

MARTEDÌ 02 OTTOBRE 2012

Direttore Responsabile: [Gildo Campesato](#)[HOME](#) » [IT World](#) » Agcom, mano pesante per le aziende delle Tlc[IL RAPPORTO I-COM](#)

Agcom, mano pesante per le aziende delle Tlc

I-Com: pratiche scorrette verso i consumatori. La maglia nera al settore finanziario. Ma le multe più salate sono pagate dalle aziende delle comunicazioni. Francesco Posteraro (Agcom): “Tema centrale la consapevolezza dei consumatori

di **Giampiero Rossi**

Le telecomunicazioni (comprendendo settore postale e audiovisivo) nel 2011 figurano al secondo posto (con una percentuale del 27%) per numero di soggetti multati dalle Autorità di controllo in materia di consumo; ben dietro, a dire il vero, al settore finanziario che si aggiudica la maglia nera con ben il 40% del totale dei soggetti sanzionati. I trasporti si piazzano al terzo posto della poco invidiabile classifica col 16%. I dati emergono da un rapporto di **I-Com** reso noto nel corso di un convegno.

È soprattutto per le Tlc, però, che è stata usata una mano particolarmente pesante, visto che l'ammontare totale di sanzioni vede salire al primo posto proprio Tlc, poste e tv su cui è gravato ben il 45% del totale delle multe, seguite a distanza dal 19% del settore finanziario e dal 13% a pari merito di energia e trasporti. Cinque dei 10 soggetti più sanzionati dall'**Antitrust** appartengono al settore delle comunicazioni, 2 all'energia, 2 ai trasporti e 1 alle assicurazioni.

L'Agcom è dunque l'Autorità che sanziona percentualmente di più rispetto alle segnalazioni ricevute dai consumatori: ben il 68% dei provvedimenti sanzionatori nel primo semestre 2012 sono stati originati dai diretti interessati. Se si sommano per il 2011 solo le sanzioni in materia di pratiche commerciali scorrette irrogate dall'**Antitrust** e dall'Autorità settoriale agli operatori di comunicazioni ed energia si arriva rispettivamente a un salasso di oltre 12 milioni di euro.

“Nel settore delle comunicazioni elettroniche – osserva il Commissario **Agcom, Francesco Posteraro** – la consapevolezza dei consumatori è senza dubbio un tema centrale, sul quale l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha investito molto in ragione della particolare complessità dei mercati di riferimento, contraddistinti da un'incessante evoluzione tecnologica che si traduce in un continuo ampliamento dell'offerta di servizi. La consapevolezza, quindi, riveste un ruolo fondamentale, perché è in realtà l'unica vera “arma” a disposizione dei consumatori per orientarsi nel panorama dei servizi e godere effettivamente dei benefici della concorrenza.”

“Mettere al centro il cliente puntando su innovazione e tecnologia come cifre del business e dell'identità dell'azienda è la filosofia che **Sky Italia** ha tradotto in pratica con i servizi My Sky HD e “fai da te” sul sito web per un approccio innovativo alla soddisfazione e alla tutela dell'abbonato” ha spiegato **Stefano Ciullo**, direttore Affari regolamentari **Sky Italia**.

Sul “grado di consapevolezza e quindi sull'effettiva volontà di acquistare i nostri servizi” e i nuovi strumenti di comunicazione ha scommesso molto anche **3 Italia**. “Tanto più è alto il livello di questa consapevolezza – ha detto **Antongliulo Lombardi**, direttore degli Affari regolamentari e rapporti con la clientela dell'operatore telefonico – tanto maggiore deve essere il livello etico dell'offerta dell'azienda, che punta a tenersi al passo utilizzando intensamente i social network allo scopo di instaurare con i clienti rapporti sempre più veloci ed efficaci.”

Il Rapporto **I-Com** rileva anche come l'attenzione rivolta al cliente definisca un nuovo tipo di concorrenza tra le imprese, generando una corsa all'innovazione oltre che alla trasparenza per fidelizzare i consumatori. “Grazie al modello di concorrenza fra 4 operatori con proprie reti – ha sintetizzato il responsabile Antitrust e Tutela dei Consumatori di **Vodafone, Andrea Marini** – il settore mobile ha garantito negli anni investimenti in servizi, qualità, innovazione, con prezzi in costante discesa. È proprio questa dinamica virtuosa, guidata da clienti sempre più attori delle proprie scelte di consumo e resa possibile dalla concorrenza, a poter garantire anche in futuro che il processo di digitalizzazione, con il contributo di Autorità ed istituzioni, costituisca un'opportunità unica di crescita e di sviluppo”. Progetti contro il digital divide di **Vodafone** (“Internet in pillole” e “In Classe”) starebbero a dimostrarlo.

Il nuovo approccio delle aziende è apprezzato dal Segretario Nazionale di **Adiconsum**: “Internet ha inaugurato la globalizzazione del passaparola – ha detto **Pietro Giordano** – e la reputazione delle aziende corre veloce sulla rete. Oggi le imprese devono fare un salto di qualità culturale, che consenta loro di confrontarsi sul piano del rapporto qualità-prezzo e del servizio ai consumatori, perché solo un mercato sano e fortemente orientato all'etica della produzione e dello scambio è l'unica via percorribile per un sano sviluppo del Paese.”

“La collaborazione con autorità e associazioni di consumatori – ha detto **Giorgia Abeltino**, Policy Counsel di **Google Italy** – è parte integrante dello sforzo di Google a favore della tutela della privacy e della sicurezza dei propri utenti e ha dato vita ad una serie di iniziative per la navigazione sicura e responsabile tra cui la campagna “Buono a sapersi”, attualmente in corso. Il progetto vede il coinvolgimento attivo della **Polizia Postale**, che terrà seminari di formazione in 100 scuole di 100 province in contemporanea una volta al mese, con lo scopo di formare fino a 450.000 studenti nel corso dell'anno scolastico 2012-2013”. I

Il motore di ricerca più famoso del mondo ha inoltre sviluppato “SafeSearch” in grado di filtrare (e rimuovere) i siti che con contenuti espliciti di natura sessuale e la “Modalità di protezione su YouTube”, che consente di filtrare i contenuti differenziandoli per limiti d'età. Con lo stesso obiettivo Sky Italia ha da tempo installato l'ormai noto sistema di “Parental Control” per permettere agli adulti di decidere i contenuti visualizzabili secondo una classificazione per fasce di età.

Sul tema della tutela della privacy, il **Rapporto I-Com** esprime alcune perplessità sull'inidoneità degli strumenti legislativi nazionali ed europei per regolare uniformemente aspetti giuridici come quelli delle tutele dei dati personali ma secondo **Augusta Iannini**, vicepresidente del **Garante per la Privacy**, “il giudizio è solo in parte condivisibile e l'Autorità Garante è chiamata ad operare una delicata valutazione degli interessi in gioco per ricondurre all'equilibrio un sistema che non può, per la competitività del Paese, pendere da una sola parte.”

01 Ottobre 2012

TAG: [icom](#), [agcom](#), [francesco posteraro](#), [sky italia](#), [stefano ciullo](#), [antongliulo lombardi](#), [3 italia](#), [andrea marini](#), [vodafone](#), [adinconsum](#), [pietro giordano](#), [giorgia](#)