

Delibera n. 16/02/CSP del 22 gennaio 2002

Consultazione pubblica in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa

Gazzetta Ufficiale 14 febbraio 2002, n. 38

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 22 gennaio 2002;

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”, e, in particolare, l’art. 1, comma 6, lett. b), n. 12;

VISTA la legge 31 dicembre 1996, n. 675, concernente la tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali;

VISTA la legge 22 febbraio 2000, n. 28, recante “Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica”;

VISTO il provvedimento del Garante per la protezione dei dati personali, n. 5/2000, del 20 settembre 2000, in materia di autorizzazione al trattamento dei dati sensibili da parte di diverse categorie di titolari, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 229 del 30 settembre 2000;

VISTA la propria delibera n. 278/99 del 20 ottobre 1999, recante “Procedura per lo svolgimento di consultazioni pubbliche nell’ambito di ricerche e indagini conoscitive”;

CONSIDERATO che, nell’ambito del procedimento finalizzato all’emanazione del regolamento sulla pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa, è emersa l’esigenza di acquisire elementi di informazione e documentazione da parte dei soggetti interessati;

RITENUTO pertanto di procedere all’avvio di una consultazione pubblica allo scopo di acquisire elementi utili al fine dell’emanazione del predetto regolamento;

RITENUTO che il termine di trenta giorni, entro il quale i soggetti invitati potranno trasmettere le proprie comunicazioni, risulta giustificato in relazione alla necessità di stabilire regole e criteri certi a tutela della correttezza della divulgazione dei risultati dei sondaggi;

VISTO il documento per la consultazione proposto dal Direttore del Servizio affari giuridici e comunitari;

UDITA la relazione del relatore, Commissario dott. Giuseppe Sangiorgi, ai sensi dell’art. 32 del regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità;

DELIBERA

Art. 1

1. È indetta una consultazione pubblica in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa.

2. Il documento per la consultazione è riportato nell’allegato A del presente provvedimento.

3. Ai sensi della delibera n. 278/99, il termine per la presentazione delle comunicazioni è fissato in trenta giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.

Il presente provvedimento è pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino ufficiale e nel sito *web* dell’Autorità.

Roma, 22 gennaio 2002

Il Commissario relatore
GIUSEPPE SANGIORGI

Il Presidente
ENZO CHELI

Il Segretario della Commissione
PIERLUIGI MAZZELLA

Allegato A
alla delibera n. 16/02/CSP

**Consultazione pubblica in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi
sui mezzi di comunicazione di massa**

L'AUTORITÀ,

ai sensi della propria delibera n. 278/99 recante “Procedura per lo svolgimento di consultazioni pubbliche nell’ambito di ricerche e indagini conoscitive” ed al fine di acquisire elementi di informazione e documentazione in vista dell’emanazione del regolamento previsto dall’art. 1, comma 6, lett. b), n. 12, della legge 31 luglio 1997, n. 249, in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa,

INVITA

le associazioni scientifiche e le associazioni professionali operanti nel campo dei sondaggi, l’Ordine nazionale dei giornalisti, la Federazione nazionale stampa italiana, la Federazione italiana degli editori dei giornali e le altre associazioni di editori, le associazioni rappresentative di soggetti titolari di concessione o di autorizzazione per la trasmissione di programmi televisivi, le associazioni portatrici di interessi pubblici, in particolare le associazioni dei consumatori ed ogni altro soggetto potenzialmente interessato, a far pervenire all’Autorità una comunicazione contenente la proprie osservazioni in merito al tema oggetto di consultazione, per le parti di interesse.

Le comunicazioni dovranno essere inviate entro e non oltre 30 giorni dalla data di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del presente documento, tramite lettera raccomandata con avviso di ricevimento al seguente indirizzo: Autorità per le garanzie nelle comunicazioni – Servizio affari giuridici e comunitari – Centro Direzionale isola B5 – Torre Francesco – 80143 Napoli e recare la dicitura “Consultazione pubblica in materia di pubblicazione e diffusione di sondaggi”.

Le comunicazioni dovranno essere altresì inviate entro il medesimo termine, in formato elettronico, al seguente indirizzo: *sagc@agcom.it* e dovranno riportare le osservazioni in merito alle questioni di seguito elencate (massimo 30 pagine).

Le comunicazioni, ai sensi della deliberazione dell’Autorità n. 278/99, non precostituiscono alcun titolo, condizione o vincolo rispetto ad eventuali, successive decisioni dell’Autorità stessa, hanno carattere meramente informativo per i summenzionati fini conoscitivi e sono trattate con la massima riservatezza.

Una sintesi dei risultati della consultazione è pubblicata, al termine dell’esame delle varie comunicazioni, sul Bollettino ufficiale e sul sito *web* dell’Autorità. Copia della sintesi è altresì inviata ai soggetti che hanno aderito alla consultazione.

Le citate comunicazioni dovranno contenere osservazioni, commenti od indicazioni sui seguenti argomenti:

1. Definizione del termine “sondaggio” ed eventuali sue specificazioni, anche in riferimento alla necessità di distinguere i sondaggi dalle indagini di carattere sociale, di mercato e dalle inchieste giornalistiche.
2. Individuazione dei soggetti operanti nell’ambito dei mezzi di comunicazione di massa obbligati a pubblicare o diffondere, contestualmente al sondaggio, le relative note informative.
3. Indicazioni ed elementi che si ritiene debbano essere obbligatoriamente inseriti nella predetta nota informativa, rivolta all’utente finale.
4. Specifiche modalità di pubblicazione o diffusione della nota informativa in relazione alle varie tipologie di mezzi di comunicazione.
5. Rapporto tra i criteri contenuti nell’emanando regolamento ed i criteri definiti dai codici di autoregolamentazione adottati dalle associazioni professionali maggiormente rappresentative.
6. Osservazioni sugli specifici strumenti di vigilanza e di controllo, che consentano di garantire il rispetto dei criteri che saranno stabiliti dal regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi.

Delibera n. 108/02/CSP del 21 maggio 2002

Consultazione pubblica in materia di televendite

Gazzetta Ufficiale 20 giugno 2001, n. 143

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione della Commissione per i servizi ed i prodotti del 21 maggio 2002;

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”;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante: “Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità”;

VISTA la delibera n. 278/99 del 20 ottobre 1999, recante: “Procedura per lo svolgimento di consultazioni pubbliche nell’ambito di ricerche e indagini conoscitive”;

CONSIDERATO che la Commissione per i servizi e i prodotti, nella sua riunione del 12 marzo 2002, ha incaricato il Servizio affari giuridici e comunitari, d’intesa con il Dipartimento regolamentazione, di aprire un’istruttoria in materia di televendite ai fini dell’eventuale adozione di atti o provvedimenti da parte dell’Autorità;

CONSIDERATO che, nell’ambito della suddetta istruttoria, risulta opportuno acquisire elementi di informazione e documentazione da parte delle emittenti televisive e radiofoniche, della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, delle concessionarie o agenzie di pubblicità, delle associazioni rappresentative dei predetti soggetti, delle associazioni dei consumatori e degli utenti e di ogni altro soggetto interessato;

CONSIDERATA la necessità di avviare una consultazione pubblica e di stabilire un termine di 45 giorni per la ricezione dei contributi da parte dei soggetti interessati, data l’urgenza, per l’Autorità, di avviare le attività di competenza relativamente alla materia in questione;

VISTO il documento per la consultazione proposto dal Direttore del Servizio affari giuridici e comunitari, d’intesa con il Direttore del Dipartimento regolamentazione;

DELIBERA

Art. 1

1. È indetta una consultazione pubblica nell’ambito dell’istruttoria in materia di televendite ai fini dell’eventuale adozione di atti o provvedimenti da parte dell’Autorità.

2. Il documento per la consultazione è riportato nell’allegato A della presente delibera.

3. Il termine per la trasmissione delle comunicazioni è fissato in 45 giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.

Il presente provvedimento è pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino ufficiale e nel sito *web* dell’Autorità.

Roma, 21 maggio 2001

Il Segretario della Commissione
PIERLUIGI MAZZELLA

Il Presidente
ENZO CHELI

Allegato A
alla delibera n. 108/02/CSP del 21 maggio 2002

Consultazione pubblica in materia di televendite. Documento per la consultazione

L'AUTORITÀ

nell'ambito del procedimento relativo all'eventuale adozione di atti o provvedimenti di competenza in materia di televendite,

INVITA

le emittenti televisive e radiofoniche, la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, le concessionarie o agenzie di pubblicità, le associazioni rappresentative dei predetti soggetti, le associazioni dei consumatori e degli utenti e ogni altro soggetto interessato a far pervenire una comunicazione contenente proprie osservazioni in merito agli aspetti della disciplina giuridica in materia di televendite di seguito evidenziati.

Le comunicazioni dovranno essere inviate, entro 45 giorni dalla data di pubblicazione del presente documento nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, tramite lettera raccomandata con avviso di ricevimento, al seguente indirizzo:

Autorità per le garanzie nelle comunicazioni - Servizio affari giuridici e comunitari, Centro Direzionale-Isola B 5 - 80143 Napoli, e recare la dicitura: "Consultazione pubblica in materia di televendite".

Le comunicazioni dovranno essere altresì inviate, entro il medesimo termine, in formato elettronico, al seguente indirizzo: *sagc@agcom.it*.

Le comunicazioni non precostituiscono alcun titolo, condizione o vincolo rispetto ad eventuali e successivi interventi dell'Autorità e hanno carattere meramente informativo per i summenzionati fini conoscitivi. Una sintesi dei risultati della consultazione è pubblicata, al termine dell'esame delle comunicazioni pervenute, sul Bollettino ufficiale e sul sito *web* dell'Autorità. Copia della sintesi è altresì inviata ai soggetti che hanno aderito alla consultazione.

A. Breve introduzione sul quadro normativo di riferimento

La televendita ha ricevuto, con la novella comunitaria del 1997 (la direttiva 97/36/CE), un trattamento paritario rispetto alla pubblicità e alla sponsorizzazione, essendo stata inserita a fianco di queste ultime sia nelle definizioni, contenute all'art. 1 della direttiva ("*offerte dirette trasmesse al pubblico allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni*", art. 1, lett. f) sia nella titolazione del capo IV, che contiene la disciplina di dettaglio. In particolare alla televendita sono estesi i principi fondamentali in materia di contenuto del messaggio pubblicitario (artt. 10-12), i divieti merceologici (artt. 13 e 14) e le norme a tutela dei minori (art. 16, comma 2).

Con la recente adozione della legge 1° marzo 2002, n. 39 ("Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - Legge comunitaria 2001") sono state inoltre recepite le disposizioni della direttiva 89/552/CEE, come modificata dalla direttiva 97/36/CE, in materia di contenuto delle televendite e di tutela dei minori. L'art. 52 recepisce infatti, anche in seguito alla sentenza di condanna della Corte di Giustizia del 14 giugno 2001, l'art. 12 (nella parte relativa alle televendite)

e l'art. 16, comma 2, della citata direttiva, che estende alle televendite i principi fondamentali in materia di tutela dei minori (¹).

A livello nazionale, si rileva inoltre che il d.m. 9 dicembre 1993, n. 581, recante “*Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e di offerte al pubblico*”, contiene una disciplina dettagliata relativa alle televendite. L'art. 10 (²), in particolare, dispone che “*le trasmissioni concernenti le offerte [...] devono essere chiaramente riconoscibili come tali ed essere distinte dal resto dei programmi in uno spazio slegato da ogni altro contenuto editoriale [...]*” e che le stesse devono rappresentare fedelmente le caratteristiche dei prodotti o dei servizi offerti.

In base alla formulazione utilizzata dal legislatore risulta che la televendita rappresenta un tipo particolare di iniziativa pubblicitaria, con i requisiti di una vera e propria proposta di contratto (“offerta”) in *incertam personam* (“al pubblico”), che spiega effetti non meramente promozionali, come il messaggio pubblicitario di tipo tradizionale, ma specifici effetti diretti, aventi un preciso rilievo giuridico sotto il profilo negoziale. Si tratta cioè di una vera e propria offerta al pubblico come configurata e disciplinata dall'art. 1336 cod. civ., ovvero, di una pubblica offerta veicolata attraverso il mezzo televisivo e dotata del valore vincolante di proposta ai fini del perfezionamento del contratto di scambio.

Si evidenzia che la norma citata (l'art. 10 del d.m. n. 581/1993) nel rinviare alle disposizioni in materia di contratti negoziati fuori dai locali commerciali di cui al decreto legislativo n. 50 del 1992 (emanato in attuazione della direttiva 85/557/CEE) e modificato dal decreto legislativo n. 185 del 1999 sui contratti a distanza (in attuazione della direttiva 97/07/CE) offre, sul versante privatistico del rapporto contrattuale, una specifica tutela al consumatore.

Occorre peraltro rilevare che, nella prassi delle emittenti, le televendite sono assimilate alle “telepromozioni” le quali, ai sensi dell'art. 12, comma 1, lettera b), del d.m. 9 dicembre 1993, n. 581, consistono “*nell'esibizione di prodotti, la presentazione orale o visiva di beni, di servizi, del nome, del marchio o della attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi fatte dall'emittente (c.d. “telepromozioni”), allo scopo di cui alla lettera a³), nell'ambito di un programma, anche se sponsorizzato*” (⁴). La

(¹) Art. 52 (Disposizioni in materia di televendita).

1. Dopo l'articolo 3 della legge 30 aprile 1998, n. 122, e successive modificazioni, è inserito il seguente:

“Art. 3-bis. (Televendita). - 1. È vietata la televendita che vilipenda la dignità umana, compori discriminazioni di razza, sesso o nazionalità, offenda convinzioni religiose e politiche, induca a comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza o la protezione dell'ambiente. È vietata la televendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco.

2. La televendita non deve esortare i minorenni a stipulare contratti di compravendita o di locazione di prodotti e di servizi. La televendita non deve arrecare pregiudizio morale o fisico ai minorenni e deve rispettare i seguenti criteri a loro tutela:

a) non esortare direttamente i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio, sfruttandone l'inesperienza o la credulità;
b) non esortare direttamente i minorenni a persuadere genitori o altri ad acquistare tali prodotti o servizi;
c) non sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altri;
d) non mostrare, senza motivo, minorenni in situazioni pericolose”.

(²) Art. 10 (Offerte fatte direttamente al pubblico):

“1. I contratti riguardanti la fornitura di beni o la prestazione di servizi, negoziati da impresa diversa dalla concessionaria sulla base di offerte effettuate direttamente al pubblico tramite il mezzo televisivo, sono disciplinati, per gli aspetti di tutela dell'acquirente, dalle disposizioni dell'art. 9 del decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, e da quelle ivi richiamate.

2. Le trasmissioni concernenti le offerte di cui al comma 1 devono essere chiaramente riconoscibili come tali ed essere distinte dal resto dei programmi in uno spazio slegato da ogni altro contenuto editoriale. Esse devono essere definite da un'apposita sigla di apertura e di chiusura al fine di consentire al pubblico un'evidente percezione del particolare tipo di programma; ad esse si applicano, le disposizioni dei commi 1 e 3 dell'art. 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223.

3. Le trasmissioni concernenti le offerte di cui al primo comma possono essere interrotte da annunci o “break” pubblicitari, purché questi siano nettamente distinti dalla trasmissione con mezzi ottici o acustici di evidente percezione.

4. Gli oggetti, i prodotti o i servizi cui si riferiscono le offerte al pubblico devono essere descritti in maniera precisa nei loro elementi quantitativi e qualitativi. Le immagini televisive devono rappresentare fedelmente gli oggetti, i prodotti, i servizi e non devono determinare ambiguità sulle loro caratteristiche ed in particolare sulle dimensioni, sul peso e sulla qualità. L'offerta deve essere chiara, rigorosa e completa quanto ai principali elementi quali il prezzo, le garanzie, le modalità della fornitura o della prestazione.

5. Ogni trasmissione concernente le offerte di cui al comma 1 deve avere una durata continuativa non inferiore ai tre minuti, comprensiva delle sigle di apertura e chiusura.

6. È vietata l'offerta dei prodotti di cui all'art. 8 del presente regolamento”.

(³) Si tratta dello scopo di: “a) promuovere la fornitura, dietro compenso, di beni o servizi”.

(⁴) Pertanto, per “telepromozione” si intende quella pratica di promozione pubblicitaria in forza della quale determinate caratteristiche di prodotti o servizi di soggetti terzi vengono presentate, illustrate e promosse all'interno, e nel corso, di un programma televisivo.

“telepromozione” si configura pertanto come semplice esposizione ed illustrazione delle caratteristiche del bene pubblicizzato, che non si traduce in una manifestazione di volontà equiparabile ad una proposta nel senso inteso dagli artt. 1326 e ss. cod. civ. ed è quindi priva di effetti negoziali. Da ciò consegue che il *nomen iuris* della pratica promozionale non dovrebbe risultare dalla autoqualificazione effettuata dall'emittente che la trasmette, ma deve essere verificato alla luce delle concrete modalità di realizzazione.

L'Autorità è di recente intervenuta con un proprio atto regolamentare in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite. Il primo capoverso dell'art. 1, comma 6, lett. b), n. 5, della legge n. 249/97, prevede, infatti, che la Commissione per i servizi ed i prodotti “*in materia di pubblicità sotto qualsiasi forma e di televendite emana i regolamenti attuativi delle disposizioni di legge*”. In forza di tale previsione la Commissione per i servizi e prodotti con delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, ha appunto adottato il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite, che reca le disposizioni di attuazione delle prescrizioni vigenti in materia, riconducibili alla già citata direttiva comunitaria c.d. “Televisione Senza Frontiere” 89/552/CEE, come modificata dalla direttiva 97/36/CE.

Come noto, i principi informatori in materia di pubblicità televisiva, di derivazione comunitaria, sono riassumibili nei criteri di riconoscibilità, eccezionalità e correttezza del messaggio pubblicitario. Riconoscibilità, nel senso che la comunicazione pubblicitaria deve essere immediatamente individuabile e nettamente distinta dal resto del programma con adeguati mezzi (art. 10, comma 1, della direttiva). Eccezionalità, nel senso dell'esclusione, in via generale, della messa in onda di spot isolati (art. 10 comma 2, della direttiva) e della previsione di chiari limiti quantitativi alla pubblicità rispetto sia alla programmazione complessiva (art. 18 e 19 della direttiva) sia rispetto alla singola trasmissione (art. 11 della direttiva). Correttezza, che si identifica non solo nel divieto di utilizzazione di tecniche subliminali o di forme di pubblicità clandestina (art. 10, comma 3 e 4 della direttiva) ma anche nel rispetto di regole generali (art. 12 e 16 della direttiva) e di divieti specifici (art. 13-15 della direttiva) in materia di contenuti del messaggio pubblicitario.

Recentemente è stata avvertita l'esigenza di disciplinare con particolare rigore le modalità di svolgimento delle televendite e delle telepromozioni, riconducibili alle norme poste a protezione del consumatore-utente ivi inclusa, in particolare, la categoria dei minori, per i quali l'Autorità è espressamente chiamata alla verifica del rispetto degli obblighi di tutela posti in capo alle emittenti.

In tale contesto, un eventuale “nuovo” intervento regolamentare dell'Autorità in materia di televendite potrebbe trovare fondamento nello stesso art. 1, comma 6, lett. b) n. 5, già utilizzato dall'Autorità quale base giuridica per il succitato regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite. Tale norma riconosce infatti in capo Commissione per i servizi e prodotti una piena ed ampia potestà regolamentare di attuazione delle norme di legge in materia di pubblicità e televendite ed il fatto che l'Autorità se ne sia già avvalsa non comporta affatto l'esaurimento del potere che, in ipotesi, potrebbe essere nuovamente esercitato. D'altronde lo stesso dato testuale della norma fa riferimento al concetto di “regolamenti” al plurale (il che conferma tale conclusione). Tale “nuova” iniziativa potrebbe eventualmente assumere carattere complementare ed integrativo rispetto al regolamento già adottato, prevedendo una disciplina attuativa delle norme relative alla correttezza e chiarezza del messaggio pubblicitario, in particolare di quelle relative alle modalità di svolgimento delle televendite e delle telepromozioni, norme poste a tutela del consumatore-utente, con particolare riferimento ai minori.

Con riferimento all'oggetto del messaggio, assume inoltre un particolare rilievo, sotto il profilo della tutela del consumatore e dei minori, la verifica del contenuto obiettivo dei servizi offerti tramite l'utilizzo di specifiche numerazioni, quale la propaganda dei servizi *audiotex*. Tali servizi sono definiti all'art. 2, comma 1, del d.m. 13 luglio 1995, n. 385, “*Regolamento recante norme sulle modalità di espletamento dei servizi audiotex e videotex*”, come segue:

“[...] tutti i servizi che consentono, tramite l'uso di specifiche numerazioni della rete telefonica commutata, l'accesso, a pagamento, da parte degli utenti telefonici, a informazioni o prestazioni, di tipo vocale, testuale o grafico, rese disponibili da fornitori, direttamente ovvero tramite centri servizi, e contraddistinte da “modalità di espletamento”, “caratteristiche e contenuti”, “procedure di esercizio” quali, in particolare, descritte nell'allegato 1, che costituisce parte integrante del presente regolamento [...]”.

Un importante riferimento normativo è altresì costituito dal decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185, recante: “*Attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a*

distanza”, ed in particolare l’art. 3, comma 2. La norma da ultimo citata prevede che le informazioni debbono essere fornite al consumatore, prima della conclusione del contratto, “*in modo chiaro e comprensibile, con ogni mezzo adeguato alla tecnica di comunicazione a distanza impiegata, osservando in particolare i principi di buona fede e di lealtà in materia di transazioni commerciali, valutati alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori particolarmente vulnerabili*”. L’allegato I del decreto legislativo in questione espressamente annovera “*il televisore (teleacquisto, televendita)*”, fra le tecniche di comunicazione a distanza contemplate.

La disciplina sopra richiamata, relativa agli obblighi in materia di televendite posti in capo alle emittenti, risulta peraltro distinta da quella dettata dal decreto legislativo n. 74 del 1992, come modificato dal decreto legislativo n. 67 del 2000, in tema di pubblicità ingannevole (la cui competenza è affidata all’Autorità garante della concorrenza e del mercato), in quanto esclusivamente volto a disciplinare e verificare il rispetto degli obblighi di correttezza e chiarezza del messaggio pubblicitario previsti dal legislatore in capo alle emittenti, senza incidere sul divieto generale di pubblicità ingannevole previsto dalle norme citate a carico agli operatori commerciali.

B. Oggetto e struttura delle comunicazioni

Le comunicazioni dovranno essere così strutturate:

I. Una breve descrizione delle tipologie di televendite (*spot*, finestre, programmi) abitualmente trasmesse e l’indicazione dell’ammontare dei proventi derivanti dalla trasmissione delle televendite dei servizi di astrologia, cartomanzia e relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto, superenalotto, totocalcio, totogol, lotterie ed altri giochi similari.

II. Una breve descrizione dei principali problemi risultanti dalla normativa vigente in materia di obblighi gravanti sulle emittenti con riguardo alle televendite, in particolare per quanto concerne il rapporto tra emittente e soggetto venditore, in ordine alla responsabilità circa le qualità e le caratteristiche del bene o servizio in questione.

III. Eventuali osservazioni in merito alle seguenti specifiche questioni relative all’ambito di disciplina sopra indicato.

1. Riconoscibilità e separazione della televendita rispetto al resto della programmazione.

2. Inserimento della pubblicità nelle trasmissioni di televendita.

3. Modalità di realizzazione della televendita:

a) modalità di descrizione del prodotto o servizio cui si riferisce l’offerta;

b) modalità di rappresentazione televisiva delle caratteristiche del prodotto o servizio offerto;

c) caratteristiche dell’offerta;

4. Televendita di particolari prodotti o servizi:

a) astrologia, cartomanzia e servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto, superenalotto, totocalcio, totogol, lotterie ed altri giochi similari;

b) divieti merceologici imposti dalla legislazione vigente;

c) servizi *audiotex*.

5. Problemi connessi al rapporto tra televendite dei servizi di astrologia, cartomanzia e relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto, superenalotto, totocalcio, totogol, lotterie ed altri giochi similari e tutela di particolari categorie di utenti particolarmente vulnerabili.

6. Televendite e tutela dei minori. Criteri e modalità di tutela:

a) divieto di esortazione alla stipula dei contratti di compravendita o locazione di beni o servizi;

b) divieto di offerte d’acquisto rivolte direttamente ai minori di beni o servizio;

c) divieto di offerte di beni o servizi poste in essere con modalità tali da indurre il minore a persuadere il genitore all’acquisto;

d) divieto di raggiri a danno del minore basati sullo sfruttamento del senso naturale di fiducia che il minore ripone nei genitori/insegnanti.

7. Osservazioni circa l'esigenza di una disciplina più rigorosa in materia e la previsione di eventuali restrizioni e divieti merceologici per talune tipologie di televendita.

8. Osservazioni in merito all'efficacia degli strumenti di autoregolamentazione in materia di obblighi di contenuto delle trasmissioni di televendita gravanti sulle emittenti.

9. Ogni altro commento, osservazione e rilievo utile ai fini della presente consultazione.

I PROVVEDIMENTI DELL'AUTORITÀ

INTERCONNESSIONE

Delibera n. 18/01/CIR del 7 agosto 2001

Disposizioni ai fini del corretto adempimento ai contenuti della delibera n. 10/00/CIR da parte di Telecom Italia

Gazzetta Ufficiale 31 agosto 2001, n. 202

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per le infrastrutture e le reti del 7 agosto 2001;

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”, in particolare, l’articolo 1, comma 6, lettera a), numeri 7 ed 8, e l’articolo 5;

VISTA la direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 97/33/CE del 30 giugno 1997, relativa alla “Interconnessione nel settore delle telecomunicazioni e finalizzata a garantire il servizio universale e l’interoperabilità attraverso l’applicazione dei principi di fornitura di una rete aperta (ONP)”;

VISTA la raccomandazione della Commissione europea 98/195/CE dell’8 gennaio 1998, concernente “L’interconnessione in un mercato delle telecomunicazioni liberalizzato (parte 1 - fissazione dei prezzi di interconnessione)” ed i successivi aggiornamenti;

VISTA la raccomandazione della Commissione europea 98/322/CE dell’8 aprile 1998, concernente “L’interconnessione in un mercato delle telecomunicazioni liberalizzato (parte 2 - separazione contabile e contabilità dei costi)” ed i successivi aggiornamenti;

VISTA la raccomandazione della Commissione C(1999) 3863 del 24 novembre 1999, concernente “Fissazione dei prezzi d’interconnessione per le linee affittate in un mercato delle telecomunicazioni liberalizzato”;

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 19 settembre 1997, n. 318, recante “Regolamento per l’attuazione di direttive comunitarie nel settore delle telecomunicazioni”;

VISTO il decreto ministeriale 25 novembre 1997, recante “Disposizioni per il rilascio delle licenze individuali nel settore delle telecomunicazioni”, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 283 del 4 dicembre 1997;

VISTO il decreto ministeriale 23 aprile 1998, recante “Disposizioni in materia di interconnessione nel settore delle telecomunicazioni”, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 133 del 10 giugno 1998;

VISTA la propria delibera n. 1/CIR/98, concernente “Valutazione e richiesta di modifica dell’offerta di interconnessione di riferimento di Telecom Italia del 24 luglio 1998”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 289 dell’11 dicembre 1998;

VISTA la propria delibera n. 1/CIR/99, concernente “Disciplina della numerazione nel settore delle telecomunicazioni”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 193 del 18 agosto 1999, e successive modifiche;

VISTA la propria delibera n. 197/99, relativa alla “Determinazione degli organismi di telecomunicazioni aventi notevole forza di mercato”;

VISTA la propria delibera n. 3/CIR/99, recante “Regole per la fornitura della Carrier Selection Equal Access in modalità di preselezione (Carrier Preselection)”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 303 del 28 dicembre 1999;

VISTA la propria delibera n. 4/CIR/99 del 7 dicembre 1999, recante “Regole per la fornitura della portabilità del numero tra operatori (Service Provider Portability)”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 303 del 28 dicembre 1999;

VISTA la propria delibera n. 1/00/CIR, recante “Valutazione e richiesta di modifica dell’offerta di interconnessione di riferimento di Telecom Italia del luglio 1999”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 45 del 24 febbraio 2000;

VISTA la propria delibera n. 3/00/CIR, recante “Disposizioni relative all’appendice all’offerta di interconnessione di riferimento 1999 di Telecom Italia. Servizi di interconnessione finalizzati all’offerta delle prestazioni di Carrier Preselection e di Service Provider Portability”;

VISTA la propria delibera n. 4/00/CIR, recante “Disposizioni sulle modalità relative alla prestazione di Carrier Preselection (CPS) e sui contenuti degli accordi di interconnessione”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 117 del 22 maggio 2000;

VISTA la propria delibera n. 5/00/CIR, recante “Monitoraggio del processo di implementazione dei servizi di accesso disaggregato a livello di rete locale, portabilità del numero e Carrier Preselection”;

VISTA la propria delibera n. 6/00/CIR, recante “Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 169 del 21 luglio 2000;

VISTA la propria delibera n. 7/00/CIR, recante “Disposizioni sulle modalità relative alla prestazione di Service Provider Portability (SPP) e sui contenuti degli accordi di interconnessione”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 185 del 9 agosto 2000;

VISTA la propria delibera n. 10/00/CIR, recante “Valutazione e richiesta di modifica dell’Offerta di Interconnessione di Riferimento di Telecom Italia 2000”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 256 del 2 novembre 2000;

VISTA l’offerta di interconnessione di riferimento di Telecom Italia per l’anno 2000, formulata in data 23 novembre e 9 aprile 2001, in adempimento alla delibera n. 10/00/CIR;

VISTA la nota dell’Autorità del 29 maggio 2001, prot. n. 530/01/RM, indirizzata a Telecom Italia, concernente gli esiti della valutazione della sopra citata offerta di interconnessione di riferimento;

SENTITA la società Telecom Italia nell’ambito delle audizioni del 19 giugno e 30 luglio 2001 e tenuto conto delle osservazioni formulate e dei documenti presentati dalla stessa Società;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

CONSIDERATO quanto segue:

1. Iter istruttorio

In data 23 novembre 2000, a seguito e in adempimento a quanto disposto dalla delibera n. 10/00/CIR, Telecom Italia ha pubblicato una nuova versione dell’Offerta di Interconnessione di Riferimento per l’anno 2000.

L’Autorità ha provveduto ad un’analisi della nuova Offerta ed ha conseguentemente indicato a Telecom Italia alcuni temi rispetto ai quali il nuovo testo dell’Offerta non è risultato pienamente allineato alle disposizioni della citata delibera.

L’approfondimento relativo alle numerose tematiche aperte, effettuato dagli uffici istruttori, anche attraverso un confronto con Telecom Italia, ha condotto alla individuazione di soluzioni applicative per alcune di tali tematiche.

In data 9 aprile 2001 Telecom Italia ha proposto una nuova versione dell’Offerta di Riferimento; gli uffici istruttori dell’Autorità hanno, peraltro, continuato a registrare un non completo allineamento della nuova versione al quadro normativo vigente.

L’Autorità ha, pertanto, deciso di avviare una specifica istruttoria finalizzata a determinare i contenuti dell’Offerta di Riferimento per gli aspetti di seguito elencati, in quanto ritenuti non conformi alle disposizioni regolamentari:

a) condizioni economiche per la fornitura delle prestazioni di fatturazione e rischio d’insolvenza per l’accesso da parte di abbonati di Telecom Italia a numerazioni non geografiche di altri operatori (articolo 2, delibera n. 10/00/CIR);

b) condizioni economiche per l’offerta del servizio di circuiti parziali (articolo 5, delibera n. 10/00/CIR);

c) contenuti del *Service Level Agreement* relativo ai servizi di *Carrier Preselection* e *Number Portability* (delibere n. 4/00/CIR e n. 7/00/CIR).

2. Condizioni economiche per le prestazioni di fatturazione e rischio di insolvenza per l'accesso di abbonati di Telecom Italia a numerazioni non geografiche di altri operatori

L'articolo 2 della delibera n. 10/00/CIR dispone l'inserimento all'interno dell'Offerta di Interconnessione di Riferimento delle condizioni tecniche ed economiche di fornitura dei servizi di accesso da parte di abbonati di Telecom Italia alle numerazioni non geografiche assegnate ad altro operatore, ivi comprese le condizioni economiche per le attività di fatturazione e rischio di insolvenza.

Telecom Italia ha omesso di includere, nelle due pubblicazioni dell'Offerta sopra richiamate, le condizioni economiche relative a tali prestazioni, provvedendo a definire tali condizioni su base commerciale e a pubblicarle in un allegato a parte.

La soluzione applicativa proposta da Telecom Italia non risulta in linea con le vigenti disposizioni: in primo luogo, l'inclusione nell'Offerta di condizioni economiche per la fatturazione e rischio d'insolvenza per l'accesso a numerazioni non geografiche di altri operatori e la conseguente applicazione del regime regolamentare connesso (in particolare, degli obblighi di non discriminazione e orientamento ai costi) sono specificamente previste dalla delibera n. 10/00/CIR.

Sotto un profilo sostanziale, la mancata applicazione della richiamata disciplina si risolve, d'altro canto, nella definizione di valori economici tali da non consentire lo sviluppo concorrenziale del mercato dei servizi non geografici; l'analisi delle condizioni economiche proposte da Telecom Italia per le attività di fatturazione e rischio d'insolvenza, effettuata anche alla luce delle condizioni che Telecom Italia pratica alla propria clientela per servizi analoghi, evidenzia che tali condizioni costituiscono un ostacolo alla sostenibilità di offerte concorrenziali da parte degli operatori interconnessi; in particolare si rileva che tali costi raggiungono anche il 30 % del prezzo praticato dall'operatore al cliente finale (a cui vanno aggiunti i costi sopportati dall'operatore per la fornitura del proprio servizio).

L'Autorità ha chiesto in più occasioni a Telecom Italia di produrre evidenza dei costi sottesi alle condizioni economiche proposte per l'offerta di tali servizi. Telecom Italia non ha reso disponibili i dati richiesti, ritenendo che le attività di fatturazione e rischio d'insolvenza non rientrino nel regime regolamentare definito per i servizi d'interconnessione.

Al fine di pervenire alla definizione di un valore economico riferito a tali servizi, l'Autorità ha ritenuto, pertanto, opportuno procedere ad un'analisi comparata delle condizioni economiche praticate nei principali Paesi europei per la fornitura delle prestazioni in parola. Tale analisi ha evidenziato che, pur tenendo in considerazione le differenti articolazioni dei prezzi dei servizi finali, nonché i differenti modelli regolamentari e di *pricing* applicati nei vari Paesi alla fornitura di tali prestazioni, la remunerazione dei servizi di fatturazione e rischio di insolvenza è quantificabile, sulla base di una valutazione della migliore prassi corrente a livello europeo, in un valore medio pari al 7% complessivo, ossia remunerativo di entrambe le attività, da calcolare sul prezzo praticato dall'operatore al cliente finale; tale valore risulta significativamente inferiore rispetto ai valori richiesti da Telecom Italia.

È appena il caso di precisare che la definizione dei valori sulla base della migliore prassi corrente registrata a livello europeo assume un carattere transitorio; infatti, l'applicazione di tale criterio consegue all'esigenza di pervenire per l'anno 2000, in assenza di evidenze contabili, alla definizione di valori coerenti con le esigenze di sviluppo del mercato, ferma restando la piena applicabilità dei principi di non discriminazione e orientamento ai costi.

3. Condizioni economiche per la fornitura del servizio di circuiti parziali

L'articolo 5 (commi 1 e 3) della delibera n. 10/00/CIR prevede l'inserimento all'interno dell'Offerta di Riferimento di condizioni tecniche ed economiche di fornitura di circuiti parziali per l'interconnessione di linee dedicate, con capacità pari a 64 Kbit/s, 2Mbit/s e 34 Mbit/s e per distanze predeterminate (5 Km per circuiti a 64 Kbit/s; 2 e 5 Km per circuiti a 34 Mbit/s). Il comma 2 del medesimo articolo 5 (letto in combinato con i considerando alla delibera stessa) provvede a definire le caratteristiche tecniche e le condizioni d'utilizzo dei circuiti parziali; essi sono da intendersi come beni intermedi che realizzano un collegamento tra un punto terminale di rete ed il nodo dell'operatore interconnesso, allo scopo di consentire all'operatore interconnesso di fornire un servizio finale di linee affittate. Con specifico riferimento alle condizioni economiche, il comma 4 del citato articolo 5 fa esplicito richiamo alle indicazioni di *benchmark* fornite dalla Commissione europea, nell'ambito della raccomandazione C(1999) 3863. L'Offerta del 23 novembre 2000, nel contem-

plare la fattispecie dei circuiti parziali, ne limita il profilo tecnico al caso in cui l'operatore sia co-locato presso le centrali di Telecom Italia. L'Autorità ha segnalato a Telecom Italia che tale applicazione non è in linea con la delibera n. 10/00/CIR. Nella successiva versione del 9 aprile 2001, Telecom Italia ha modificato la configurazione tecnica del servizio, allineandosi alle indicazioni fornite dall'Autorità, ma discostandosi in maniera significativa dalla raccomandazione europea per quanto riguarda la formulazione delle condizioni economiche.

Al fine di superare gli ostacoli alla diffusione del servizio di circuiti parziali, l'Autorità ha ritenuto di intervenire per determinare le condizioni economiche di tali servizi contenute nell'Offerta 2000.

In tal senso, l'Autorità ha ritenuto opportuno procedere ad una verifica comparativa delle condizioni economiche praticate nei principali Paesi europei; tale scelta appare tanto più opportuna, ai fini di una migliore interpretazione dell'impatto dei valori della raccomandazione europea, se si considera che i valori riportati nella raccomandazione stessa sono stati formulati nel 1999 (ovvero in un periodo nel quale l'offerta di circuiti parziali non era ancora diffusa a livello internazionale), prendendo come base i valori economici dei servizi *retail* in relazione alla maggior parte dei Paesi considerati. Il quadro comparativo internazionale ha fatto emergere che il servizio di circuiti parziali è stato finora introdotto in un numero limitato di Paesi (quali, ad esempio, Regno Unito, Belgio e Lussemburgo), mentre sta per essere introdotto nel corso del 2001 in altri Paesi (quali, ad esempio, Spagna e Francia). Anche nei Paesi in cui il servizio è in fase di introduzione, le Autorità di regolamentazione hanno pubblicato le linee guida sull'implementazione di tale servizio, sia in termini di configurazione, sia in termini di valori economici.

Telecom Italia, nel corso delle attività istruttorie, ha chiesto una applicazione progressiva dei valori della raccomandazione, su un arco temporale di 2 anni, con particolare riferimento ai circuiti parziali a 64 Kbit/s. L'Autorità ritiene che, in fase di prima applicazione, possa essere consentito un meccanismo di gradualità per l'allineamento ai valori della raccomandazione europea, con esclusivo riferimento ai circuiti parziali a 64 Kbit/s.

Particolarmente importante è, inoltre, la previsione di opportuni meccanismi contrattuali che assicurino agli operatori interessati la possibilità di fruire dei servizi di circuiti parziali tempestivamente e senza eventuali penali o condizioni limitative in caso di recesso da contratti pregressi per la fornitura di servizi di linee affittate.

Infine, appare opportuno sottolineare l'esigenza che Telecom Italia definisca un sistema di programmazione per la fornitura dei circuiti parziali adeguato alla natura del servizio. L'Autorità ritiene, infatti, che la previsione di condizioni contrattuali particolarmente onerose e non giustificate per la programmazione dei circuiti parziali rischia di costituire un forte ostacolo all'effettiva fruibilità del servizio da parte degli operatori.

Ciò detto, per quanto concerne l'applicazione della disciplina dei circuiti parziali nell'ambito dell'Offerta di Interconnessione per il 2000, è il caso di precisare che, anche alla luce dell'interesse manifestato da parte degli operatori, tale disciplina appare destinata a produrre effetti di notevole rilievo anche in prospettiva.

In tal senso, è il caso di precisare che la raccomandazione della Commissione europea suggerisce, a titolo di modello, un sistema di prezzi massimi per circuiti di determinate distanze e capacità, finalizzato a semplificare le attività degli Stati membri nell'applicazione della fattispecie, senza peraltro limitare, in termini di distanze e/o capacità, tale fattispecie del servizio.

In tale ottica, non è esclusa la possibilità per gli operatori di richiedere, nell'ambito dei negoziati d'interconnessione (e secondo il regime generale definito per i servizi d'interconnessione, con particolare riguardo agli obblighi di non discriminazione, trasparenza ed orientamento ai costi), circuiti parziali per distanze superiori ai 5 Km e per tutte le capacità che sono nella disponibilità tecnica di Telecom Italia. Si richiama al riguardo la stessa raccomandazione, secondo cui tutte le tipologie di linee affittate che sono fornite alla clientela finale da parte dell'operatore notificato devono essere rese disponibili per l'interconnessione di linee dedicate a condizioni trasparenti, orientate ai costi e non discriminatorie, soggette all'approvazione del regolatore.

Resta, peraltro, nella competenza dell'Autorità di imporre che l'offerta di circuiti parziali anche a lunghezze superiori ai 5 km, nonché con capacità superiori a 34 Mbit/s ed in generale tutte le capacità disponibili, costituisca contenuto obbligatorio dell'Offerta di Interconnessione di Riferimento di Telecom Italia.

Sempre sotto il profilo della configurazione tecnica del servizio, le attività istruttorie suggeriscono, inoltre, l'esigenza di puntualizzare la natura del circuito parziale, come servizio intermedio di collegamento tra un punto terminale di rete ed un punto di presenza che sia inequivocabilmente identificabile come un nodo dell'operatore interconnesso; presso tale nodo si concentrerà, quindi, tipicamente la raccolta di uno o più circuiti parziali, utilizzati dall'operatore per la fornitura di un servizio finale di linee affittate. In tale ottica, ne consegue che in nessun caso un singolo circuito parziale potrà essere utilizzato dall'operatore per collegare due sedi di clienti finali.

Una ulteriore notazione tecnica riguarda un passaggio puntuale dell'Offerta di Riferimento dell'aprile 2001, in cui si utilizza l'espressione "*co-locazione nel sito della centrale di competenza della sede di utente*". Si tratta di una espressione che si presta ad interpretazioni restrittive e potenzialmente limitative della discrezionalità dell'operatore di definire il proprio punto di raccolta del circuito parziale; naturalmente, tale discrezionalità trova un preciso limite nella corretta applicazione della fattispecie, così come sopra descritta.

In termini più generali, si ritiene utile, ai fini di una più chiara rappresentazione della natura del servizio in questione, che l'Offerta di Interconnessione riporti una dettagliata descrizione delle diverse configurazioni tecniche del servizio. Al riguardo, è possibile prevedere almeno le seguenti differenti configurazioni:

a) il punto di interconnessione è situato presso la centrale di Telecom Italia: Telecom Italia fornisce, quindi, il circuito parziale dalla sede del cliente fino alla propria centrale, nella quale l'operatore è co-locato. L'ulteriore prolungamento trasmissivo può essere fornito dall'operatore stesso, da Telecom Italia o da un operatore terzo;

b) il punto di interconnessione è situato presso il sito dell'operatore: Telecom Italia fornisce l'intero collegamento (il circuito parziale), costituito dalla sede del cliente alla propria centrale e dal circuito d'interconnessione di questa fino al sito dell'operatore.

Sulla base delle configurazioni sopra descritte, appare utile precisare che le condizioni economiche definite dal presente provvedimento (canoni e contributi di attivazione) si riferiscono alla fornitura dei circuiti parziali propriamente detti, ovvero ai collegamenti tra la sede d'utente e il punto di interconnessione dell'operatore, indipendentemente dal fatto che quest'ultimo sia co-locato o meno. Nel caso di cui alla lettera a) le condizioni economiche di circuito parziale si applicano al collegamento tra la sede d'utente e la centrale di Telecom Italia. In tal caso, l'eventuale servizio di prolungamento trasmissivo richiesto dall'operatore è da considerarsi non compreso nelle condizioni economiche del circuito parziale, e dovrà essere evidenziato a parte.

4. Service Level Agreement per servizi di Carrier Preselection e Number Portability

Telecom Italia ha provveduto a pubblicare un *Service Level Agreement* (SLA) per i servizi di *Carrier Preselection* (CPS) e *Number Portability* (NP) in data 9 aprile 2001; i contenuti del SLA risultano, in più punti, in contrasto con le vigenti disposizioni:

a) per la *Carrier Preselection*, la previsione di un tempo massimo di 15 giorni è in contrasto con l'articolo 2, comma 1, della delibera n. 4/00/CIR che prevede un tempo massimo di 10 giorni lavorativi;

b) per la *Number Portability*, i tempi massimi previsti di 25/30 giorni sono in contrasto con l'articolo 7, comma 2, della delibera n. 4/CIR/99 che prevede un tempo massimo di 15 giorni lavorativi;

c) il SLA non viene applicato da Telecom Italia agli "ordinativi non standard", intesi da Telecom Italia come quelli per i quali l'operatore non riporti informazioni quali *directory number*, tipo linea, caposerie e quantità di flussi/linee; tali informazioni non sono ritenute come obbligatorie ai sensi del vigente quadro regolamentare;

d) i tempi di *assurance* proposti sono inadeguati ad assicurare il tempestivo ripristino del servizio;

e) il sistema di penali proposto non appare adeguato ad assicurare uno stimolo all'efficace e tempestiva implementazione delle prestazioni di *Carrier Preselection* e *Number Portability*.

L'Autorità ritiene, quindi, indispensabile una revisione del SLA per servizi di *Carrier Preselection* e *Number Portability* secondo criteri analoghi a quelli già adottati per la disciplina di altri servizi intermedi forniti agli operatori; si richiamano, al riguardo, le disposizioni definite nell'ambito della disciplina delle linee affittate (delibera n. 711/00/CONS) e dell'accesso disaggregato a livello di rete locale (delibera n. 13/00/CIR). Con specifico riferimento ai servizi in oggetto, emerge, inoltre, la necessità di definire meccanismi di penali per garantire una tempestiva comunicazione all'operatore di eventuali rifiuti, nonché, nel caso della *Number Portability*, per assicurare il rispetto della data di *cut-over* prevista dalla

delibera n. 7/00/CIR. Il meccanismo di penali proposto da Telecom Italia fissa un tetto massimo della penale pari al 100% del costo di attivazione a partire dal 30° giorno di ritardo. Tale proposta non è coerente con il disposto della delibera n. 10/00/CIR ed, in particolare, con l'articolo 1, comma 2, lettera e), che indica chiaramente che le penali debbano avere carattere progressivo. L'Autorità ritiene, infatti, che, con particolare riferimento ai servizi in questione caratterizzati da un forte rilievo concorrenziale, la natura progressiva delle penali sia indispensabile al fine di disincentivare comportamenti dilatori da parte di Telecom Italia.

UDITA la relazione del Commissario ing. Vincenzo Monaci, relatore ai sensi dell'articolo 32 del regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Art. 1

Condizioni economiche per le attività di fatturazione e rischio di insolvenza per l'accesso da parte di abbonati di Telecom Italia a numerazioni non geografiche di altri operatori

1. Le condizioni economiche, all'interno dell'Offerta di Interconnessione di riferimento, per la prestazione di fatturazione e rischio di insolvenza per l'accesso da parte di abbonati di Telecom Italia a numerazioni non geografiche di altri operatori, sono fissate in una misura non superiore al 7% dei ricavi percepiti dall'utente chiamante.

Art. 2

Condizioni economiche per l'offerta del servizio di circuiti parziali

1. Le condizioni economiche per l'offerta del servizio di circuiti parziali per l'anno 2000 sono le seguenti:

Tipologia	Canoni mensili		Contributo di attivazione	
	Euro	Lire	Euro	Lire
64 kbit/s ≤ 5 km	100	193.600	465	900.000
2 Mbit/s ≤ 5 km	350	677.700	568	1.100.000
34 Mbit/s ≤ 2 km	1.800	3.485.000	1.085	2.100.000
34 Mbit/s ≤ 5 km	2.600	5.034.300	1.085	2.100.000

2. Le distanze di cui al precedente comma 1 sono misurate in "linea d'aria".

3. Telecom Italia assicura che il recesso dagli attuali contratti stipulati per linee affittate, finalizzato alla migrazione all'offerta di circuiti parziali, avvenga senza penali e aggravati di costi per gli operatori richiedenti.

Art. 3

Service Level Agreement per i servizi di Carrier Preselection e Number Portability

1. Con riferimento al *Service Level Agreement* per i servizi di *Carrier Preselection* (CPS) e *Number Portability* (NP) si applicano le seguenti definizioni, indipendentemente dalla tipologia di linea di riferimento:

a) "ordinativo standard": ordinativo in cui tutti i campi obbligatori e facoltativi sono stati compilati dall'operatore;