste di contatti non leciti o numerazioni non iscritte al ROC o alterate (*spoofing*).

In altri termini Fastweb, sebbene abbia posto obblighi in capo al *partner*, non ha definito in che modo “*l’Operatore verifica, in qualunque momento, secondo modalità e tempistiche definite nei singoli contratti, la correttezza dell’operato del Partner*”.

A tal proposito, infatti, si evidenzia che, nel caso delle descritte verifiche *ex ante*, il sistema di controlli predisposto da Fastweb non prevede verifiche effettuabili in

qualunque momento e secondo precise modalità, ma è avviato sulla base di dati trasmessi dal *partner*, ossia le liste di numerazione che utilizzerà per le campagne di *teleselling*.

Infatti, Fastweb ha comunicato che *“Nell’eventualità in cui, come nel caso in esame, il partner commerciale non condivide preventivamente tali informazioni, le verifiche strutturali svolte da parte di Fastweb, andando a ricontattare tutti gli utenti finali, consentono di far emergere i casi in cui gli stessi siano stati procacciati tramite numerazioni non autorizzate né iscritte al ROC, ovvero senza che il partner abbia preventivamente fornito a Fastweb le informazioni necessarie e previste prima di procedere al contatto, verificando altresì l’effettiva volontà del cliente di procedere all’attivazione del servizio”*.

Tuttavia, tali verifiche non possono essere fatte nel caso in cui, come nel caso di specie, non sia stato completato l’acquisto.

A ogni buon fine, si ritiene che il processo di controllo da parte di Fastweb avrebbe dovuto essere implementato in modo da evitare, a monte e secondo canoni di ragionevolezza e ordinaria diligenza professionale, che si possa verificare l’evenienza in cui la campagna di vendita sia realizzata senza un preventivo controllo.

Analogamente, per le verifiche *a posteriori*, la Società ha meramente dichiarato di svolgere ulteriori controlli circa la presenza di eventuali numeri chiamati fuori lista, ovvero di numeri chiamanti non autorizzati, ma non ha chiarito con quali modalità e tempistiche viene svolta tale attività.

Nel caso esaminato, da un punto di vista fattuale, si rileva la condotta consistente nella effettuazione di un contatto commerciale, da parte di un *partner* commerciale di Fastweb, mediante numeri non autorizzati, di cui uno modificato, e, inoltre, l’utente contattato era iscritto al Registro delle opposizioni.

Ciò si è verificato, per l’inefficacia delle procedure predisposte da Fastweb al fine di verificare la correttezza dell’operato dei *partner* commerciali nel contrattualizzare i nuovi clienti, come espressamente previsto nel paragrafo 5.2 del Codice di condotta.

Infatti, tale sistema di controlli non ha prodotto il risultato atteso, con particolare riferimento tanto alle numerazioni telefoniche utilizzate dal *partner* commerciale di Fastweb per il contatto telefonico, in larghissima parte non registrate al R.O.C., quanto con riferimento al mancato rispetto da parte di Microsite dell’obbligo di *“contattare le sole numerazioni contenute nelle liste di utenti consumer...”*.

Peraltro, è risultato emblematico che, nell’ambito della campagna condotta nel mese di dicembre 2024, basata sulle anagrafiche di clienti *business* *“già attivi in customer base”* (campagna c.d. *upselling*) unitamente ad anagrafiche reperite autonomamente da Microsite tramite il portale aziendale (iniziativa di c.d. *lead generation*), nonostante la collaborazione di una società di consulenza per la verifica della liceità delle procedure di reperimento e trattamento dei dati, la procedura implementata ha comunque consentito di contattare almeno un utente iscritto al Registro pubblico delle opposizioni per indurlo a prestare il consenso per il contatto attraverso il suddetto portale.

A ciò si aggiunga che, anche nel caso in cui non ci sia stata condivisione di dati con il *partner*, i controlli predisposti da Fastweb, consistenti nel ricontatto degli utenti finali al fine di verificare il consenso prestato all'attivazione del servizio, non appaiono adeguati, atteso che intervengono solo per gli utenti che hanno già concluso un contratto.

Sotto diverso profilo, Fastweb non ha neppure preventivamente verificato che Microsite, regolarmente iscritta al ROC, avesse, ai sensi del paragrafo 5.1, aderito al Codice di condotta per poter legittimamente esercitare le descritte attività di *call center*, adesione tuttora non effettuata nonostante nella documentazione contrattuale sia espressamente previsto che “[s]alvo deroghe specifiche, costituisce requisito di autorizzazione l’adesione, direttamente o per il tramite contrattuale, al codice di condotta adottato da AGCOM con Delibera n. 197/23/CONS a quello del Garante Privacy Provvedimento n. 70 del 09.03.2023...” (Punto 7.6 Allegato E del contratto) e che “[i]l Responsabile dichiara di aver aderito, con specifico riguardo alle attività volte a promuovere e/o offrire beni o servizi, tramite il canale telefonico, al codice di condotta adottato da AGCOM con Delibera n. 197/23/CONS , a quello del Garante Privacy adottato con Provvedimento n. 70 del 09.03.2023...” (Punto 9.6 Allegato E del contratto).

Alla luce di quanto argomentato, si rileva la scarsa efficacia delle verifiche predisposte da Fastweb in attuazione di quanto previsto nel paragrafo 5.2 del Codice di condotta sulle relazioni contrattuali tra operatori e *partner* commerciali che svolgono attività di *call center* riportato nell'allegato A alla delibera n. 197/23/CONS.

RILEVATO che Fastweb non ha previsto efficaci sistemi di verifica e monitoraggio circa il corretto operato dei propri *partner* commerciali ai fini dello svolgimento delle attività di *teleselling* e *telemarketing* contemplate dal Codice di condotta approvato con la delibera n. 197/23/CONS;

CONSIDERATO che l'art. 2 (Sanzioni) della suddetta delibera prevede che “1. Il mancato rispetto, da parte di una Società che ha aderito, alle disposizioni del Codice di Condotta è, previa Diffida alla stessa ad adottare le azioni necessarie per stabilire la conformità, sanzionato ai sensi dell'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/97”;

VISTA la relazione dell'Ufficio della Direzione tutela dei consumatori e gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Antonello Giacomelli, relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*;

DIFFIDA

la società Fastweb S.p.A. al rispetto, nei termini di cui in premessa, degli obblighi previsti dal Codice di condotta, ai paragrafi 5.1 e 5.2, approvato con la delibera n. 197/23/CONS.



L'operatore è tenuto a implementare le attività di cui al punto precedente entro 120 giorni dalla notifica del presente provvedimento e a comunicare le iniziative assunte entro 30 giorni dalla medesima notifica.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

La presente delibera è notificata alla parte ed è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 19 marzo 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonello Giacomelli

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella