

12 giugno 2019 10:11

Telefonia, acquisto di servizi a valore aggiunto (Premium): le linee guida dell'AGCOM

di [Rita Sabelli](#)

Il Garante per le Comunicazioni ha emanato il nuovo Codice di Condotta per l'offerta dei servizi premium, il CASP 4.0, a tutela degli utenti riguardo la pubblicità e la vendita con un'attenzione particolare agli accessi online, via smartphone o tablet, e ai minorenni.

La prima versione del Codice, del 2008, riguardava servizi originariamente definiti a sovrapprezzo resi tramite sms e mms. Sono seguiti aggiornamenti sia dovuti all'evoluzione tecnologica e del mercato sia -soprattutto- alle segnalazioni che il Garante ha ricevuto riguardo modalità di vendita ingannevoli, sleali e truffaldine.

I servizi premium, anche detti "a valore aggiunto" oppure "a contenuto", sono quelli che ormai rappresentano una parte rilevante dell'offerta telefonica e che rientrano negli ambiti dell'intrattenimento e dell'utilità come le chat e le community, i loghi e le suonerie, i giochi, la musica, i film, le news, l'oroscopo, etc. etc.

Il codice è ampio e dettagliato e riguarda tutti i canali di comunicazione dove i servizi possono essere proposti, dalla TV alla stampa agli sms, mms, al web, a internet e mobile internet.

La parte che secondo noi merita particolare evidenza è quest'ultima, internet e mobile internet, ovvero le offerte e le adesioni che avvengono tramite i pc ma soprattutto i tablet e gli smartphone, con accettazioni spesso frettolose, non informate e talvolta anche del tutto involontarie. Proprio a tutela dell'utente le linee guida prevedono, per la telefonia mobile, la necessità di un doppio click di consenso.

Indice scheda

[PRINCIPI GENERALI E PUBBLICITÀ](#)

[INFORMAZIONI SULLA PAGINA WEB DI ACQUISTO](#)

[ATTIVAZIONE/ACQUISTO](#)

[DISATTIVAZIONE](#)

[AVVISI SMS DA RICEVERE](#)

[ASSISTENZA: CALL CENTER UNICO E AREE SELF CARE](#)

[RECLAMI E RIMBORSI](#)

[CONCILIAZIONI](#)

[ALTRE MODALITÀ DI OFFERTA](#)

[RIFERIMENTI NORMATIVI E LINK UTILI](#)

PRINCIPI GENERALI E PUBBLICITÀ

Un principio molto importante fissato dal codice è che i servizi premium non devono contenere informazioni false ambigue esagerate incomplete fuorvianti o ingannevoli e condurre sulla base di queste a conclusioni erronee (per esempio promesse di vincite).

I servizi premium inoltre non devono contenere e/o promuovere:

- alcun tipo di discriminazione sessuale, razziale, religiosa o altra;
- incitazioni al compimento di azioni illegali o contrarie alla moralità o alla sicurezza e all'ordine pubblico;
- informazioni false;
- stati di ansia, timore, assuefazione o insicurezza.

Per quanto riguarda le comunicazioni pubblicitarie, i servizi devono essere sempre chiaramente identificabili e riconoscibili; il messaggio non deve indurre in errore. I banner e pop up non possono contenere elementi fuorvianti riguardo alle azioni determinate dai "click" dei clienti.

Informazioni per i minorenni

Se la promozione di servizi premium avviene attraverso strumenti che per loro natura sono prevalentemente rivolti ad un pubblico di minori, dovrà esser posta particolare cura nella realizzazione dei messaggi. In particolare:

- il linguaggio dovrà essere chiaro e semplice;
- le informazioni essenziali devono essere esplicitate, in particolare la natura a pagamento del servizio;

- devono essere esplicitate con particolare semplicità il riferimento alla caratteristica “in abbonamento” e le condizioni economiche dei servizi;
- ci deve sempre essere la raccomandazione di farsi autorizzare da un adulto prima di effettuare l'acquisto o aderire al servizio. Può essere utilizzata la dicitura SERVIZIO IN ABBONAMENTO, chiedi ad un adulto prima di effettuare l'acquisto”.

INFORMAZIONI SULLA PAGINA WEB DI PROPOSTA

Nella landing page, la pagina web che propone l'acquisto, devono essere presenti alcuni elementi:

- indicazione del costo del servizio posizionata in prossimità dei tasti e preceduta dalla dicitura “servizio in abbonamento” in caso di acquisto di servizi a sottoscrizione;
- avviso che l'addebito sarà effettuato sulla numerazione per la quale è stato chiesto l'acquisto o l'attivazione in abbonamento;
- nel caso di acquisizione di consensi facoltativi, un click per la raccolta di tali consensi che consenta di documentarli adeguatamente;
- i tasti di attivazione devono contenere le diciture CLICCA E CONFERMA oppure CLICCA E ABBONATI oppure CLICCA E ACQUISTA e devono costituire l'unica area che determina l'acquisto/attivazione col click del cliente;
- opportuna dimensione e leggibilità dei caratteri col giusto contrasto rispetto ai colori dello sfondo della pagina;
- i tasti non devono essere sovrapposti nel passaggio dalla prima alla seconda pagina del flusso;
- devono essere presenti link alle condizioni che regolano il servizio: costi e informazioni, lista dei terminali compatibili, info sulla privacy.

Per le attivazioni dei servizi in abbonamento ci devono essere sempre le seguenti informazioni:

- nome commerciale del servizio;
 - descrizione esaustiva del servizio;
 - indicazione che cliccando su CLICCA E CONFERMA il cliente dichiara di essere maggiorenne e di accettare i termini e le condizioni del servizio, nonché i costi;
 - nell'area di sottoscrizione che contenga un tasto di attivazione CLICCA E CONFERMA oppure CONFERMA seguito da un tasto di CLICCA E ABBONATI oppure ABBONATI con passaggio ad una successiva landing page;
 - nella stessa area, adiacente ai tasti, il prezzo e la frequenza di abbonamento; deve essere presente anche l'indicazione che cliccando sul tasto di attivazione dell'abbonamento il costo viene addebitato sulla numerazione del cliente;
 - un tasto ANNULLA o CLICCA PER USCIRE che permetta di interrompere il flusso di navigazione.
- Deve inoltre sempre essere presente la dicitura IN ABBONAMENTO oppure SERVIZIO IN ABBONAMENTO.

Per le attivazioni singole, occasionali (one shot) il contenuto della pagina è circa lo stesso ma cambiano i nomi dei tasti. Prima CLICCA E CONFERMA oppure CONFERMA, seguito da CLICCA E ACQUISTA oppure ACQUISTA nella pagina successiva. Il prezzo e l'indicazione di addebito si trovano vicini al tasto di acquisto, il secondo. Anche qui deve essere presente il tasto ANNULLA o CLICCA PER USCIRE.

Costituiscono eccezione i servizi acquistabili con una registrazione e una comunicazione ad hoc alternativa agli SMS (per esempio mail), per i quali il processo di acquisto si completa in un'unica manifestazione di volontà del cliente (one click) e non è previsto l'invio di SMS di conferma d'acquisto.

In ambedue i casi i tasti di attivazione NON devono contenere scritte diverse che richiamino azioni di impulso e non siano riferibili ad una chiara volontà di attivazione (per esempio “Gioca”, “Entra”, “Vinci”, “Play”, “Scopri”, e simili).

ATTIVAZIONE/ACQUISTO

L'attivazione può avvenire in diverse modalità:

GOLD – attivazione/acquisto su siti mobile web tramite navigazione su rete mobile

Per questo tipo di attivazioni occorre un doppio click, il primo sul tasto CLICCA E CONFERMA e il secondo su CLICCA E ABBONATI oppure su CLICCA E ACQUISTA.

Durante la procedura non è consentito il “redirect” del cliente verso pagine di attivazione di più servizi.

In caso di portali multi-servizio che promuovono diversi servizi premium distinti, dovranno essere previsti altrettanti flussi distinti di acquisto/attivazione, con chiari termini e condizioni.

Ogni transazione va tracciata in modo che tutte le sue fasi siano recuperabili (data e ora dei click e altri elementi); i dati vanno conservati per sei mesi dall'acquisto (acquisti occasionali, one shot) oppure dalla data di disattivazione (acquisti in abbonamento).

Il cliente, dopo l'attivazione, deve ricevere un SMS gratuito di conferma.

SILVER – attivazione/acquisto sui siti web/mobile web tramite navigazione su rete wi-fi o rete fissa

In questo caso l'accesso avviene con passaggio da una maschera dove viene inserito il numero di cellulare all'accesso ad una pagina web di conferma dove avviene l'identificazione tramite pin e password e sono presenti le informazioni sul servizio con il prezzo e la frequenza di abbonamento vicino al tasto CLICCA E ABBONATI oppure CLICCA E ACQUISTA.

Segue un SMS gratuito con la conferma dell'attivazione.

Le informazioni su "termini e condizioni" devono essere visualizzate in un video presente sulla pagina senza doverla far scorrere.

Attivazione/accesso tramite digitazione e invio di SMS

L'attivazione potrebbe avvenire tramite SMS, dopo l'inserimento del numero di cellulare, rispondendo SI al messaggio dell'operatore.

In altri casi è il cliente a digitare il numero del servizio sul proprio cellulare (in decade 4) inviando un messaggio specifico (dedicata al servizio) via SMS per poi ricevere per la stessa via una conferma.

SMS privi di testo (vuoti) non possono essere interpretati dagli operatori come volontà del cliente di attivazione o accesso.

Se l'attivazione avviene tramite tablet che non supporti gli SMS occorre, a valle del secondo click e priva dell'attivazione, la visualizzazione di un DISCLAIMER di conferma dei termini e condizioni.

DISATTIVAZIONE

I servizi in abbonamento attivati su numerazioni in decade 4 devono essere disattivabili mediante la parola STOP da inviare via SMS:

- al numero breve utilizzato per l'attivazione o, se diverso, al numero breve indicato nell'SMS di attivazione;
- in risposta al numero mittente di un qualsiasi SMS ricevuto, relativo al servizio.

Ovviamente tutti i servizi in abbonamento cessano automaticamente in caso di cessazione della linea, senza bisogno di intervento del cliente.

Occorre poi un SMS di conferma.

AVVISI SMS DA RICEVERE

Gli SMS vanno ricevuti:

- come conferma di attivazione (welcome sms) con le indicazioni sul costo, nome e descrizione del servizio, numero da chiamare per disattivare o avere informazioni.
- come promemoria (reminder sms), per i clienti che attivano un servizio in abbonamento, da ricevere ogni 30 giorni con indicazioni sul costo, nome e descrizione del servizio, numero da chiamare per disattivare o avere informazioni.
- come conferma di disattivazione, da ricevere dopo la disattivazione di un servizio in abbonamento. Nel messaggio deve esserci la frase "potrai usufruire del servizio fino al termine dell'attuale ciclo di fatturazione" con anche un numero da chiamare per informazioni.

ASSISTENZA: CALL CENTER UNICO E AREE SELF CARE

Call Center Unico

E' attivo il numero verde 800442299 -un call center unico gratuito- a disposizione 24 ore su 24, 7 giorni su 7, per

- informazioni sui servizi in abbonamento attivi sulla propria utenza;
- disattivazioni;
- richieste di rimborso.

Questo numero, raggiungibile tramite il cellulare, consente anche di parlare con un operatore del servizio clienti del fornitore del servizio, disponibile dalle 9 alle 21.

Aree selfcare

Sui siti di fruizione dei servizi premium ci deve essere un'area di selfcare denominata "Gestione profilo", "Gestione abbonamento" o "Gestione servizi" attraverso la quale l'utente può disattivare i servizi. In quest'area ci devono essere anche informazioni sul Call Center Unico.

RECLAMI E RIMBORSI

All'atto della ricezione di un reclamo il gestore operatore dovrà fare le dovute verifiche entro 30 giorni e poi, eventualmente, provvedere al rimborso del servizio contestato, tramite riaccredito in traffico telefonico oppure sulla prima fattura oppure con altre modalità concordate con il cliente (bonifico, per esempio). Il termine è di 10 giorni lavorativi dallo scadere dei 30 di verifica.

Il rimborso integrale di TUTTI i costi addebitati dall'attivazione di un abbonamento o dall'acquisto occasionale (one shot) potrà essere ottenuto purché la contestazione sia inoltrata entro SEI mesi dall'acquisto occasionale o dalla disattivazione dell'abbonamento.

Per i servizi in abbonamento è possibile rivolgersi al numero verde gratuito 800442299 (call center unico) da chiamare con cellulare. Per i servizi acquistati occasionalmente (one shot) ci si può rivolgere al proprio operatore. Il cliente può, in ogni caso, scegliere di avere assistenza e/o inoltrare i reclami anche attraverso il numero che appare negli SMS di conferma delle disattivazioni.

CONCILIAZIONI

Se il reclamo non andasse a buon fine la contestazione dovrebbe passare all'Autorità Garante AGCOM che svolge le conciliazioni online Conciliaweb tramite il CORECOM.

Tutte le informazioni al riguardo si trovano sulla scheda pratica [Telefonia e pay tv. Conciliazione obbligatoria e definizione delle controversie davanti al Corecom](#)

ALTRE MODALITÀ DI OFFERTA

La lettura del codice può essere un'utile guida per conoscere anche le regole in merito a:

- comunicazione pubblicitaria e promozione televisiva;
- comunicazione pubblicitaria e promozione radiofonica;
- comunicazione pubblicitaria e promozione su stampa e brochure informative;
- comunicazione pubblicitaria con contenuti promozionali e/o mediante l'organizzazione di manifestazioni a premio (concorso e/o operazioni a premio).

Il testo qui sotto.

RIFERIMENTI NORMATIVI E LINK UTILI

- Delibera AGCOM 108/19/CONS pubblicata il 12/4/2019
- [Testo del codice di condotta](#)