

CODICE DI CONDOTTA PER SERVIZI A SOVRAPPREZZO
OFFERTI SU NUMERAZIONI IN DECADE 4 – LINEE GUIDA OPERATIVE

Premesse

- vista la legge 14 novembre 1995, n. 481, concernente norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità ed istituzione delle Autorità di regolazione;
- vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, concernente l'istituzione dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo;
- vista la delibera n. 9/03/CIR dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni relativa al piano nazionale di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa;
- visto il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 recante il nuovo "Codice delle Comunicazioni elettroniche";
- visto il decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, recante il nuovo "Codice in materia di protezione dei dati personali" e successive modifiche;
- visto il decreto del Ministro delle comunicazioni 2 marzo 2006, n. 145, "Regolamento recante la disciplina dei servizi a sovrapprezzo";
- vista la delibera n. 661/06/CONS, "Misure di sicurezza in materia di tutela dei minori da implementare sui terminali mobili di videofonia";
- vista la delibera n. 664/06/CONS, "Adozione del regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di fornitura di servizi di comunicazione elettronica mediante contratti a distanza";
- vista la delibera n. 418/07/CONS "Disposizioni in materia di trasparenza della bolletta telefonica, sbarramento selettivo di chiamata e tutela dell'utenza";
- viste le iniziative prese dagli operatori mobili nell'ambito della GSM Europe ed in particolare degli impegni assunti dai soggetti firmatari¹ dello "*European Framework for Safer Mobile Usage by Younger Teenagers and Children*" (Safer Internet Day, 6 Febbraio 2007)

considerato che

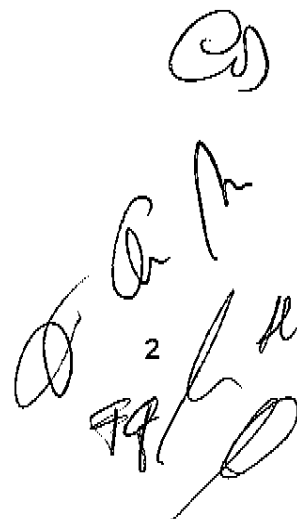
¹ Elenco soggetti firmatari http://www.gsmworld.com/gsm europe/safer_mobile/signatories.shtml

- e' sempre piu' diffuso l'acquisto e la fruizione di servizi a sovrapprezzo, erogati dagli operatori di rete fissa e mobile, anche attraverso terze società (di seguito "Provider"), da parte del Cliente finale (di seguito il "Cliente");
- e' necessario, a tal fine, rendere maggiormente efficaci i principi declinati nel Codice di Condotta per l'offerta dei Servizi a Sovrapprezzo e la Tutela dei Minori, sottoscritto dagli operatori in data 16 febbraio 2005;
- lo sviluppo di un'autoregolamentazione congiunta tra operatori di rete fissa e mobile (di seguito "Operatori") e Provider può contribuire ad innalzare il livello di protezione del consumatore e del minore in particolare;

tutto cio' considerato, si definiscono di seguito alcune linee guida operative con l'obiettivo di disciplinare in modo piu' puntuale le modalità di offerta dei servizi a sovrapprezzo, acquistati dal Cliente sia da rete fissa che da rete mobile, erogati via SMS e MMS, per tramite di numerazioni in decade 4.

Definizioni

- **Numeri brevi:** numerazioni in decade 4 che permettono al Cliente di attivare o fruire di servizi a sovrapprezzo;
- **Provider:** impresa che fornisce contenuti/servizi tramite numeri brevi a ciò dedicati da parte di un Operatore titolare delle stesse;
- **Operatore:** società autorizzata a fornire reti e servizi di comunicazione elettronica ai sensi del d.lgs. 1 agosto 2003, n. 259 ed a utilizzare numerazione in decade 4;
- **IVR:** risponditore automatico interattivo raggiungibile dal Cliente mediante chiamata vocale;
- **Servizi a contenuto sensibile:** servizi il cui contenuto sia riservato ad un pubblico adulto o, comunque, possa nuocere allo sviluppo psichico e morale dei minori.
- **Servizi:** servizi a sovrapprezzo così come definiti all'art. 1 lett. h) del d.m. n. 145/2006.

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page. There are several distinct marks, including what appears to be a large 'C' or 'G' at the top, and several other stylized signatures below it, some with a small '2' written near them.

1 Linee guida per la comunicazione pubblicitaria e promozionale di servizi in abbonamento su TV, radio, stampa e brochure informative, internet e wap

1.1 Contenuti informativi dei messaggi di promozione dei servizi in abbonamento

- Per i servizi in abbonamento, laddove sia esplicitato il numero breve, deve essere inserito un riquadro che riporti la scritta "in Abbonamento" (di seguito denominato "Box Abbonamento");
 - a. le dimensioni della scritta "in abbonamento" devono essere pari almeno al 33% dell'altezza del numero breve visualizzato;
 - b. la scritta "in abbonamento" deve essere inserita in adiacenza o sotto il numero breve comunicato per l'attivazione del servizio.

ESEMPIO

48xxx
IN ABBONAMENTO

- Deve essere chiaramente leggibile dal Cliente e data adeguata evidenza delle seguenti informazioni (di seguito indicati come "Termini e Condizioni"):
 - a. nome commerciale del servizio
 - b. costo del servizio e frequenza di addebito (evidenziata in grassetto)
 - c. dicitura "Servizio in abbonamento" (evidenziata in grassetto)
 - d. descrizione del servizio
 - e. note informative degli operatori
 - f. informazioni sui costi per l'invio degli SMS/MMS o della chiamata all'IVR di attivazione
 - g. sintassi e/o altre modalità di disattivazione
 - h. numero telefonico dell'assistenza clienti
 - i. sito web (opzionale)
- Nei testi utilizzati per promuovere un servizio in abbonamento deve essere esplicitato il concetto di abbonamento, utilizzando espressamente la parola "abbonamento" oppure il verbo "abbonarsi". Esempio: "attiva l'abbonamento con 1 sms".

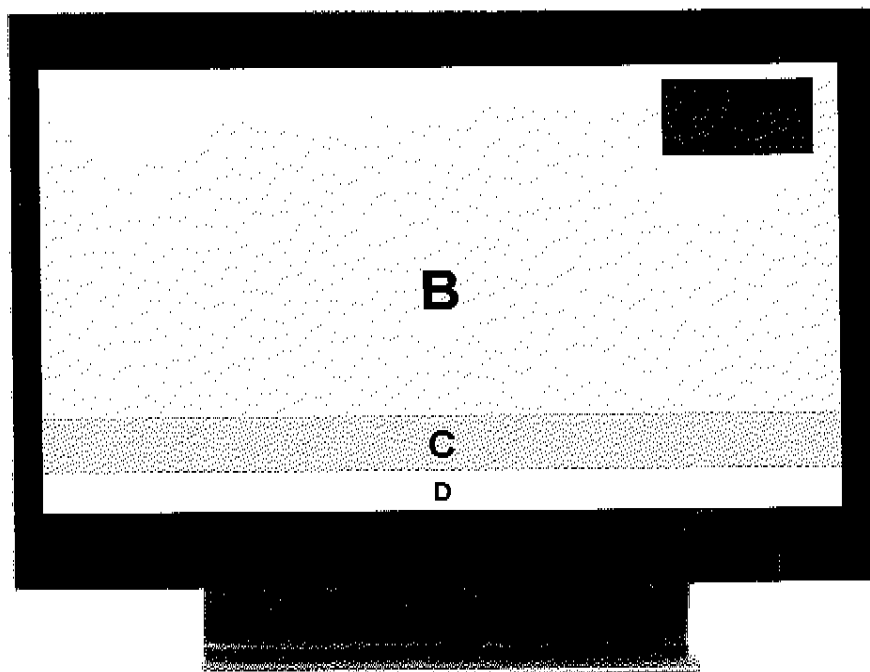
Handwritten signatures and initials, including a circled 'D' and a signature with the number '3'.

1.2 Formato per pubblicità e promozioni televisive

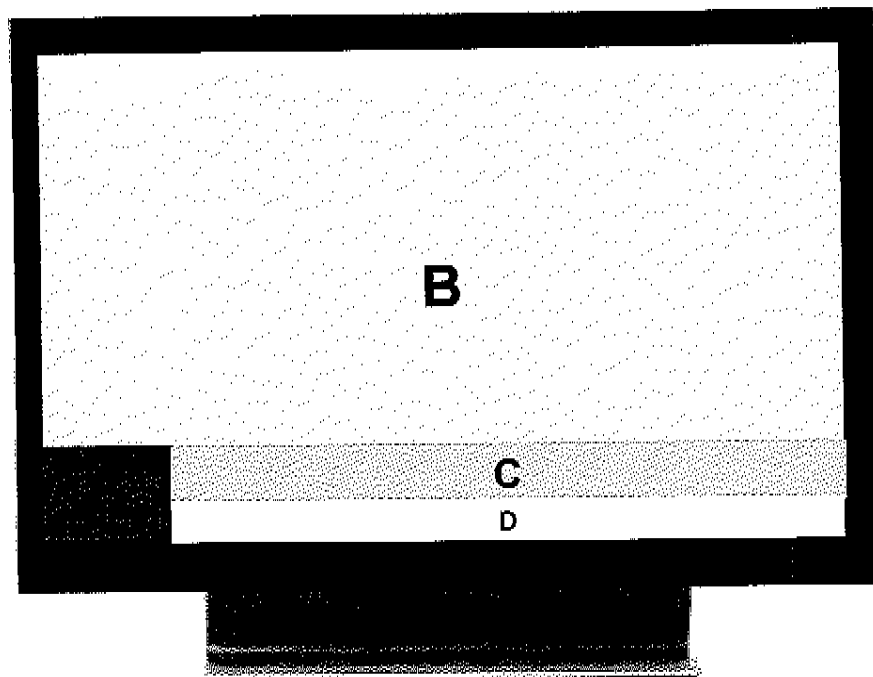
- I Termini e Condizioni devono essere presenti per tutta la durata dello spot o della promozione televisiva;
- Per i servizi in abbonamento deve essere presente per tutta la durata dello spot o della promozione televisiva il Box abbonamento;
- I Termini e Condizioni devono essere riportati nella parte bassa dello schermo, utilizzando il font <ARIAL>, di dimensione <16>;
- Prima della descrizione dei Termini e Condizioni deve essere sempre riportato il prezzo del servizio in formato Grassetto utilizzando il font <ARIAL>, di dimensione <16>;
- I messaggi audio tesi a promuovere i servizi in abbonamento devono esplicitare il concetto di abbonamento, utilizzando espressamente la parola "abbonamento" oppure il verbo "abbonarsi". Esempio: "attiva l'abbonamento con 1 sms".

Di seguito la raffigurazione grafica del posizionamento delle informazioni che devono essere presenti negli spot TV e nella promozione di servizi.

OPZIONE 1



OPZIONE 2

Legenda

A: area contenente il Box Abbonamento

B: spazio dedicato alla creatività

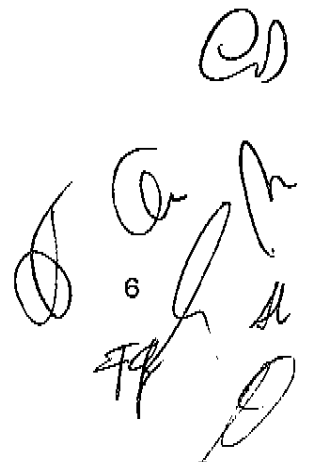
C: area dedicata al Prezzo e ai Termini e Condizioni del servizio

D: area dedicata alle informazioni legali che devono essere visualizzate con carattere Arial, dimensione 16 e una velocità di scorrimento tale che ne consentano una chiara leggibilità.

20
5
10

1.3 Formato per pubblicità e promozioni radio

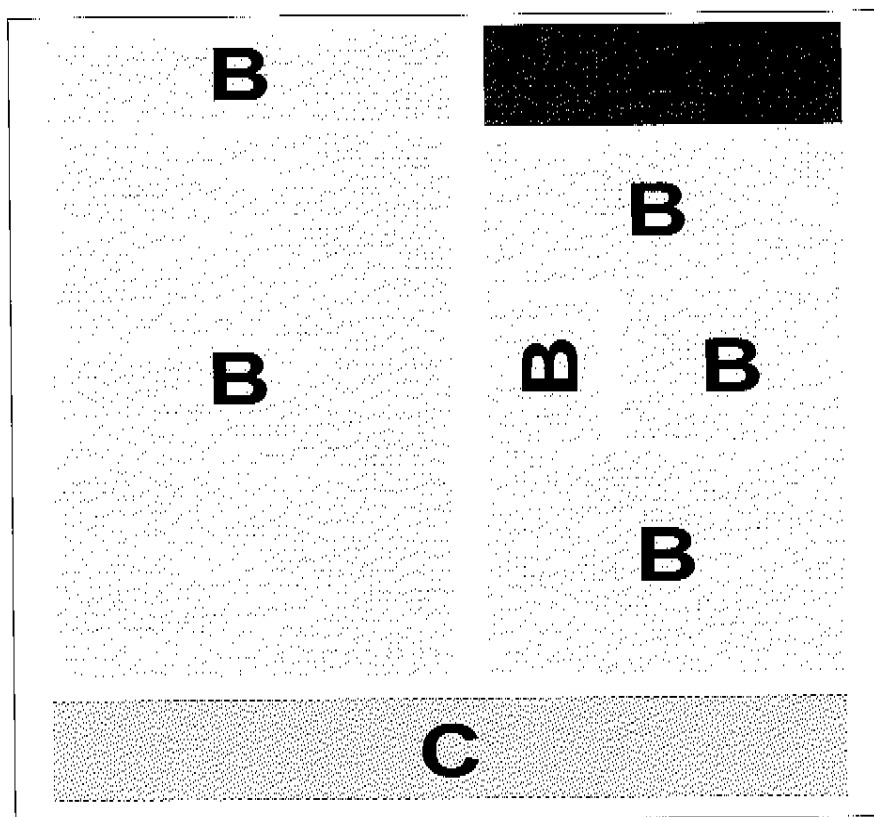
- Per gli spot e tutte le altre forme di promozione radio devono essere comunicate le seguenti informazioni:
 - a. nome commerciale del servizio
 - b. prezzo del servizio e frequenza di addebito
 - c. per i servizi in abbonamento messaggio audio: "Servizio in abbonamento"
 - d. descrizione del servizio
 - e. numero telefonico per approfondimento informativo e/o sito web del Provider
- I messaggi audio tesi a promuovere i servizi in abbonamento devono esplicitare il concetto di abbonamento, utilizzando espressamente la parola "abbonamento" oppure il verbo "abbonarsi". Esempio: "attiva l'abbonamento con 1 sms".

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page. There are several distinct marks, including what appears to be a large 'C' or 'G' at the top right, and several other stylized signatures and initials below it.

1.4 Formato per pubblicità e promozioni su stampa e brochure informative

- I Termini e Condizioni devono essere sempre riportati a fondo pagina, ed essere ben visibili e leggibili;
- Prima della descrizione dei Termini e Condizioni deve essere sempre riportato il prezzo del servizio in formato Grassetto ed essere ben visibile e leggibile
- Per i servizi in abbonamento deve essere sempre riportato ed essere ben visibile il Box Abbonamento;

Di seguito la raffigurazione grafica del posizionamento delle informazioni che devono essere presenti sui materiali stampa per la promozione dei servizi.



Legenda

A: area contenente il Box Abbonamento, che potrà essere posizionato in qualunque punto della pagina

B: spazio dedicato alla creatività

C: area dedicata al Prezzo e ai Termini e Condizioni del servizio.

Handwritten signatures and initials, including a large 'C' and several other marks, located in the bottom right corner of the page.

1.5 Formato per pubblicità e promozioni su internet

- Devono essere sempre riportati i Termini e Condizioni ed essere visualizzati senza dover far scorrere la pagina stessa, in un video configurato con una risoluzione minima di 1024x768 punti;
- La scritta "in abbonamento" ed il link con il rimando all'area informativa con i costi e le informazioni del servizio devono essere sempre inseriti subito prima del tasto di conferma:

ESEMPIO:



- Il prezzo del servizio dovranno essere sempre riportati prima del tasto di conferma di attivazione (Figura 2);
- Il processo di attivazione deve essere implementato alternativamente con una delle seguenti opzioni:

Opzione A: conferma attivazione tramite PIN/PASSWORD

- a. il Cliente inserisce il proprio numero di cellulare nell'apposita maschera presente sul sito web e clicca sul bottone di conferma/invio (Figura 1);
- b. il Cliente riceve un SMS gratuito, strutturato come segue: "Per ricevere il contenuto e confermare l'attivazione del servizio <nome servizio> inserisci il PIN <PIN> o PASSWORD <PASSWORD> nella pagina web di conferma";
- c. il Cliente inserisce il codice PIN/PASSWORD nella pagina di conferma e clicca sul bottone conferma (Figura 2);
- d. il Cliente riceve un SMS gratuito di conferma attivazione come indicato al successivo paragrafo 2.1;
- e. il Cliente riceve il Contenuto via SMS/MMS.

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page.

Risoluzione video 1024x768

Ne scoli 10 1024x768

B

Il tuo numero telefonico

Scegli l'operatore

C

CONFERMA

Figura 1

Risoluzione video 1024x768

Ne scoli 10 1024x768

B

Hai scelto "Nome Contenuto"

Per ricevere il contenuto inserisci la password che ti e' stata inviata sul tuo cellulare.

Hai inserito il numero 34x-xxxxxxx

Inserendo la Password dichiari di aver LETTO ed ACCETTATO la "info. costi" e le condizioni generali di contratto e privacy notice

3 Euro settimana

Password

C

CONFERMA

Figura 2

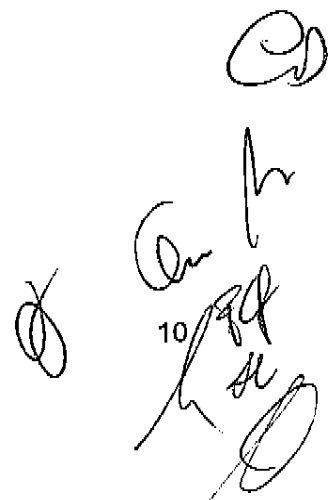
Legenda

- A: testo "Servizio in Abbonamento".
- B: spazio dedicato alla creatività
- C: area dedicata ai Termini e Condizioni del servizio.

Handwritten signatures and initials, including a large 'M' and various scribbles.

Opzione B: conferma attivazione tramite SMS

- a. il Cliente inserisce il proprio numero di cellulare nell'apposita maschera dedicata presente sul sito web e clicca sul bottone di conferma/invia (Figura 1);
 - b. il Cliente riceve un SMS gratuito, strutturato come segue: "Per ricevere il contenuto e confermare l'attivazione del servizio <nome servizio> invia SI al 48xxx";
 - c. il Cliente invia un SMS con la sintassi indicata al punto b;
 - d. il Cliente riceve un SMS gratuito di conferma attivazione come indicato al successivo paragrafo 2.1;
 - e. il Cliente riceve il Contenuto via SMS/MMS;
- Nel caso in cui l'attivazione del servizio avvenga direttamente sul sito dell'Operatore con riconoscimento del Cliente mediante login con User Name e Password, e sia pertanto certo il riconoscimento dell'MSISDN del Cliente, non trovano applicazione i punti a,b e c delle precedenti Opzioni A e B.
Resta sempre valido l'invio dell'sms di conferma attivazione del servizio in abbonamento prima dell'invio del primo contenuto a pagamento.



Handwritten signatures and initials, including a large 'C' and 'D' at the top right, and a signature with '10' below it at the bottom right.

1.6 Formato per promozioni su wap

- La pagina wap per l'attivazione di un servizio in abbonamento deve sempre contenere le seguenti informazioni:
 - a. nome commerciale del servizio
 - b. prezzo del servizio e frequenza di addebito
 - c. per i servizi in abbonamento dicitura "Servizio in abbonamento"
 - d. descrizione del servizio
 - e. Termini e Condizioni (link a pagina dedicata)
- Il link che attiva l'acquisto e/o la sottoscrizione deve essere posto sempre dopo le informazioni sopra indicate;
- dopo aver confermato l'attivazione del servizio, il Cliente riceve un SMS gratuito di conferma come indicato al successivo paragrafo 2.1.

ESEMPIO:

Nome servizio
Clicca per attivare il <servizio> e scarica la tua suoneria. Il servizio e' in abbonamento e ogni settimana ricevi una suoneria al costo di 3 Euro
<u>Termini&Condizioni</u>
Servizio <Operatore> in collaborazione con <Provider>
📞 Suoneria

Es

11

11

11

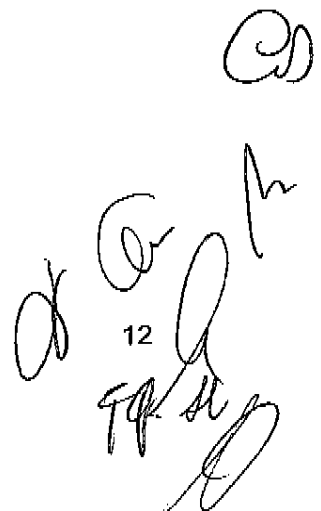
11

11

1.7 Offerte in abbonamento pubblicizzate con contenuti promozionali

- Qualora vengano utilizzati contenuti/offerte promozionali (es. contenuti gratuiti) per promuovere la sottoscrizione di servizi in abbonamento, la comunicazione deve darne esplicita evidenza indicando costi e termini di condizione dell'offerta;
- E' possibile utilizzare la parola "gratis" o suoi sinonimi (es: free, gratuito ecc.) solo se:
 - i contenuti/offerte promozionali sono fruibili in modalità totalmente gratuita e cioè senza alcun costo aggiuntivo per il Cliente salvo i costi ordinari di accesso ai servizi o quelli previsti dal piano tariffario di appartenenza (es: costi di navigazione wap, costi SMS di richiesta, ecc.);
 - nella stessa frase viene esplicitata la condizione grazie alla quale si ottiene il Contenuto gratuito e la durata della condizione promozionale gratuita. Nello specifico la parola "gratis" può essere inserita ante o post il concetto di servizio ad abbonamento;
- I costi del servizio e la dicitura "Servizio in abbonamento" dovranno essere sempre riportati nella comunicazione secondo quanto disciplinato nei precedenti paragrafi 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 e 1.6.

12

The bottom right corner of the page contains several handwritten signatures and initials in black ink. There are approximately five distinct marks, including what appears to be a large 'C' or 'G' at the top right, and several more complex, overlapping signatures below it. The number '12' is printed in the middle of this section.

2 Attivazione, fruizione e disattivazione dei servizi in abbonamento

2.1 Welcome SMS

- Tutti i Clienti che sottoscrivono un servizio in abbonamento devono ricevere un SMS o MMS informativo gratuito, antecedente l'invio del primo contenuto a pagamento, contenente le seguenti informazioni:
 - a. nome Servizio Commerciale
 - b. testo "Abbonamento attivato"
 - c. testo descrittivo libero
 - d. prezzo del servizio
 - e. frequenza dell'addebito
 - f. sintassi e/o modalità diverse di disattivazione
 - g. numero per l'assistenza Clienti

2.2 SMS informativo mensile

- Tutti i Clienti che sottoscrivono un servizio in abbonamento devono ricevere ogni 30 giorni un SMS gratuito informativo che ricorderà loro di avere un abbonamento attivo e conterrà il numero di assistenza clienti da contattare per maggiori informazioni.

2.3 Periodo di addebitabilità del servizio per i servizi prepagati

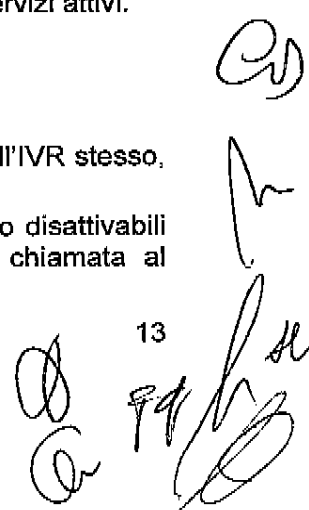
- Gli addebiti dei servizi in abbonamento devono necessariamente essere effettuati all'interno del periodo di competenza (es. entro la settimana), e nel caso d'impossibilità ad effettuare l'addebito al Cliente per una qualsiasi ragione in tale periodo (es. assenza di credito, sospensione temporanea della SIM, ecc), non potranno essere in nessun caso posticipati al periodo successivo.

2.4 Sintassi SMS universale di disattivazione

- Tutti i servizi in abbonamento devono essere disattivabili mediante la sintassi "STOP" da inviare via SMS indistintamente a) al numero breve utilizzato per l'attivazione del servizio, b) in risposta al numero mittente di un qualsiasi SMS o MMS ricevuto, relativo al servizio stesso;
- L'invio della sintassi "STOP" sospende immediatamente il servizio attivo ed i relativi addebiti;
- Nel caso in cui sul numero breve siano presenti più servizi attivi, il Cliente riceve un SMS con la specifica delle sintassi di disattivazione dei singoli servizi attivi.

2.5 Attivazione e disattivazione tramite IVR

- Tutti i Servizi attivabili via IVR devono prevedere al primo livello dell'IVR stesso, l'opzione di disattivazione (vedi 3.4).
- Tutti i Servizi attivabili via IVR da rete fissa devono essere almeno disattivabili dal cliente mediante lo stesso canale e, comunque, mediante chiamata al servizio clienti del Provider o dell'Operatore.



2.6 Disattivazione automatica dei servizi

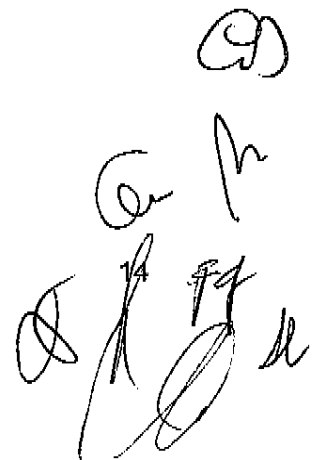
- In caso di richiesta del Cliente di portabilità del proprio numero telefonico da un Operatore telefonico ad un altro o cessazione utenza, saranno disattivati automaticamente tutti i servizi in abbonamento.

2.7 Riconoscibilit  del mittente

- Il mittente dei messaggi SMS/MMS inviati al Cliente per l'erogazione o l'addebito di un servizio deve essere sempre riconoscibile ed univocamente riconducibile ad uno ed un solo Provider.

2.8 Registrazione della richiesta di attivazione dei servizi

- Qualunque sia la procedura per l'attivazione del servizio il Provider registra la richiesta di attivazione del servizio fatta dal Cliente e la trasmette, a richiesta, all'Operatore.

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page. There are several distinct marks, including what appears to be a large 'G' or 'C' at the top, and several other stylized signatures below it.

3 Servizio di assistenza Clienti del Provider

3.1 Numero unico di assistenza Clienti

- Deve essere disponibile alla Clientela da parte di ogni Provider un numero unico di assistenza Clienti per tutti i Servizi riconducibili allo stesso;
- Il costo massimo di chiamata ad un numero breve di assistenza Clienti deve essere di Euro 0,15 al minuto, piu' scatto alla risposta di Euro 0,15. Il Cliente viene informato gratuitamente del costo all'inizio della chiamata;
- Alternativamente il servizio di assistenza Clienti deve essere raggiungibile mediante chiamata ad una numerazione geografica, tariffata secondo quanto previsto dal piano telefonico del Cliente.

3.2 Orari di disponibilità del servizio di assistenza Clienti

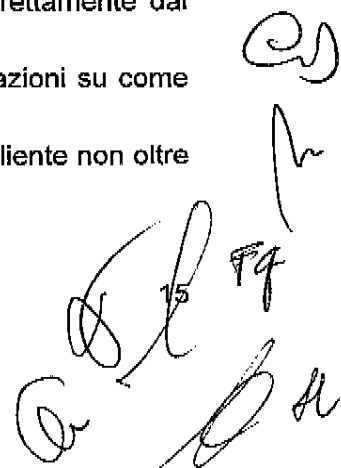
- Il servizio di assistenza Clienti deve essere disponibile 7 giorni su 7, con orario 0-24, mediante IVR;
- Il supporto diretto da parte di un operatore del centro di assistenza deve essere garantito 7 giorni su 7 dalle ore 9.00 alle ore 21.00.

3.3 Dimensionamento del servizio di assistenza Clienti

- Il numero di assistenza Clienti deve essere dimensionato in maniera tale da riuscire a gestire le chiamate in entrata e comunque con un numero di chiamate contemporanee sull'IVR non inferiore a 30;
- Il servizio di assistenza Clienti deve essere dimensionato per garantire la gestione dei Clienti con il seguente livello di servizio:
 - a. il tempo di attesa tra il momento in cui il Cliente seleziona l'opzione dell'IVR relativa al trasferimento ad un operatore ed il momento in cui la richiesta viene accettata dal primo operatore disponibile, non potrà essere superiore ai 30 secondi per l'80% delle chiamate ricevute dal centro di assistenza clienti nell'arco delle 24 ore;

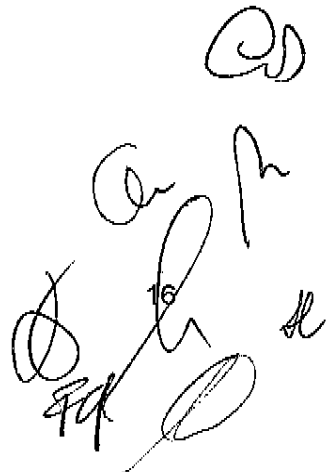
3.4 Interazione mediante risponditore automatico

- Al primo livello dell'IVR deve essere sempre presente l'opzione per la disattivazione dei servizi in abbonamento, denominata con "Disattivazione Servizi";
- Selezionando l'opzione "Disattivazione Servizi" al Cliente deve venire alternativamente proposto:
 - a. una funzione con riconoscimento automatico dei servizi attivi e la conseguente possibilità di richiederne la disattivazione direttamente dal risponditore stesso
 - b. la comunicazione della sintassi "STOP" e le relative indicazioni su come richiedere la disattivazione tramite SMS
- L'opzione per l'accesso all'operatore deve essere presentata al Cliente non oltre il secondo livello di navigazione del risponditore automatico.

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page, including a large signature and several smaller initials.

3.5 Assistenza Clienti su siti web

- Sui siti web degli Operatori deve essere pubblicata la lista di tutti i numeri brevi attivi, indicando esplicitamente il Provider associato ed il numero di assistenza Clienti da contattare.
- Sui siti web dei Provider deve essere resa disponibile ai Clienti un area denominata "Aiuto", "Assistenza" o "Help", accessibile direttamente dalla homepage del sito che prevede almeno:
 - a. Opzione denominata "Disattivazione servizi" al primo livello del Help
 - b. Area di testo libera a disposizione del Cliente per la richiesta di informazioni
 - c. Organizzazione dell'area Help per Tipologia di supporto richiesto
- I Provider si impegnano a dare un riscontro alle richieste di supporto inoltrate tramite l'area "Help" entro 2 gg lavorativi dall'invio della richiesta.

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page. There are several distinct marks, including what appears to be a large 'C' or 'D' at the top right, and several other stylized signatures and initials below it, some of which are crossed out or written over.

4 Servizi a Contenuto Sensibile

4.1 Classificazione dei contenuti sensibili

- Gli Operatori ed i Provider si impegnano a classificare i contenuti sensibili, secondo una categorizzazione univoca e condivisa, e secondo i parametri e le categorie in linea con gli impegni presi nell'ambito della GSMe² e conformemente alla normativa vigente (delibera 661/06/CONS). La classificazione verra' definita entro 60 giorni dalla data di sottoscrizione del presente codice.
- L'accesso ai contenuti sensibili, come sopra definiti, sara' consentito secondo le modalità indicate all'art. 4.3.
- La classificazione dei contenuti sara' parte integrante dei contratti con i Provider che si impegnano ad identificare e classificare i contenuti conformemente a quanto indicato dall'Operatore.

4.2 Informativa aree a contenuto sensibile

- L'accesso a servizi contenenti contenuti sensibili puo' avvenire soltanto previa informativa sulla natura del servizio da parte del richiedente ed esplicita accettazione da parte del Cliente.
- L'accesso alla navigazione a servizi WAP con contenuti sensibili deve essere preceduto da una pagina informativa, contenente un link che esplicita conferma della volontà del Cliente ad accedere ai servizi presenti in tale area.

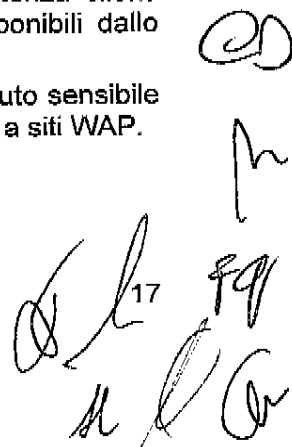
4.3 Aree ad accesso con PIN

- L'accesso ad aree con contenuti classificati dall'Operatore come sensibili e' protetto da un apposito PIN, ai sensi della delibera 661/06/CONS
- il PIN per l'attivazione a tali servizi viene fornito dagli operatori ai soli Clienti maggiorenni titolari del contratto o reali utilizzatori (registrati nei sistemi dell'Operatore), che ne facciano esplicitamente richiesta;
- L'attivazione a servizi in abbonamento e' soggetta a preventiva verifica del pin da parte dell'Operatore.

4.4 Altri strumenti di tutela nell'accesso ai servizi a contenuto sensibile

- I genitori, i tutori e le persone che sono responsabili di minori possono richiedere l'inibizione alla fruizione dei servizi con contenuti sensibili in modalità permanente;
- La richiesta puo' essere effettuata chiamando il numero di assistenza clienti dell'Operatore, oppure tramite altri canali eventualmente resi disponibili dallo stesso.
- Il blocco dei contenuti inibirà il Cliente dal ricevere qualsiasi contenuto sensibile sia per tramite di SMS e MMS in decade 4, che attraverso l'accesso a siti WAP.

² "European Framework for Safer Mobile Usage by Younger Teenagers and Children"



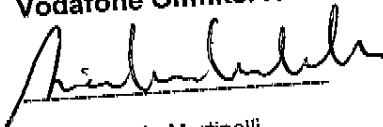
5 Adesione e tempistiche d'implementazione

- Le presenti linee guida sono sottoscritte dagli Operatori e dai Provider che intendano ottemperare agli obblighi in esso imposti;
- Gli Operatori aderenti si impegnano ad implementare delle strutture di monitoraggio atte a presidiare il rispetto delle linee guida definite nel presente documento ed a rendere disponibili i risultati dei test effettuati al Ministero delle Comunicazioni e alle Autorità di vigilanza;
- Gli Operatori si impegnano a prevedere nei propri contratti commerciali con i Provider l'applicazione di penali significative, da applicarsi in caso d'inadempienza nel rispetto di quanto previsto del presente Codice;
- Gli Operatori si impegnano ad integrare i contratti con i Provider con il presente documento e renderlo operativo entro 4 mesi dalla sottoscrizione dello stesso.

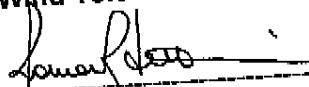
Roma, 29 maggio 2008

H3G S.p.A.

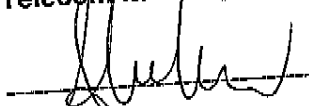
Antongiulio Lombardi

Vodafone Omnitel N.V.

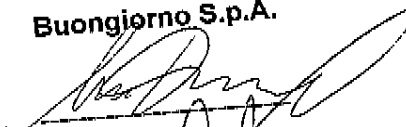
Bianca Maria Martinelli

Wind Telecomunicazioni S.p.A.

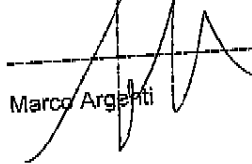
Romano Righetti

Telecom Italia S.p.A.

Alessandro Talotta

Buongiorno S.p.A.

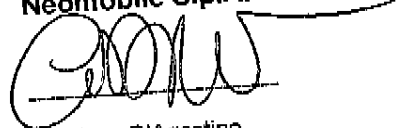
Assen Diakovski

Dada.net S.p.A.

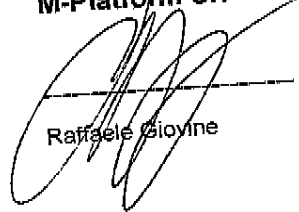
Marco Argenti

David 2 S.p.A.

Gian Luca Fantinuoli

Neomobile S.p.A.

Gianluca D'Agostino

M-Platform Srl

Raffaele Giovine