

L'AUTORITA'
PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 3 febbraio 2011

Approvazione del regolamento in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto. (Delibera n. 38/11/CONS).

Nella riunione del Consiglio del 3 febbraio 2011;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, «Istituzione dell'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo»;

Vista la legge 14 novembre 1995, n. 481, «Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilita'. Istituzione delle Autorita' di regolazione dei servizi di pubblica utilita'»;

Visto il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche» e, in particolare, il suo art. 70, che disciplina i requisiti minimi dei contratti con gli utenti dei servizi di comunicazioni elettroniche;

Visto il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante «Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici» e successive modificazioni;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica n. 430/2001 «Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio», con particolare riferimento all'art. 2, lettera c) per quanto riguarda le manifestazioni qui delineate;

Visto il decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, recante «Codice per la protezione dei dati personali» e successive modifiche e integrazioni;

Visto il decreto ministeriale n.145/2006 «Regolamento recante la disciplina dei servizi a sovrapprezzo» tra cui rientra, nell'ambito dei servizi di chiamate di massa, il televoto;

Vista la delibera n. 8/1999 del Consiglio del 27 marzo 1999 recante «Lista degli eventi di particolare rilevanza per la societa' da trasmettere su canali televisivi liberamente accessibili»;

Vista la delibera n. 26/08/CIR recante «Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa» e successive modifiche e integrazioni;

Visto il regolamento per le procedure sanzionatorie dell'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni, approvato con delibera n. 136/06/CONS e successive modifiche e integrazioni;

Visti i regolamenti per la risoluzione delle controversie insorte tra utenti e operatori nonche' tra piu' operatori, adottati da quest'autorita' con le delibere 173/07/CONS e 352/08/CONS e successive modifiche e integrazioni;

Visto il regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni, approvato con delibera n. 316/02/CONS del 9 ottobre 2002, e successive modifiche ed integrazioni;

Vista la delibera n. 659/10/CONS, recante «Avvio della consultazione pubblica in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto», pubblicata sul sito dell'autorita' in data 22 dicembre 2010, con avviso nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 302 del 28 dicembre 2010, con la quale l'autorita' ha posto in consultazione un testo di regolamento per la disciplina

della trasparenza ed efficacia del servizio di televoto, corredato da motivazione e domande rivolte al mercato per eventuali approfondimenti;

Preso atto delle osservazioni e delle risposte ricevute dai partecipanti alla consultazione pubblica e, in particolare, dagli operatori Telecom Italia S.p.A., con nota 2514/2011, Vodafone Omnitel N.V., nota Prot. 3091/2011, e Wind Telecomunicazioni S.p.A., nota Prot. 3337/2011, dalle emittenti RAI Radio Televisione Italiana, nota Prot. 3330/2011, RTI S.p.A. Gruppo Mediaset, nota Prot. 2491/29011, e Tim Media, nota Prot. 2514/2011, dall'associazione di Service Provider, ASSOCSP, nota del 3342/2011, nonché dalle associazioni di consumatori ADOC, nota Prot. 2062/2011, e Unione nazionale consumatori UNC, nota Prot. 3472/2011;

Audite le società Telecom Italia, Wind Telecomunicazioni, RTI, RAI e l'associazione ASSOCSP, che ne hanno fatto richiesta entro i termini prescritti;

Viste le motivazioni alla base dell'intervento dell'autorità indicate nelle premesse della suddetta delibera 659/10/CONS;

Considerato che, sebbene la scelta di offrire il servizio di televoto sul mercato derivi esclusivamente dalla impostazione editoriale che l'emittente decide di conferire ad un determinato programma radiotelevisivo, il servizio in questione, per la sua natura «convergente» e per la complessità delle prestazioni ad esso correlate, coinvolge necessariamente altri attori-operatori telefonici fissi e mobili, titolari di numerazione, centri servizi;

Considerato che per garantire l'obiettivo di assicurare agli utenti la necessaria qualità e trasparenza di questo servizio «convergente», reso a fronte di un corrispettivo, nonché la parità di trattamento dei televoti espressi, è necessario individuare il contributo che i diversi attori, ciascuno per la propria competenza, debbono conferire alla realizzazione di tale obiettivo, nonché definirne normativamente ruoli e responsabilità;

Considerato, peraltro, che alla descritta diversità dei ruoli e necessariamente collegata una diversità di coinvolgimento nell'ambito delle varie questioni poste in consultazione pubblica e che, pertanto, in quest'ottica l'autorità ha svolto le proprie valutazioni sulle osservazioni ricevute, illustrate nei seguenti paragrafi (che richiamano il numero dei paragrafi del documento posto in consultazione, allegato B alla delibera n. 659/10/CONS);

Rilevato al riguardo:

§ 4: Competenza e motivazioni dell'autorità in materia di televoto.

Oggetto della proposta in consultazione.

L'autorità ha ritenuto di intervenire in materia di televoto, sulla base delle disposizioni dell'art. 1, comma 6, lettera b), n. 2 della legge n. 249/1997, in tema di qualità e carte dei servizi, nonché nelle disposizioni elencate all'art. 2, comma 12, lettere i)-m) della legge n. 481/1995, a mente del quale l'autorità: «i) assicura la più ampia pubblicità delle condizioni dei servizi ...» e «l) pubblicizza e diffonde la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi al fine di garantire la massima trasparenza ...».

L'autorità, in particolare, ha ritenuto necessario migliorare i flussi informativi verso l'utenza, garantire l'efficacia delle modalità tecniche del servizio e predisporre strumenti per un'adeguata vigilanza.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

La società RTI Mediaset ha contestato integralmente l'intervento dell'autorità, anche sotto il profilo della competenza, osservando, su questo punto, che il televoto, essendo un servizio di intrattenimento, non rientrerebbe nella definizione di servizio di comunicazione elettronica né di pubblica utilità, e che

l'intervento dell'autorita' non sarebbe volto a disciplinarne i contenuti tecnici, bensì inciderebbe sulle scelte editoriali delle emittenti.

Altre partecipanti invece (AssoCSP, Wind Telecomunicazioni, Tim Media), nel commentare il testo, hanno manifestato una preferenza verso l'adozione di codici di autoregolamentazione da parte dei soggetti interessati alla fornitura del servizio, come già avvenuto per altri servizi a sovrapprezzo.

RAI, Telecom Italia, Vodafone, Adoc e UNC, infine, hanno pienamente condiviso e apprezzato l'esigenza, avvertita dall'Autorita', di una specifica regolamentazione del peculiare servizio di televoto. Valutazioni dell'autorita'.

Rispetto ai commenti pervenuti, può osservarsi, innanzitutto, che l'autorita' ha già illustrato, nella delibera n. 659/10/CONS di avvio della consultazione pubblica, che dunque si richiama, l'esigenza e il fondamento giuridico del proprio intervento, che peraltro tende ad incidere esattamente su quegli aspetti del servizio (qualità, trasparenza ed efficacia) che ad oggi ancora non trovano compiuta disciplina in altri provvedimenti del settore proprio a causa della peculiare natura «mista» del servizio.

Inoltre, lungi dall'incidere sulle scelte editoriali delle emittenti (se tali possono essere definite quelle relative alle informazioni da dare all'utenza che usufruisce di un servizio a sovrapprezzo ovvero quelle relative al limite di voti inviabili da ciascuna utenza), l'intervento dell'autorita' è invece finalizzato a garantire, nel suo complesso, il «buon funzionamento» del servizio di televoto, cioè la «qualità» dello stesso rispetto al suo scopo, da intendersi come la capacità di rilevare, in maniera veritiera e rappresentativa della base votante (nei limiti di ragionevole ampiezza stabiliti dalle regole del gioco), le preferenze dei telespettatori.

È proprio da tale esigenza che deriva la necessità di regolare anche alcuni aspetti tecnici del servizio, il quale, in realtà, non ha natura editoriale.

Il riferimento è innanzitutto alla necessaria esclusione di quei meccanismi che, permettendo un invio automatizzato dei voti, possano completamente alterare lo scopo tipico del servizio di «televoto», insito nel suo nome e invalso nella percezione degli utenti, vale a dire quello di rilevare le preferenze tra il pubblico.

Per preservare tale scopo ed onorare il sinallagma contrattuale, è necessario contenere le modalità operative del servizio tramite la previsione di limiti al suo utilizzo (limiti peraltro già noti nei sistemi dei servizi a sovrapprezzo, nei quali il televoto rientra, a fini di controllo della spesa).

Infatti, in difetto di tale contenimento, il descritto scopo tipico del servizio risulta certamente alterato, comportando la dipendenza dei risultati del televoto non tanto dalle preferenze del pubblico, bensì dalla capacità economica dei votanti.

Per tale evenienza, diventerebbe doveroso informare chiaramente l'utenza della diversa finalità attribuita al servizio, che non sarebbe più, o lo sarebbe solo accessoriamente, quella di «voting», bensì quella di una «raccolta fondi» competitiva; si tratta, tuttavia, di una finalità che dovrebbe essere chiaramente esplicitata nell'offerta del servizio, a partire dalla correzione della comune, ma certamente incoerente, denominazione dello stesso, per poi essere assoggettata alla disciplina delle numerazioni per la raccolta fondi.

Per ciò che concerne, infine, gli eventuali codici di autoregolamentazione che i soggetti coinvolti potrebbero adottare, si ritiene che l'emananda regolamentazione certamente non osti a tale evenienza, che è senz'altro apprezzabile, ed anzi ne delinea i possibili ambiti di intervento.

§ 5.1: Ambito di applicazione del regolamento.

Oggetto della proposta in consultazione.

Nel testo proposto in consultazione la scelta dell'autorita' e' stata quella di riservare l'applicazione delle nuove regole al servizio di televoto diffuso in ambito nazionale e di considerare soltanto il televoto collegato a competizioni (dunque non quello eventualmente usato a fini di statistica o inchieste), anche se associato ad altri sistemi di valutazione dei partecipanti alla competizione.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

Tutti i partecipanti hanno concordato sugli ultimi due profili, mentre taluni (RAI, RTI Mediaset, UNC) hanno sottolineato l'opportunita' di estendere le norme anche al servizio di televoto in ambito locale, non ravvisando motivi di esclusione e ritenendo il servizio in ambito locale offerto con modalita' analoghe.

TIM Media, infine, ha suggerito di applicare le norme soltanto ai programmi trasmessi dalle emittenti maggiori, Rai e Mediaset.

Valutazioni dell'autorita'.

Al riguardo puo' osservarsi, in via preliminare, che non pare possibile ipotizzare un intervento regolamentare destinato soltanto a talune specifiche emittenti nell'ambito di una medesima categoria (quella nazionale).

Per cio' che concerne, invece, il servizio di televoto diffuso da emittenti locali, all'esito della consultazione, preso atto delle osservazioni dei partecipanti, l'autorita' si riserva senz'altro di estendere l'applicazione delle norme, preferendo tuttavia posticipare tale intervento, sia per permettere una maggiore partecipazione consultiva delle emittenti locali, ad oggi non prevista, sia perche', con riguardo al profilo di tutela dell'utenza, l'identita' degli attori che forniscono la parte tecnica del servizio in ambito nazionale e locale rendera' piu' agevole l'estensione dei relativi adempimenti.

§ 5.2: Enunciazione di principi generali in materia di televoto.

Oggetto della proposta in consultazione.

Nel testo proposto in consultazione la scelta dell'autorita' e' stata quella di enunciare alcuni principi generali (trasparenza, uguaglianza, pari opportunita') per indirizzare l'agire di tutti i soggetti coinvolti, ivi compresi gli utenti, sottolineando, su questo punto, gli scopi di natura privata nell'utilizzo del servizio, da utilizzare, dunque, come espressione di una preferenza «personale», cioe' riferita ad una determinata persona, a prescindere dai motivi da cui essa sia determinata.

Si e' inteso dunque escludere, gia' in linea generale, un utilizzo alterato del servizio, che non sia riconducibile ad una preferenza (come quello che, tipicamente, potrebbe derivare da un sistema automatizzato).

Inoltre, onde facilitare l'offerta del televoto anche da parte di operatori di accesso privi di una propria rete o con una customer base minore, si e' enunciato il principio della pari opportunita' degli operatori nell'adesione al servizio, indirizzando al contempo in questo senso la scelta dei sistemi da adottare; cio' anche al fine di rendere piu' ampia la base votante, con miglioramento dell'efficacia del servizio.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

Tutti i partecipanti alla consultazione che hanno commentato la disposizione (RAI, Telecom Italia, Vodafone, Wind Telecomunicazioni, AssoCSP, UNC) hanno in generale condiviso le finalita' descritte, se del caso specificando che il mercato e' gia' aperto agli operatori minori, con la sola eccezione di RTI Mediaset, che ha ritenuto la norma non necessaria (poiche' i principi espressi sul televoto

sarebbero già desumibili da altre disposizioni), denunciando peraltro che la norma dedicata agli operatori minori lederebbe la libertà dell'autonomia di impresa nella scelta delle soluzioni tecnologiche e sarebbe inutile in un'ottica di tutela dell'utenza.

La partecipante ha inoltre sottolineato che non è possibile indagare sugli scopi soggettivi dei votanti e che anche i professionisti devono poter votare (il commento è collegato alla necessità di espressione del voto «con modalità estranee ad attività di carattere professionale», inserita nel documento in consultazione).

Valutazioni dell'autorità'.

Al riguardo può innanzitutto osservarsi, richiamando quanto già esplicitato nel paragrafo precedente, nonché nella delibera n. 659/10/CONS, di avvio della consultazione, che l'enunciazione di principi generali in materia di televoto tende a chiarire le finalità dell'intervento e, conseguentemente, ad agevolarne la corretta interpretazione da parte di ogni interessato, e non è peraltro rinvenibile in altre disposizioni.

La norma può essere dunque confermata, pur con alcune precisazioni, onde fugare ogni dubbio sul suo significato (particolarmente sulla possibilità di voto delle utenze business, sulla quale, comunque, nella stessa consultazione si era già espressamente data una valutazione positiva).

§ 5.3: Regolamento di televoto e gestione dei reclami.

Oggetto della proposta in consultazione.

Nel testo in consultazione, l'autorità' ha proposto la pubblicazione on line del regolamento di televoto anticipata (di 15 giorni) rispetto alla messa in onda del relativo programma nonché la contestuale comunicazione di un estratto alla stessa autorità'.

È stato inoltre proposto, sulla base delle migliori pratiche già attuate, di prevedere la gestione dei reclami ricevuti dagli utenti, anche dopo la chiusura del televoto, e di relazionare quanto fatto all'autorità'.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

I partecipanti che hanno commentato negativamente la disposizione (Rai, RTI Mediaset, TIM Media), essendone peraltro, in concreto, gli unici destinatari, hanno fatto notare che talvolta il format definitivo del programma viene "chiuso" anche poche ore prima della messa in onda, con la conseguenza che la pubblicazione anticipata di un dettagliato regolamento on line pare di difficile realizzazione. Allo stesso tempo, tali partecipanti hanno sottolineato che la trasmissione di tutti i reclami all'autorità' creerebbe una significativa mole di lavoro. Tali osservazioni sono state formulate anche da Vodafone.

Le associazioni hanno infine anche chiesto che fra «i soggetti che supervisionano alle operazioni di televoto», da indicare nel regolamento, vi sia un rappresentante dei consumatori e utenti.

Valutazioni dell'autorità'.

Le osservazioni svolte possono essere parzialmente condivise.

Ne consegue che, a fini di trasparenza per gli utenti, si ritiene di prevedere soltanto la pubblicazione anticipata di un estratto del regolamento di televoto, contenente, in pratica, quegli aspetti che più interessano i fruitori del servizio (costi, numerazioni, indirizzi per eventuali reclami), in un tempo comunque più ridotto (7 giorni).

Per il resto, permane la necessità di una conoscenza preventiva da parte dell'autorità', anche a fini di vigilanza, delle caratteristiche del servizio di televoto che sarà offerto, ma l'emittente potrà segnalare se vi sono aspetti ancora in discussione.

Onde fugare ogni dubbio, inoltre, si è chiarito che all'autorità'

andra' trasmessa, ma soltanto dopo la chiusura definitiva del programma e dei vari servizi di televoto offerti nell'ambito dello stesso, una sintesi delle segnalazioni ricevute, affinche' sia possibile comprendere se vi sono state particolari contestazioni e per svolgere dunque, all'occorrenza, le dovute verifiche.

Infine, in accoglimento dell'istanza delle associazioni, e considerato che, allo stato, in caso di televoto le emittenti volontariamente gia' prevedono la presenza di un pubblico ufficiale che supervisiona alle operazioni con lo scopo di certificarne lo svolgimento (apertura e chiusura delle sessioni, risultati delle elaborazioni dei voti, proclamazione dei vincitori), si ritiene possibile affiancare, almeno per gli eventi di particolare rilevanza per la societa', un rappresentante dei consumatori e utenti, designato nell'ambito del Consiglio nazionale utenti, CNU, in considerazione del diverso ruolo che caratterizza tale figura (tutela dell'utenza, ricerca della trasparenza, rispondenza del servizio alle norme qui deliberate).

§ 5.4: Criteri sulla validita' del voto.

Oggetto della proposta in consultazione.

Come gia' accennato nel primo paragrafo in consultazione (§ 4), l'autorita' ha spiegato che uno dei motivi fondamentali dell'intervento e' quello di evitare che la rilevazione del voto (cioe' della preferenza del pubblico) sia alterata.

L'alterazione puo' avvenire, in primo luogo, se si permette di moltiplicare per un significativo numero di volte il voto espresso, non prevedendo tetti di voto ovvero prevedendo tetti eccessivamente elevati.

La moltiplicazione altera la rilevazione per vari motivi: essa, infatti, innanzitutto comporta un cospicuo aumento della spesa per l'utente, tra l'altro in assenza di sistemi di alert, con la conseguenza che la vittoria rischia di essere determinata piu' che dalle effettive preferenze, dalle disponibilita' economiche dei fan. Dall'altro la moltiplicazione del voto puo' essere nella sostanza inutile (per esempio se si vota sempre lo stesso partecipante, in quanto per esprimere la preferenza in teoria e' sufficiente un solo voto), ovvero puo' vanificare lo scopo della rilevazione (se si votano piu' partecipanti in pratica si rischia di annullare la preferenza tra gli stessi, salvo il caso in cui si tratti di un numero elevato di competitor).

In secondo luogo, l'alterazione del voto potrebbe provenire da sistemi automatizzati o meno che permettono l'invio dei voti da call center o da sistemi di invio multiplo di SMS; in questo caso e' di tutta evidenza che i voti non sarebbero collegati ad una preferenza del pubblico, bensì ad una piu' o meno elevata capacita' organizzativa ed economica nel creare o acquistare «pacchetti di voti».

Per questi motivi l'autorita' ha ipotizzato l'apposizione di un «tetto» al numero di voti inviabili in una determinata sessione (rilevando che nei vari regolamenti privati vi sono tetti anche di 100 voti per singola sessione di voto) e l'esclusione dei voti provenienti dai predetti sistemi automatizzati o con l'identificativo di chiamata oscurato o modificato.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

Quasi tutti i partecipanti hanno concordato sulla necessita' di limitare il numero di voti inviabili, indicando le seguenti soluzioni: Rai (da 5 a 10 voti per ogni sessione o giorno solare, a seconda del format), Tim Media (10 voti), Telecom Italia (concorda sulla necessita' di tetti, da differenziare a seconda della durata delle sessioni), Wind Telecomunicazioni (30 voti), AssoCSP (fino ad un massimo di 50, come tetto generale, lasciando poi agli interessati la determinazione di tetti intermedi a seconda della durata delle

sessioni), Adoc (1 voto), UNC (1 voto).

RTI Mediaset e Vodafone, invece, hanno dissentito dalla possibilita' di prevedere limiti in via regolamentare. La prima, in particolare, ha spiegato che cio' lede l'autonomia editoriale. La societa' ha dunque suggerito di stabilire nelle norme che ciascuna emittente fissi dei tetti di voti, tuttavia senza specificarne l'entita', che sarebbe quindi a discrezione dell'emittente stessa.

Rispetto alla esclusione dei voti provenienti da sistemi automatizzati o da call center, da realizzarsi in linea, cioe' in tempo reale, i partecipanti interessati (Telecom Italia e Wind Telecomunicazioni, che in ipotesi sono tenuti alla realizzazione tecnologica dei relativi interventi) hanno prospettato varie soluzioni percorribili (Vodafone ha ritenuto di dover approfondire), pur sottolineando le possibili difficolta' tecniche e l'onere economico.

Gli altri partecipanti hanno concordato sull'opportunita', con eccezione di RTI Mediaset, che ha ritenuto che il fenomeno della compravendita di pacchetti di voto non sia dimostrato e che, in ogni caso, i tetti di voto possano fungere da deterrente.

Valutazioni dell'autorita'.

All'esito della consultazione, si ritiene di dover confermare l'opportunita' di prevedere dei tetti massimi ai voti inviabili in una singola sessione di voto e, in accoglimento delle osservazioni svolte, nulla osta ad una differenziazione di tali tetti in base alla durata delle singole sessioni di voto, che viene dunque indicata per ampie categorie (maggiore o minore di 24 ore) e alla indicazione di un tetto massimo settimanale (50 voti).

Riguardo alla scelta effettuata occorre osservare che quest'autorita' condivide senz'altro la necessita' della totale autonomia editoriale delle emittenti, evidenziata da taluni partecipanti, ma che il presente intervento e' finalizzato a garantire la trasparenza e l'efficacia (vale a dire il buon funzionamento, la credibilita', la serietà) di un servizio che, per la sua natura, ha il fine nominale, esclusivo e specifico di permettere agli utenti l'interattivita' con un programma radiotelevisivo tramite la - mera - rilevazione delle loro preferenze, dietro versamento di una somma (peraltro affatto trascurabile).

Pertanto, la questione qui affrontata non riguarda l'autonomia editoriale, bensì la qualita', in senso ampio, di un servizio che l'editore (liberamente) decide di offrire in abbinamento ad un programma, senza per questo poterne alterare la natura, lo scopo e le caratteristiche intrinseche.

Per questi motivi non si crede di poter confidare sulla sola regolamentazione privatistica dei tetti di voto, considerato che allo stato vi sono sessioni di voto che permettono l'invio di 70 o 100 preferenze, pur a fronte di un numero esiguo di partecipanti alla competizione.

Si e' gia' detto, infatti, che qualora la necessita' sia quella di una «raccolta» di voti, piuttosto che di una «rilevazione di preferenze», sussistono certamente strumenti piu' idonei allo scopo.

Ne' si ritiene, d'altro canto, che i tetti indicati da quest'autorita' non rispecchino le esigenze di intrattenimento dell'utenza (o, peggio, ne comprimano l'autonomia).

Dai dati acquisiti nel corso dell'istruttoria, invero, risulta de plano che la gran parte dei votanti si attestano sull'invio di poche unita' di voto, al di sotto di tetti gia' piuttosto contenuti (5 unita'), mentre in altri casi e' stato notato che, laddove i tetti sono piu' alti (100 voti), il 10% delle utenze votanti riesce a determinare il 90% dei voti espressi; il che, certamente, da un lato lascia perplessi sulla reale efficacia del servizio di voting per la restante base votante, che ha in pratica inutilmente pagato il servizio e, dall'altro, conferma che la limitazione del tetto dei

voti e' lo strumento piu' indicato per assicurare la complessiva qualita' del servizio.

In ogni caso, per le finalita' del servizio, i tetti prescelti appaiono senz'altro congrui, certamente piu' ampi che ristretti, in un'ottica di massimo rispetto dell'autonomia dei fruitori del servizio stesso, i quali troveranno una nuova tutela anche nella certezza della esclusione dei voti automatizzati.

Per cio' che concerne in particolare tale esclusione, le osservazioni ricevute e i relativi studi di fattibilita' permettono di confermare senz'altro la disposizione, a prescindere dalla necessita' di accertare in concreto il verificarsi di tali illegittime modalita' di voting rispetto a servizi di televoto gia' conclusi (come per contro ritenuto da RTI Mediaset, secondo la quale sarebbe sufficiente informare gli utenti sulla possibilita' di alterazione del voto e sull'assenza di filtri al riguardo), posto che in ogni caso trattasi di una previsione dovuta, finalizzata a tutelare il «buon funzionamento» e la credibilita' stessa del servizio offerto sul mercato, altrimenti vi e' seriamente il rischio del versamento sine causa del relativo importo.

In considerazione delle opzioni tecniche prospettate, si ritiene inoltre congruo ed adeguato prevedere una norma transitoria che riconosca una tempistica dilatata, fino al 31 dicembre 2011, per la realizzazione dei necessari interventi, le cui modalita' operative potranno essere dettagliate in un tavolo tecnico dinanzi a quest'autorita', che dunque ne monitorera' l'andamento.

Peraltro, dai dati forniti, i costi annunciati degli interventi risultano essere di circa un ordine di grandezza inferiore ai ricavi conseguiti nell'arco temporale di realizzazione degli interventi (circa 1 anno), con conseguente scarso impatto sugli attori coinvolti a fronte di innegabili vantaggi per l'utenza e per gli stessi attori, grazie alla maggiore serietà del servizio ed alla conseguente crescita della fiducia dei telespettatori.

In un tempo piu' breve (30 giorni), inoltre, e' necessario predisporre comunque degli strumenti di «verifica successiva» (quindi non in linea o in tempo reale) per rilevare, all'occorrenza, eventuali alterazioni di voto che dovessero manifestarsi in occasione dei prossimi servizi di televoto.

Si ritiene, infatti, che l'utenza debba essere adeguatamente tutelata rispetto alla efficacia del servizio, nell'attesa della realizzazione di idonei strumenti di esclusione ab origine dei voti espressi in forma automatizzata.

Gli strumenti di verifica ex post, peraltro, possono essere predisposti piuttosto velocemente e la gran parte degli operatori, in realta', ha gia' effettuato o puo' comunque effettuare controlli del genere, considerato che nelle condizioni contrattuali gli stessi prevedono clausole di autotutela degli operatori rispetto ad eventuali usi anomali del servizio, quali, ad esempio, le ri-generazioni delle chiamate. Si trattera' dunque di rilevare eventuali picchi o concentrazioni di voti, nonche' di «incrociare» i dati con idonei data base della base clienti.

All'esito di tali rilevazioni, l'autorita' si riserva di valutare se sia necessario prevedere eventuali diversi tetti, perlomeno per gli eventi di particolare rilevanza per la societa', cui durante i quali, per la loro natura, oltre a determinarsi un'audience molto elevata, sono inoltre «in gioco» importanti valori di immagine per l'intera societa' italiana.

§ 5.5: Addebito e trasparenza dei costi.

Oggetto della proposta in consultazione.

Sul punto, in consultazione, l'autorita' ha specificato che agli utenti debbono essere addebitati soltanto i voti validamente espressi, che cio' sia esplicitato chiaramente nelle comunicazioni

rivolte al pubblico e che, in sostanza, non si accentui la «gratuita'» dell'invio del voto, che potrebbe essere fuorviante se si considera che, per contro, la tariffazione avviene normalmente con il successivo messaggio di conferma.

Inoltre, in un'ottica di massima trasparenza, si e' ritenuto di far indicare nella messaggistica di conferma ovvero nei documenti di fatturazione, il programma per il quale si e' televotato. Osservazioni dei soggetti intervenuti.

Sul punto della tariffazione dei soli voti validi e sulle comunicazioni rivolte al pubblico vari partecipanti (Telecom Italia, Vodafone, Wind Telecomunicazioni, AssoCSP, RTI Mediaset) hanno notato che potrebbe essere difficile indicare il complessivo costo del servizio (invio piu' messaggio di conferma), stante la moltitudine dei piani tariffari diffusi sul mercato.

Le associazioni di consumatori e la RAI hanno, invece, concordato, ritenendo che il costo dell'invio debba sempre essere gratuito (cio' che peraltro gia' avviene nelle trasmissioni RAI). Adoc, in particolare, ha suggerito la totale gratuita' dei voti, anche quelli validi, nell'ambito del servizio pubblico.

Per quanto riguarda la possibilita' di indicare il programma per cui si e' votato al momento dell'addebito dei costi, gli operatori hanno segnalato che, stante la ripetitivita' e la promiscuita' nell'uso delle numerazioni del televoto, in caso di servizi postpagati e' praticamente impossibile risalire alla singola trasmissione; nel caso di servizi prepagati, invece, cio' talvolta gia' avviene e in ogni caso e' piu' agevole da realizzare (perche' la messaggistica di conferma e' generata in tempo reale dalla piattaforma che gestisce il servizio), con il solo eventuale limite del numero di caratteri disponibili.

Sul punto, inoltre, l'Unione nazionale consumatori ha segnalato la necessita' di una migliore specificazione (per esempio numerica) delle singole votazioni nell'ambito dello stesso programma se non addirittura della stessa puntata, necessaria soprattutto ai fini di rimborso qualora una votazione dovesse essere annullata. Valutazioni dell'autorita'.

Sul punto della totale gratuita' dei voti invalidi e delle correlate comunicazioni rivolte al pubblico, l'autorita' non puo' far altro che confermare quanto gia' espresso, anche alla luce di quanto previsto dall'art. 5, comma 2, lettera b) del Piano di numerazione nazionale, secondo cui «nel caso di accesso a servizi tariffati secondo modalita' forfetarie, il prezzo e' addebitato al cliente chiamante solo al termine dell'effettivo completamento del servizio richiesto».

Non puo' dubitarsi che tale «effettivo completamento», nel caso del televoto, avviene esclusivamente quando il voto e' accettato come valido ed esplica dunque i suoi effetti sulla competizione in corso.

Ne consegue che non soltanto non deve essere addebitato alcun costo per l'invio del voto, ma che, come gia' illustrato, nelle comunicazioni rivolte al pubblico non si deve enfatizzare la gratuita' di tale invio (che e' irrilevante), ma piuttosto l'onerosita' dei soli voti validamente espressi, senza la necessita' di ulteriori specificazioni o differenziazioni tra «invio del voto» e «conferma del voto» le quali, alla luce di quanto sopra, appaiono sostanzialmente inutili e potenzialmente fuorvianti.

Non puo' invece condividersi in questa sede il suggerimento di Adoc sulla generale gratuita' dei voti per il servizio pubblico, gia' sulla base della considerazione che il televoto e' comunque un servizio aggiuntivo, facoltativo per l'utente, il cui costo di gestione, peraltro, non ricade soltanto sull'emittente.

Per cio' che concerne, invece, la trasparenza dell'addebito e l'indicazione della votazione da effettuare in fatturazione e nella messaggistica di conferma, le osservazioni ricevute dagli operatori sono condivisibili ed il loro accoglimento non pregiudica l'ottica di

tutela dell'utenza che l'autorita' intende perseguire, pertanto la norma puo' essere parzialmente precisata in linea con quanto sopra esposto, dando rilievo anche alla necessita' che ogni votazione sia singolarmente identificabile, eventualmente tramite elenco numerico, il che puo' divenire indispensabile ai fini di prova del diritto al rimborso in caso di annullamento di votazioni/sessioni. Nei servizi postpagati, qualora dovesse sorgere quest'esigenza, si potra' fare riferimento alla data e ora della tariffazione del servizio a sovrapprezzo (non essendo possibile, nel postpagato, specificare la singola votazione).

§ 5.6: Informazioni agli utenti sul televoto.

Oggetto della proposta in consultazione.

Nel testo proposto in consultazione, l'autorita' ha fornito, in ottica esaustiva, un'indicazione sulle informazioni ritenute piu' rilevanti da rendere all'utenza prima dell'avvio del televoto o in pendenza dello stesso, evidenziando anche la necessita' di informazioni sia verbali che in sovraimpressione.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

I partecipanti interessati dal relativo obbligo (RAI, RTI Mediaset, TIM Media, nonche' comunque AssoCSP e Vodafone) hanno fatto notare che talune informazioni rischiano di essere eccessive e di difficile comunicazione nell'ambito dei singoli format e che, sotto altro profilo, gia' oggi gran parte delle informazioni e' resa con modalita' efficace, anche in virtu' dell'adesione al codice di autoregolamentazione sui servizi a sovrapprezzo.

Valutazioni dell'autorita'.

All'esito della consultazione, l'autorita' ritiene che talune informazioni possano essere effettivamente semplificate, cosi' da essere piu' agevolmente gestite nell'ambito della programmazione e piu' chiaramente comprese dai destinatari, ferma restando, naturalmente, la necessita' di indicare quelle caratteristiche del servizio di maggiore interesse per gli utenti (per esempio costi, modalita' di voto, limiti), nonche', soprattutto, di ricordare la reperibilita' del regolamento del servizio.

§ 5.7: Diffusione dei risultati.

Oggetto della proposta in consultazione.

Nel testo proposto in consultazione, l'autorita' ha ritenuto di far indicare i risultati di televoto, parziali o totali a seconda del format, in termini assoluti e percentuali, con indicazione separata dei voti invalidi, e di prevederne la successiva pubblicazione on line per un tempo adeguato, affinche' gli interessati avessero la possibilita' di una piu' completa conoscenza.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

Sul punto della pubblicazione dei risultati in termini assoluti, nel corso della consultazione RAI e RTI Mediaset hanno fatto notare che ragioni editoriali e di tutela della concorrenza sconsigliano, in realta', la pubblicazione numerica dei voti. RTI Mediaset si e' anche opposta alla indicazione (anche solo percentuale) dei voti invalidi, ritenendola superflua, mentre UNC e Adoc ne hanno condivisa l'opportunita'.

TIM Media, invece, ha chiesto un termine piu' lungo per la pubblicazione successiva dei voti on line (72 ore invece di 24).

Valutazioni dell'autorita'.

All'esito della consultazione e audite le societa' interessate, puo' condividersi la necessita' di riservatezza dei dati numerici di voto, lasciando dunque, nella norma, la scelta alle emittenti se pubblicarli o meno, in considerazione del fatto che, da un lato, la trasparenza e' comunque assicurata con la pubblicazione in termini percentuali e che dall'altro, all'occorrenza, in caso di

contestazione l'autorita' potra' acquisire gli esatti dati numerici.

Per quanto riguarda invece la pubblicazione (sempre in termini percentuali) dei voti invalidi, si ritiene che, in ottica di trasparenza, sia rilevante dare conto delle attivita' di elaborazione e filtraggio dei voti compiute dal professionista, sulle quali l'utenza legittimamente confida.

Non puo' inoltre condividersi la richiesta di ampliare il termine di pubblicazione dei dati sul web, considerato che una volta che i voti siano ormai stati elaborati e comunicati al pubblico, la trasposizione on line del relativo file e' davvero di minimo impegno, anche alla luce del fatto che, in virtu' della precedente pubblicazione del regolamento di televoto, gia' e' predisposto il naturale link ove tali dati andranno inseriti.

§ 5.8: Responsabilita' e controversie.

Oggetto della proposta in consultazione.

Nel testo in consultazione l'autorita' ha suggerito uno schema di responsabilita' rispetto alle operazioni di televoto ed ha ipotizzato l'estensione delle norme sulla risoluzione delle controversie, gia' emanate dall'autorita', per i casi di liti fra i vari soggetti coinvolti ovvero fra gli stessi e gli utenti.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

Le osservazioni di tutti i partecipanti professionisti sono state in generale riferite alla necessita' di ulteriori specificazioni sulle singole responsabilita' e, sul punto della applicazione delle predette procedure sulla risoluzione delle controversie, mentre alcuni hanno condiviso la proposta (Telecom Italia, Vodafone, Wind Telecomunicazioni, TIM Media, UNC, AssoCSP), altri lo hanno escluso (Rai e RTI Mediaset, quest'ultima anche per le controversie con gli utenti).

Valutazioni dell'autorita'.

All'esito della consultazione svolta e auditi i soggetti interessati, l'autorita' condivide senz'altro, anche in un'ottica di trasparenza verso gli utenti fruitori del servizio, la necessita' di dettagliare ulteriormente le responsabilita' dei vari soggetti coinvolti nelle operazioni di televoto.

Per cio' che concerne le procedure per la risoluzione delle controversie, vale osservare che per quelle coinvolgenti gli utenti gia' e' applicabile il regolamento approvato con delibera 173/07/CONS e successive modifiche ed integrazioni; per quelle che dovessero insorgere fra i soggetti professionali coinvolti, i cui rapporti sono gia' definiti a livello contrattuale, le procedure regolate dall'autorita' saranno estese, testualmente, «ove applicabili».

§ 5.9: Vigilanza.

Oggetto della proposta in consultazione.

Nel paragrafo in consultazione l'autorita' ha previsto una serie di possibili interventi, preventivi e successivi, finalizzati alla verifica del rispetto delle norme, con contestuale possibilita' di rettifica o annullamento di risultati alterati, con idonea pubblicita' del relativo intervento, a spese dell'obbligato. A scopo di verifica, e' stata anche prevista la possibilita' di acquisire i dati relativi ai voti inviati. Infine, si e' indicato il presidio sanzionatorio di cui all'art. 1, comma 31, legge n. 249/1997.

Osservazioni dei soggetti intervenuti.

Le generali previsioni sulla vigilanza non hanno ricevuto particolari commenti ai partecipanti alla consultazione, se non di condivisione della necessita' di una continua vigilanza (RAI, TIM Media, UNC, Adoc) e di specificazione, all'occorrenza, dei dati che potrebbero servire (Telecom Italia, AssoCSP), mentre alcune osservazioni sono state svolte con riguardo al presidio sanzionatorio

prescelto (RAI, RTI Mediaset), rilevando che lo stesso presuppone l'esistenza di ordini e diffide dell'autorita'.
Valutazioni dell'autorita'.

Alla luce di quanto sopra, la norma sulle varie attivita' di vigilanza e' senz'altro da confermarsi. Per quanto riguarda, poi, il presidio sanzionatorio prescelto (peraltro comune ai regolamenti dell'autorita') vale osservare che l'emanando regolamento dell'autorita' contiene comandi puntuali e specifici, per definizione idonei ad essere qualificati quali ordini amministrativi, in quanto tali immediatamente vincolanti.

Tutto cio' premesso ed osservato;

Vista la proposta della direzione tutela dei consumatori;

Udita la relazione dei commissari Gianluigi Magri e Roberto Napoli relatori ai sensi dell'art. 29 del regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'autorita';

Delibera:

Art. 1

1. L'autorita' adotta il «Regolamento in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto», allegato A alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante.

2. Le norme del regolamento di cui al comma 1 entrano in vigore il giorno successivo alla pubblicazione della presente delibera nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

La presente delibera e' pubblicata nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana e sul sito web dell'autorita'.

Roma, 3 febbraio 2011

Il presidente f.f...: Mannoni

I commissari relatori: Magri-Napoli

Per visto di conformita' a quanto deliberato

Il segretario generale: Viola