

Osservazioni di Fastweb ai disegni di legge sulla riforma del telemarketing

Fastweb opera nel settore della fornitura dei servizi di accesso internet e di telefonia. Siamo il principale operatore alternativo, e con 2.400.000 clienti - di cui più di 800.000 su reti di nuova generazione - siamo il principale player del settore dopo Telecom Italia.

Il telemarketing è uno strumento rilevante nel quadro delle nostre attività commerciali. Abbiamo realizzato investimenti molto ingenti per upgradare la nostra rete "di nuova generazione", sia in tecnologia FTTC (con la fibra fino all'armadio) che con FTTH (fibra fino all'armadio), che al momento già raggiunge 7.5 milioni di famiglie ed imprese. E seppure la domanda di "qualità" nelle connessioni internet stia progressivamente crescendo, è ancora una quota minoritaria quella delle famiglie che decidono di passare a servizi di connettività basati sulla fibra.

Lo strumento del telemarketing, insomma, è importante non solo come leva commerciale, ma anche per mantenere un dialogo costante con i nostri clienti e quelli che potrebbero diventarlo, per spiegare quello che stiamo realizzando e accelerare, in questo modo, la transizione alle reti di nuova generazione, fondamentale nel piano del Governo. Sarebbe abbastanza inutile avere reti ultraperformanti se queste non fossero poi utilizzate a pieno da famiglie ed imprese per innescare processi di innovazione ed efficienza.

Detto ciò, noi riconosciamo che il Registro delle Opposizioni (ROP), il principale strumento attraverso il quale il legislatore ha inteso regolare il fenomeno del telemarketing, non è al momento efficace per la definizione del giusto equilibrio tra esigenze commerciali delle aziende e quelle, più che legittime, di riservatezza dei cittadini. L'articolo pubblicato proprio la scorsa settimana sulla Stampa, che allego al testo, sottolinea come solo l'1% delle numerazioni fisse e mobili sia iscritta al registro. C'è poca consapevolezza dello strumento, ma soprattutto un vizio originario del Registro che ci auguriamo venga sanato.

Ci riferiamo appunto al fatto che solo utenti il cui numero è presente negli elenchi telefonici pubblici (le Pagine Bianche) possono iscriversi al Registro delle Opposizioni.

Questo vuol dire che - oltre all'evidente e inspiegabile esclusione dei numeri mobili dal registro - gli utenti che hanno un numero riservato non possono inserirlo nel Registro delle Opposizioni. Questo genera un paradosso: l'utente che decide di avere la massima riservatezza e protezione nei confronti delle telefonate commerciali, finisce per avere una tutela inferiore.

Quando, dunque, gli operatori di telemarketing inviano al Registro delle Opposizioni le liste di numeri da chiamare per verificare che siano contattabili si verifica un corto circuito: poiché i numeri riservati non sono presenti nel Registro, se questi sono inseriti nel database dell'operatore, non vengono eliminati e risultano erroneamente "contattabili".

La conseguenza è che i clienti, i quali al momento della sottoscrizione del contratto telefonico hanno esplicitamente optato per un numero riservato (ovvero scelgono consapevolmente l'opzione di non avere il proprio numero negli elenchi pubblici) sono soggetti paradossalmente ad una tutela minore e vengono spesso contattati dagli operatori di telemarketing in modo improprio.

Questa situazione è stata denunciata anche dal Garante per la protezione dei dati personali, Antonello Soro, nel suo discorso durante la relazione annuale al Parlamento:

*“Nel settore del telemarketing persistono le rilevanti criticità da tempo denunciate dal Garante e si continua a registrare un’incontenibile aggressività degli operatori che arriva a compromettere seriamente la tranquillità individuale e familiare. Nel solo primo semestre del 2016 sono pervenute circa 3000 segnalazioni di telefonate promozionali ritenute illecite. Un numero spropositato che, al di là di ogni azione di contrasto, continua a crescere. **Abbiamo sollecitato nuovi e più efficaci interventi normativi tra i quali la possibilità di includere nel Registro delle opposizioni tutte le utenze e non solo quelle presenti negli elenchi e sancire una più chiara responsabilità dei soggetti per conto dei quali viene effettuata la chiamata, anche in ragione della consolidata tendenza a subappaltare le attività, rendendo più difficili i dovuti controlli.**”*

In questo contesto, riteniamo molto positiva l’iniziativa dei disegni di legge di cui discutiamo oggi, la cui principale ratio è proprio di sanare questo paradosso.

Molti di voi sanno che, su questo tema, Fastweb è favorevole ad una opzione ancora più efficace: ovvero prevedere non solo che i numeri riservati possano essere iscritti nel Registro delle Opposizioni, ma che vengano comunicati direttamente e periodicamente al Registro dagli stessi operatori, in modo che siano iscritti senza una nuova attivazione del cliente, che ha già espresso in sede di abbonamento una chiara volontà ad avere un numero riservato, dunque non contattabile dagli operatori di telemarketing.

Da stime SEAT Pagine Gialle si desume che circa il 25% delle utenze telefoniche fisse sono riservate, circa 4 milioni. Questo implica che con l’approccio che noi suggeriamo il Registro delle Opposizioni passerebbe immediatamente dagli attuali 1.5 milioni di iscrizioni a circa 5 milioni.

L’approccio presentato nel ddl in discussione è analogo e sicuramente persegue lo stesso scopo. La differenza principale è l’iscrizione al Registro delle Opposizioni per i numeri non pubblici potrebbe avvenire **solo dietro diretta richiesta degli interessati**. Verrebbe a mancare dunque, l’effetto di immediato popolamento del Registro che è proprio una delle principali debolezze dell’attuale sistema.

A tale proposito, abbiamo percepito una preoccupazione, assolutamente legittima, legata agli effetti che un aumento immediato di iscrizioni al Registro delle Opposizioni genererebbe sulle attività dei contact center, un settore che sta attraversando delle notevoli difficoltà. A nostro avviso, prevedere l’iscrizione automatica al Registro delle numerazioni riservate rappresenta un ottimo bilanciamento tra l’esigenza di aumentare

rapidamente l'efficacia del Registro delle Opposizioni , offrendo tutela immediata a chi ha già scelto di non essere rintracciabile attraverso elenchi pubblici e la doverosa tutela di un segmento di attività importante come quello dei call center.

Rimarrebbero, infatti, non iscritti al Registro – se non su input diretto degli interessati – più di 10 milioni di numeri fissi oltre alle linee mobili.

L'interesse di Fastweb è quello di svolgere con professionalità e efficacia l'attività di telemarketing, senza arrecare disturbo a quei clienti che evidentemente non gradiscono una telefonata commerciale. Fare chiarezza nel settore ci consente di essere più mirati e concentrare risorse sugli utenti che non hanno espresso riserve in merito.

In relazione, infine, al complesso tema dell'azzeramento dei consensi, riteniamo in primo luogo che tale azzeramento come mero effetto dell'iscrizione al registro delle opposizioni potrebbe generare ulteriori complessità e anche un pregiudizio per gli utenti: la base del sistema attuale è, infatti, proprio il consenso prestato dal singolo quale espressione di volontà negoziale. Rispetto a tale volontà l'utente ha la possibilità di tornare indietro, attraverso un diverso strumento negoziale ovvero la revoca.

Prevedere, invece, che l'iscrizione al registro determini un azzeramento di tutti i consensi volontariamente e liberamente prestati ad uno o più soggetti, potrebbe condurre a situazioni indesiderate e lesive per il cliente stesso. Riteniamo che siano disponibili meccanismi più efficaci per consentire all'utente di tutelarsi rispetto a chiamate indesiderate, senza necessariamente privarsi della possibilità di contatti commerciali di cui ha volontariamente deciso di avvalersi.

In ogni caso, se questa dovesse essere la scelta del legislatore, siamo dell'idea che limitare l'eventuale azzeramento alle liste di consensi ceduti a terzi, come suggerito da alcuni – ovvero preservando la possibilità da parte dell'operatore Primo Titolare del trattamento, ovvero quello che originariamente ha acquisito il consenso, di contattare il cliente - determinerebbe ulteriori e gravissime distorsioni. L'operatore che ha acquisito originariamente il consenso, ad esempio perché fornisce già un servizio al cliente, dovrebbe essere in grado di contattare il cliente solo per temi strettamente attinenti alla fornitura del servizio stesso, e non per finalità commerciali, ovvero per offrirgli servizi ulteriori.

In caso contrario, si verificherebbe una gravissima distorsione competitiva: gli operatori, in determinati mercati, con un numero elevato di clienti sarebbero particolarmente avvantaggiati nelle attività di upselling e cross-selling. Si verificherebbe, insomma, una pericolosa chiusura del mercato a svantaggio di operatori nuovi entranti o di dimensioni più piccole. Pensate, ad esempio, al mercato della telefonia mobile. Un operatore nuovo entrante non avrebbe alcuna possibilità di svolgere attività commerciale rispetto invece

ad operatori consolidati, che in virtù del loro rapporto con un numero ampio di clienti avrebbero la possibilità di continuare a contattare i propri clienti per proporre servizi addizionali o in mercati contigui.