

Un’Autorità più vicina ai consumatori.

Come cambiano garanzie e tutela dei consumatori con la nuova Legge sulla concorrenza.

Di Mario Morcellini

Il 29 agosto è entrata, finalmente, in vigore la “Legge annuale per il mercato e la concorrenza” (Legge 4 agosto 2017, n. 124). Si tratta di una legge molto attesa (che ha avuto una lunga gestazione, durata quasi venti mesi) concepita dal legislatore anche per dare pieno ascolto a quanto evidenziato dal Garante per la concorrenza ed il mercato per dare piena attuazione alla concorrenza e parallelamente alla garanzia nei confronti dei cittadini/consumatori.

Sono molti gli aspetti di stretta competenza dell’Agcom; i più importanti riguardano le spese e le modalità di recesso da contratti stipulati con operatori telefonici o di *pay-tv*, il rafforzamento del presidio sanzionatorio, la registrazione dei soggetti che utilizzano indirettamente risorse nazionali di numerazione, la tariffazione reale per i servizi telefonici a pagamento.

Come ogni norma, anche questa presenta una serie di sfumature che necessitano di alcuni chiarimenti o meglio di interpretazioni autentiche che Agcom nelle prossime settimane si appresta a fornire sia agli stakeholder che agli utenti. Ma l’aspetto che più occorre sottolineare è il rafforzamento delle tutele, che, in tempi di potenza e performatività della comunicazione, debbono costituire un baluardo fondamentale del posizionamento di un’autorità di garanzia, soprattutto considerando la possibilità che i cittadini esposti ai media risultano sempre più vulnerabili nei confronti delle grandi multinazionali delle comunicazioni elettroniche.

Diventa dunque centrale il tema della tutela dei consumatori.

Occorre però chiarire un aspetto fondamentale, ovvero la mancanza di consapevolezza da parte dei cittadini.

Il fenomeno del boom della comunicazione mobile contemporaneamente all’esigenza diffusa di avere/esibire smartphone di ultima generazione, innesca nei confronti dei consumatori una qualche “leggerezza” nella stipula dei contratti con gli operatori telefonici spesso trascurandone gli effetti.

È necessario quindi partire da una piena ed esaustiva comprensione delle nostre scelte derivanti dalla sottoscrizione di un abbonamento telefonico con annesso smartphone per un certo numero di anni.

È pur vero però che, se da un punto di vista regolamentare si è rafforzata, nel corso degli anni, l’attività di monitoraggio e di regolamentazione, ciò è in qualche misura avvenuto

a discapito della semplicità e trasparenza delle offerte. Una questione di non poco conto consiste poi nel rischio di costruire “labirinti di Cnosso”, ossia luoghi congeniati per rendere complessa l’individuazione di una via di uscita. Su questo aspetto la Legge sulla concorrenza ha finalmente aperto un varco fondamentale: l’introduzione del **principio della corrispondenza**, ossia la possibilità di recedere da un contratto con le stesse modalità con le quali viene sottoscritto.

Sino all’introduzione di tale legge era oneroso, per la maggior parte dei cittadini/consumatori, esercitare il proprio diritto di recesso. Se per attivare un contratto era sufficiente una nostra registrazione vocale, o una serie di firme apposte specifici moduli proposti in uno *stand* tra le vie delle nostre città, l’iter per concludere quel contratto costringeva ciascuno di noi a recarsi ad un ufficio postale, inviando una raccomandata. D’ora in avanti, invece, sarà possibile recedere da un contratto recandosi direttamente presso il rivenditore nel quale è stato stipulato lo stesso, chiamando l’operatore (nell’ipotesi di attivazione telefonica) o inviando telematicamente una disdetta (nei casi di attivazione telematica).

Parallelamente, la Legge sulla concorrenza ha introdotto altri due elementi che, in sinergia con principio della corrispondenza, rendono più efficace gli strumenti di tutela del consumatore: la **semplicità** e l’**immediata attivazione** delle procedure di recesso dal contratto o cambio di gestore.

Altro aspetto di rilevante importanza riguarda l’**addebito dei costi reali** nei casi di risoluzione anticipata del contratto. In questo caso, il consumatore si vedrà imputati solo gli eventuali costi debitamente pubblicizzati e portati alla sua attenzione che presentino le caratteristiche di **equità** e **proporzionalità al valore del contratto** e alla **durata residua della promozione offerta**. Ma l’aspetto più innovativo riguarda certamente l’introduzione dell’obbligo del previsto consenso nel caso di **addebito di servizi premium**. Con l’introduzione del comma 3-*quater* all’articolo 1 del decreto legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito con modificazioni, dalla legge 2 aprile 2007, n. 40 viene stabilito che “è fatto obbligo ai soggetti gestori dei servizi di telefonia e di comunicazioni elettroniche, ai fini dell’eventuale addebito al cliente del costo di servizi in abbonamento offerti da terzi, di *acquisire la prova del previo consenso espresso del medesimo*. In ogni caso, è fatto divieto agli operatori di telefonia e di comunicazioni elettroniche di prevedere la possibilità per il consumatore o per l’utente di ricevere servizi in abbonamento da parte dello stesso operatore, o di terzi, senza il previo consenso espresso e documentato all’attivazione di tale tipologia di servizi”.

Viene dunque posto un argine ad una delle derive più pericolose conseguenti all’uso dello smartphone ossia quello di vedersi addebitati costi per servizi mai richiesti. Molti consumatori hanno infatti segnalato tali “addebiti anomali”, spesso di modesto valore (1, 2, 5 euro) senza mai aver espresso alcun consenso.

In questi casi, il soggetto si trovava a dover fronteggiare due situazioni: la prima era disattivare l'abbonamento, mai richiesto, mentre la seconda implicava di attivare procedure per la restituzione della somma del servizio. Si trattava dunque di un percorso ad ostacoli il cui esito era tutt'altro che scontato; in molti casi infatti il consumatore riusciva a disattivare l'abbonamento ma raramente ad ottenere la restituzione di somme indebitamente versati.

Infine, l'ultima novità che merita di essere citata consiste nella **tariffazione per i servizi a pagamento**. Viene infatti previsto che per tale tipologia di servizi, forniti tramite telefonate verso numerazione non geografiche (ossia numerazioni per cui è prevista una tariffazione indipendente dalla collocazione geografica del chiamante), la **tariffazione della chiamata avverrebbe soltanto dal momento dell'effettiva risposta dell'operatore**. Ancora un cambiamento consistente per il consumatore che non vedrà più addebitarsi i costi per i tempi di attesa ma pagherà il servizio solo dal momento in cui effettivamente parlare con l'operatore.

Si tratta di un importante passo in avanti nell'ambito di una nuova tutela del consumatore che vede come obiettivo la piena e completa consapevolezza da parte dell'utente soggetto che stipula un contratto con un operatore di comunicazione elettronica. Nel corso delle prossime settimane, l'Autorità potrà dunque attuare quanto previsto dalla Legge sulla concorrenza attuando quanto emerso dalla consultazione pubblica avviata con la Delibera n. 23/15/CONS e relativa all'adozione di ulteriori misure di trasparenza contrattuale per l'utilizzo dei nuovi servizi digitali.

Parallelamente affronteremo la nota questione della **fatturazione delle bollette telefoniche, e da ultimo anche degli operatori di pay-tv, che da 30 giorni sono passate a 28 giorni** (prassi in effetti inedita nel complesso europeo). Anche in questo contesto si tratta di inadeguata trasparenza nei confronti dei consumatori. Rimodulare una fatturazione in quei termini equivale a dire aumentarla indirettamente. Davanti a tali cambiamenti il consumatore si è trovato totalmente disorientato, essendosi modificati i parametri con cui era stato abituato dagli operatori ad informarsi, controllando i propri consumi e confrontando le diverse offerte. Il giorno del mio insediamento presso l'Agcom è stata adottata un'importante decisione sul tema. Si tratta della delibera n. 121/17/CONS del 15 marzo 2017 - relatore Francesco Posteraro - con la quale l'Autorità ha dato attuazione ad una tutela piena del consumatore statuendo che "per la telefonia fissa la cadenza di rinnovo delle offerte e della fatturazione deve essere su base mensile o suoi multipli. Per la telefonia mobile la cadenza non può essere inferiore a quattro settimane. In caso di offerte convergenti con la telefonia fissa, prevale la cadenza relativa a quest'ultima". Tuttavia, come noto, gli operatori interessati hanno prima impugnato il provvedimento e poi disatteso quanto prescritto. Nelle prossime settimane il Consiglio dell'Autorità analizzerà tali aspetti e valuterà collegialmente le iniziative da intraprendere sul tema. Ne discende la necessità di non limitare la propria azione con l'irrogazione di una mera sanzione pecuniaria (tra l'altro di entità tale da non essere concretamente

dissuasiva), ma di promuovere una politica di corretta informazione al cittadino consumatore. Quest'ultimo principio è già sancito a chiare lettere sin dal Trattato di Maastricht e poi attuato da una serie di direttive e leggi nazionali. Ma dobbiamo dimostrare all'opinione pubblica che i soggetti vocati alla garanzia hanno davvero tutelato adeguatamente un principio di trasparenza.

Per quanto riguarda le nostre competenze, occorre partire dalla presa d'atto che gli operatori sono rimasti abbastanza insensibili alla tutela dei consumatori: ne consegue che Agcom dovrà promuovere con maggior decisione il diritto alla trasparenza e alla completezza delle informazioni, nell'obiettivo di dar vita a **nuove forme di tutela del consumatore sempre più efficaci**.

In questo percorso sarà indispensabile, come sempre, **l'apporto dei Corecom quali preziose diramazioni territoriali dell'Autorità** che consentono un contatto diretto con i cittadini. È interessante notare che, anche grazie ai Corecom, la stragrande maggioranza delle istanze di risoluzione delle controversie trova una pacifica conclusione senza la necessità di ricorrere all'Autorità giudiziaria (8 su 10). Facendo tesoro di questa esperienza, occorre dunque valorizzare i presidi locali dell'Autorità, comunicando più efficacemente la loro funzione e individuando così una delle linee di maggior impatto proprio in coincidenza del ventennale di Agcom.

In particolare stiamo per adottare **percorsi conciliativi via web** per poter contare su uno strumento ancora più immediato e di semplice utilizzo. La *condicio sine qua non* dovrà essere l'informazione, intesa come completa presa di coscienza e consapevolezza dei diritti e doveri di cittadini che nel digitale debbono intravedere vedono nuove garanzie e nuove tutele e non ulteriori barriere fisiche o digitali. In altri termini occorre ridare nuova spinta ai Comitati regionali intesi letteralmente come enti locali della comunicazione, valorizzando nuovi strumenti di deleghe da parte dell'Agcom che non si limitino soltanto a conferire funzioni amministrative e che rappresentino un riferimento per il territorio.