



Spett.le
Autorità per le Garanzie nelle
Comunicazioni
Direzione Tutela dei Consumatori

c.a. **Avv. Enrico Maria Cotugno**
Responsabile del procedimento

Prot. n. CLR/RAD/068/2013

Roma, 12 aprile 2013

Oggetto: Delibera 202/13/Cons "Consultazione pubblica in materia di Modifiche al Regolamento recante disposizioni a tutela dell'utenza in materia di fornitura di servizi di comunicazione elettronica mediante contratti a distanza, approvato con delibera n. 664/06/Cons" – Commenti BT Italia SpA, Colt Technology Services S.p.A. e Verizon Italia S.p.A.

Si riportano nel prosieguo le osservazioni delle società BT Italia Spa, Colt Technology Services Spa e Verizon Italia Spa in ordine ai seguenti punti evidenziati nella bozza di provvedimento sottoposta a consultazione pubblica:

Articolo 1. Definizioni.

L'Autorità propone di mantenere le definizioni di cui all'art. 1 comma 1 della delibera 664/06/Cons nonostante la finalità della presente revisione normativa sia ampliare l'ambito di applicazione del Regolamento a tipologie di contratto diverse dai contratti a distanza.

Gli operatori scriventi propongono, invece, l'utilizzo, ove possibile, delle definizioni delle norme di rango primario per mantenere la coerenza tra le diverse disposizioni normative, come ad es.:

- utilizzare la definizione di "operatore" di cui al decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259¹ (nel prosieguo anche "Codice" o "Codice CE"), articolo 1, comma 1, lettera u);
- sostituire il concetto di "utente" con "consumatore" ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera j) del Codice.

Introduzione dell'articolo 1-bis. Ambito di applicazione

¹ come modificato dal decreto legislativo 28 maggio 2012, n. 70.

Sede Legale
20134 Milano
via Lucidide, 56

Tel: 02.75292.1
Fax: 02.75292778

Sedi Secondarie

00142 Roma
via Mario Bianchini, 15

Tel: 06.8741.1111
Fax: 06.8741.5700

20019 Settimo Milanese
Via Darwin, 85

Tel: 02.32863.1
Fax: 02.328637701

BT Italia S.p.A.
Soggetta all'attività di direzione e coordinamento
di British Telecommunications plc

Capitale sociale euro 74.998.588 i.v.
Registro Imprese di Milano
Cod. Fiscale e P.IVA 04952121004
R.E.A. Milano n. 1488555

www.bt.com

Ambito soggettivo

L'Autorità propone di estendere l'ambito di applicazione della delibera 664/06/Cons ai "contratti tra operatori ed utenti, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli consumatori".

Ferma restando la proposta relativa alle definizioni e la richiesta di applicare il Regolamento esclusivamente ai contratti stipulati tra operatori e consumatori, le scriventi società propongono in subordine - qualora l'Autorità confermi nel provvedimento finale la volontà di adottare una disciplina generalizzata dei contratti - di estendere l'ambito di applicazione dell'attuale Regolamento esclusivamente ai contratti che si concludono mediante adesione a condizioni generali di contratto unilateralmente predisposte dall'operatore.

La presente proposta trova solido fondamento:

- nell'introduzione dell'art. 4 bis comma 2 proposto dall'Autorità che conferma la specificazione richiesta di applicare il Regolamento ai cd "contratti per adesione";
- nelle "Linee guida della Direzione tutela dei consumatori esplicative per l'attività di vigilanza da effettuare ai sensi dell'art. 1, comma 4, della legge n. 40/2007, con particolare riferimento alle previsioni di cui all'art. 1, commi 1 e 3, della medesima legge";
- nella normativa comunitaria, che pur non proponendo una precisa distinzione fra il mondo dei consumatori e quello delle imprese, tuttavia nello spirito riconosce chiaramente questa distinzione. In particolare segnaliamo all'attenzione dell'Autorità:
 - (i) il Considerando 30 della Direttiva Servizio Universale, che recita: *[enfasi aggiunta]* "30. [...] I consumatori dovrebbero beneficiare di un livello minimo di certezza del diritto nelle loro relazioni contrattuali con il proprio fornitore diretto di servizi telefonici, garantita dal fatto che i termini del contratto, le condizioni, la qualità del servizio, le modalità di rescissione del contratto e di cessazione del servizio, le misure di indennizzo e le modalità di risoluzione delle controversie sono precisate nel contratto stesso. Le medesime informazioni dovrebbero figurare nei contratti conclusi tra i consumatori e i fornitori di servizi che non siano fornitori diretti di servizi telefonici. Le misure in materia di trasparenza dei prezzi, delle tariffe e delle condizioni aiuteranno i consumatori ad operare scelte ottimali ed a trarre pieno vantaggio dalla concorrenza";
 - (ii) fermo restando lo spirito del legislatore comunitario di garantire protezione al consumatore, in nessuna altra disposizione della direttiva si fa un richiamo, ad esempio, alle imprese di maggiori dimensioni e - per casi eccezionali - solo le piccole e medie imprese sono soggetti suscettibili di rientrare nell'ambito soggettivo di applicazione di questa normativa. Infatti, successivamente, al Considerando 49 della medesima Direttiva, e con tecnica diametralmente opposta a quella che l'Autorità intenderebbe

adottare nel provvedimento in discussione, allorquando si intende estendere alcune discipline previste per i consumatori a categorie diverse di utilizzatori finali (le piccole e medie imprese), ciò è fatto attraverso un riferimento esplicito a tale categoria: [enfasi aggiunta] “49. È opportuno che la presente direttiva preveda alcuni elementi di protezione dei consumatori, quali la chiarezza dei termini contrattuali e delle procedure per la risoluzione delle controversie e la trasparenza tariffaria. Essa dovrebbe inoltre incoraggiare l'estensione di tali benefici ad altre categorie di utenti finali, in particolare le piccole e medie imprese.”;

- (iii) la Direttiva 2009/136/CE è ancora più esplicita nelle modalità con cui la possibilità di estensione di tutela a soggetti diversi dal consumatore può avvenire: non automaticamente, bensì a richiesta e, quindi, previa informativa ai clienti di questa possibilità: [enfasi aggiunta] “21. Le disposizioni contrattuali dovrebbero applicarsi non soltanto ai consumatori ma anche ad altri utenti finali, in primo luogo le microimprese e le piccole e medie imprese (PMI), che possono preferire un contratto studiato per le esigenze del consumatore. Per non imporre inutili oneri amministrativi ai fornitori di servizi e per evitare la complessità legata alla definizione di PMI, le disposizioni contrattuali non dovrebbero applicarsi agli altri utenti finali automaticamente, ma solo su richiesta. Gli Stati membri dovrebbero adottare misure appropriate per informare le PMI di questa possibilità.”

Poiché, come sopra riportato, è la stessa Direttiva che introduce il concetto di “altri utenti finali” significa che sono da considerarsi come tali categorie diverse dai Consumatori (es. le piccole e medie imprese, le grandi imprese), e pertanto, a parere degli operatori scriventi, la regolamentazione prevista a tutela dei diritti dei consumatori dovrebbe applicarsi esclusivamente a questa categoria di clienti senza alcuna estensione ad altre categorie di utilizzatori finali, che dispongono, invece, di una forza contrattuale tale che non giustificerebbe tale tutela.

In aggiunta a quanto indicato sopra, si evidenzia, inoltre, che nel nostro paese la previsione da parte degli operatori delle cd “offerte per adesione” valide anche nel segmento degli utilizzatori finali rappresentati dalle piccole e medie imprese, garantisce di per sé che questa categoria di utenti usufruisca già degli stessi benefici di tutela e trasparenza riservate ai consumatori.

In contrapposizione a questa modalità contrattuale, alle grandi imprese vengono invece forniti servizi che sono oggetto di personalizzazione e negoziazione diretta con il cliente stesso, il quale dispone di un rilevante contro potere di negoziazione nei confronti del fornitore di servizi.

Nei rapporti contrattuali con le imprese si ha:

- un elevato grado di complessità tecnica e di articolazione geografica dei servizi richiesti dalle imprese, che si traduce in requisiti formulati ai fornitori di servizi di comunicazione elettronica altrettanto complessi;
- una approfondita conoscenza da parte dei clienti stessi delle caratteristiche tecniche dei servizi disponibili che consente di porsi con un adeguato peso negoziale nella

definizione delle condizioni contrattuali di fornitura dei servizi negoziate in maniera bilaterale;

- o la predisposizione di strumenti contrattuali complessi e altamente tutelanti, che a fronte di caratteristiche prestazionali definite, sono corredati da adeguate penali, configurando quindi fattispecie contrattuali che non sono assimilabili ai contratti per adesione.

Le norme concepite per garantire un'appropriata tutela agli utilizzatori finali – consumatori qualora venissero applicate a categorie di utilizzatori finali diverse, non solo non apporterebbero alcun beneficio a tali categorie di utilizzatori, ma introdurrebbero a carico dei fornitori di servizi inutili e onerosi vincoli.

Ambito oggettivo

Si propone che il campo di applicazione del Regolamento finale sia la fornitura al pubblico di servizi di comunicazione elettronica, in coerenza con il Codice CE le cui previsioni sono a fondamento del Regolamento stesso.

Infatti, come noto, la fornitura di prodotti come ad es. i terminali, non è soggetta a normativa specifica e settoriale e pertanto la disciplina delle condizioni contrattuali dei beni trova naturale locazione nella normativa di rango primario.

Introduzione dell'articolo 1-ter. Trasparenza delle offerte.

L'Autorità propone di introdurre una nuova previsione affinché sia più immediato ed efficace un loro intervento per reprimere eventuali condotte scorrette di presentazione delle offerte alla clientela che sarebbe stata indotta in errore a causa di informazioni formulate in modo ambiguo, poco chiare, incomplete e mancanti di trasparenza. Il testo proposto recita così:

1. La pubblicazione di informazioni circa le offerte commerciali, effettuata con qualsiasi mezzo, deve avvenire in modo chiaro, completo e trasparente, evitando formulazioni ambigue o che possano indurre in errore gli utenti.

Le scriventi società non condividono la proposta e propongono la sua eliminazione per le seguenti motivazioni:

- a. Appare fuorviante il riferimento presente nel testo della delibera 202/13/Cons alle "...formulazioni ambigue o che possano indurre in errore gli utenti" così come la volontà dichiarata dell'Autorità di "...rendere più immediato ed efficace l'intervento [...] per reprimere eventuali condotte scorrette anche nella fase, precontrattuale, di presentazione delle offerte alla clientela" poiché, a parere delle scriventi, entrambe dette formulazioni appartengono alla fattispecie della pubblicità ingannevole.

Come noto, ai sensi del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 145. si intende per:

- “pubblicità”, qualsiasi forma di messaggio che è diffuso, in qualsiasi modo, nell'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale allo scopo di promuovere il trasferimento di beni mobili o immobili, la prestazione di opere o di servizi oppure la costituzione o il trasferimento di diritti ed obblighi su di essi;
- “pubblicità ingannevole”, qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione è idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente.

Per questa ragione il testo proposto appare privo di fondamento poiché la previsione di cui all'art. 71 comma 1 del Codice - richiamata nel testo oggetto di pubblica consultazione - non attribuisce competenze a questa Autorità per la repressione di eventuali condotte illegittime in materia di pubblicità ingannevole quanto, piuttosto, competenze per determinare la forma con cui tali informazioni devono essere rese pubbliche.

Si riporta di seguito il testo integrale dell'art. 71 comma 1 del Codice:

1. L'Autorità assicura che le imprese che forniscono reti pubbliche di comunicazione elettronica o servizi accessibili al pubblico di comunicazione elettronica pubblichino informazioni trasparenti, comparabili, adeguate e aggiornate in merito ai prezzi e alle tariffe vigenti, a eventuali commissioni per la risoluzione del contratto e a informazioni sulle condizioni generali vigenti in materia di accesso e di uso dei servizi forniti agli utenti finali e ai consumatori, conformemente alle disposizioni dell'allegato n. 5. Tali informazioni sono pubblicate in forma chiara, esaustiva e facilmente accessibile. L'Autorità può precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui tali informazioni devono essere pubblicate. [Enfasi aggiunta]

- b. In ogni caso la previsione proposta rischia di introdurre un conflitto in merito a quale Autorità indipendente dello Stato abbia la competenza per reprimere e sanzionare le condotte rientranti nella fattispecie di pubblicità ingannevole. Infatti, dalla lettura del Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145 - art. 8 – la competenza risulta essere in capo all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Introduzione dell'articolo 4-ter. Modifica delle condizioni contrattuali.

Diritti ed obblighi ex art. 70 del D.Lvo n. 259/2003

L'Autorità propone di modificare radicalmente l'attuale assetto dei diritti e degli obblighi riconosciuto dall'art. 70 comma 4 del D.Lvo n. 259/2003, che come noto riconosce al cliente il

diritto di recedere dal contratto senza penali né costi nel caso in cui il fornitore di rete/servizi di comunicazione elettronica modifichi le condizioni contrattuali.

Infatti, l'Autorità propone una serie di modifiche rispetto al dettato normativo in vigore, ed in particolare:

- la modifica in corso delle condizioni contrattuali non può avvenire in mancanza di un giustificato motivo indicato nel contratto stesso;
- il preavviso contrattuale risulta, di fatto, inapplicabile nel caso di esercizio del diritto di recesso in seguito a modifiche contrattuali poiché l'efficacia interruttiva del rapporto giuridico decorre dal momento dell'entrata in vigore delle nuove condizioni;
- l'introduzione in capo agli operatori di un nuovo obbligo di comunicazione preventiva nei confronti dell'Agcom in merito alle modifiche delle condizioni contrattuali con le relative motivazioni.

L'Autorità giustifica questo intervento con il comma 4 dell'art. 70 del Codice che recita come segue:

“4. Il contraente, qualora non accetti le modifiche delle condizioni contrattuali da parte delle imprese che forniscono reti o servizi di comunicazione elettronica, ha diritto di recedere dal contratto senza penali né costi di disattivazione. Le modifiche sono comunicate al contraente con adeguato preavviso, non inferiore a trenta giorni, e contengono le informazioni complete circa l'esercizio del diritto di recesso. L'Autorità può specificare la forma di tali comunicazioni.”
[enfasi aggiunta]

Gli operatori scriventi non condividono l'orientamento sottoposto a consultazione pubblica e propongono che l'articolo non sia modificato per le seguenti motivazioni:

- a. Ai sensi dell'articolo 220 del Codice la modifica, correzione od integrazione dell'attuale art. 70 comma 4 deve essere realizzata “...con la procedura di cui all'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400, nelle materie di competenza esclusiva dello Stato, previo parere delle Commissioni parlamentari competenti per materia, sentita l'Autorità, secondo i medesimi criteri e principi direttivi di cui al citato articolo 41, comma 2, della citata legge n. 166 del 2002.”.
- b. In linea con quanto definito dall'art. 220 sopra citato l'Autorità ha titolo per dettagliare la **forma** con la quale gli operatori devono informare i propri clienti delle modifiche che verranno introdotte. Non è titolata, però, a modificare attraverso un Regolamento l'attuale portata del

comma 4 dell'articolo 70 del D.Lvo n. 259/2003, sino a creare una norma che – ad un'attenta lettura – finisce per contrastare con lo spirito stesso della norma che intende specificare. Appare, infatti, evidente la criticità sotto il profilo della gerarchia normativa che si verrebbe a creare qualora l'Autorità confermasse questa proposta nel provvedimento finale.

- c. Suscita inoltre più di un dubbio il richiamo all'esistenza di un "giustificato motivo" a fondamento della modifica contrattuale, in quanto (a) il concetto di "giustificato motivo" è talmente vago da condurre a formulazioni di motivi talmente generiche – fatta forse eccezione per le varianti determinate da modifiche normative o regolamentari – da vanificarne la funzione; (b) non è chiaro se l'Autorità intenda assumere un sindacato di legittimità sulla giustificazione e se sì sulla base di quali criteri e con quali effetti; (c) lo stesso obbligo di prevedere *ex ante* a contratto giustificati motivi a fondamento delle modifiche contrattuali inciderebbe profondamente nell'organizzazione dell'impresa che non sarebbe più libera di interpretare le istanze del mercato anche modificando i termini con cui i propri servizi vengono erogati.
- d. Per quanto riguarda l'obbligo di comunicazione preventiva in capo agli operatori alternativi – diversi da Telecom Italia - si rammenta che analoga previsione a quella proposta era prevista dal D.P.R 318/1997 - art. 16 comma 1 lettera d) - successivamente abrogata con l'entrata in vigore del D. lvo n. 259/2003.

Pertanto, fermo restando quanto sopra evidenziato, nell'attuale regime regolamentare non appare né giustificato né proporzionato l'introduzione di alcun obbligo di comunicazione preventiva delle condizioni tecnico-economiche *retail* in capo agli operatori.

Modalità di comunicazione

- Utenze prepagate

L'Autorità propone di introdurre un obbligo in capo al fornitore di servizi di comunicazione elettronica prepagati di comunicare all'utente le modifiche contrattuali tramite SMS e di divulgare questa informazione anche attraverso due quotidiani a diffusione nazionale con tiratura non inferiore a 500.000 copie.

Ebbene, a parere delle scriventi l'obbligo di diffusione attraverso la carta stampata appare inutilmente vessatorio, costoso, eccessivo e non giustificato dal momento che l'utente sarà tempestivamente e personalmente informato in maniera dettagliata attraverso i messaggi di testo. Questa modalità di comunicazione appare, infatti, l'unica efficiente e personalizzata che raggiunge in maniera incontrovertibile il destinatario dell'informazione stessa.

- Informativa

Le scriventi propongono all'Autorità di esplicitare i seguenti chiarimenti sulla dicitura dell'informativa sul diritto di recesso sottoposta al vaglio del mercato:

- a) che il testo proposto possa essere oggetto a modifiche di stile, non di sostanza, da parte dell'operatore;
- b) che è fatto salvo l'esercizio del diritto di recesso nelle forme rituali previste dal contratto.

Modifica dell'articolo 5. Cessazione del rapporto contrattuale

Illegittimo prolungamento del vincolo contrattuale

L'Autorità propone una riformulazione del vigente obbligo di cui al comma 9 dell'articolo 5 della delibera 664/06/Cons al fine di ricomprendere le fattispecie di recesso e disdetta.

In questi casi, l'Autorità vieta all'operatore l'addebito di importi per le prestazioni eventualmente fruite a decorrere dalla data di efficacia del recesso/disdetta. La *ratio* di questa previsione sarebbe l'eliminazione di "*...uno dei principali vantaggi legati all'illegittimo prolungamento del vincolo contrattuale.*"

Si condivide, in linea di principio, l'orientamento sottoposto a consultazione pubblica purché il criterio interpretativo della buona fede, spesso richiamato dall'Autorità nella delibera 202/13/Cons, sia utilizzato nell'applicazione e valutazione della condotta dell'operatore ai sensi di questa previsione.

Qualora un operatore emettesse per errore delle fatture anche dopo la data di efficacia del recesso/disdetta ma provvedesse a sanare la situazione, tale comportamento non potrà essere contestato e considerato illegittimo alla luce di questa previsione poiché l'operatore avrebbe eliminato, di fatto, nei confronti del cliente, gli effetti di tale errata fatturazione.

Inoltre è opportuno evidenziare, onde evitare future divergenze interpretative, che nel caso in cui il recesso del cliente sia esercitato nell'ambito delle procedure di trasferimento dell'utenza, l'efficacia del recesso/disdetta non potrà che coincidere con la data di effettivo passaggio dell'utenza al nuovo fornitore poiché l'operatore donating non ha contezza della data in cui l'utente ha manifestato al nuovo fornitore la volontà di rescindere il rapporto in essere.

L. n. 40/2007 (c.d. Legge Bersani)

L'Autorità propone di vietare l'addebito all'utente dei costi sostenuti dall'operatore per la disattivazione, qualora il cliente receda dal contratto alla naturale scadenza oppure oltre il termine contrattuale, attraverso l'introduzione del seguente comma 3 nell'ambito dell'art. 5:

3. L'operatore non può addebitare all'utente le spese di cui al comma 2 [spese giustificate da costi dell'operatore ex L. n. 40/2007], qualora quest'ultimo receda

alla scadenza del termine di durata contrattuale, di cui all'articolo 4-bis, ovvero successivamente a tale scadenza.

Questa proposta, a detta dell'Autorità, si rende necessaria onde scongiurare una lettura snaturata della cd Legge Bersani e, di conseguenza, eliminare interpretazioni distorte di questa norma primaria.

Afferma, inoltre, che l'attuale meccanismo di recesso di cui alla Legge Bersani ha dato luogo a differenze anche sensibili tra gli importi addebitati da diversi operatori ed ad una non sempre trasparente applicazione.

L'Autorità ritiene, infatti, che la previsione della Legge Bersani, secondo la quale

I contratti per adesione stipulati con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, devono prevedere la facoltà del contraente di recedere dal contratto o di trasferire le proprie utenze presso altro operatore senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell'operatore e non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni.

debba essere interpretata come un divieto in capo agli operatori di applicare importi per la disattivazione nel caso di disdetta oppure di recesso alla naturale scadenza contrattuale. In altre parole, i costi giustificati dalla L. 40/2007 sarebbero dovuti dal cliente solo se il rapporto contrattuale viene interrotto nel corso del primo periodo (24 mesi – almeno con riferimento al consumatore) di vigenza contrattuale.

Le scriventi società ritengono la questione non corretta per le seguenti considerazioni:

- a. La previsione di cui al comma 3 sottoposto a consultazione pubblica altro non è che un'interpretazione della L. 40/2007, che in verità, nulla vieta, anzi, non disciplina casi di disdetta o recesso alla naturale scadenza contrattuale limitandosi a prevedere la inapplicabilità di importi non giustificati da costi dell'operatore in qualunque momento il recesso contrattuale viene esercitato. Né la legge vieta (anzi sembrerebbe viepiù promuoverle) la adozione di formule contrattuali a tempo indeterminato con libertà di recesso del cliente in qualunque momento. L'Autorità appare, pertanto, priva della competenza necessaria per procedere ad un'interpretazione, se non proprio a porre norme in contrasto con il dettato dell'attuale normativa di cui alla L. 40/2007.
- b. Il documento "*Linee guida della Direzione tutela dei consumatori esplicative per l'attività di vigilanza da effettuare ai sensi dell'art. 1, comma 4, della legge n. 40/2007, con particolare riferimento alle previsioni di cui all'art. 1, commi 1 e 3, della medesima legge*" e la successiva integrazione emanati da codesta Autorità non corroborano l'interpretazione ora impropriamente proposta.

- c. Da un punto di vista meramente sistematico si ricorda che il campo di applicazione dell'articolo 1, commi 1 e 3 della L. 40/2007, come noto, riguarda esclusivamente i cd contratti per adesione. Si chiede, pertanto, a codesta Autorità di rivedere il testo proposto al comma 2 dell'art. 5, ed in particolare il concetto di "utente" per renderlo coerente con la legge sopra citata nel remoto caso in cui non modificasse le definizioni di cui all'articolo 1 e l'articolo 1-bis come proposto dalla scrivente società.
- d. L'Autorità afferma che la *ratio* sottostante il divieto proposto è che l'operatore ha avuto la possibilità di ammortizzare i costi per la disattivazione durante l'intero periodo contrattuale. In realtà è vero anche l'opposto. L'operatore, per scelta imprenditoriale, ha anche la possibilità di articolare le proprie offerte commerciali rivolte ai clienti professionisti prevedendo un piano di ammortamento diverso da quello indicato dall'Autorità come unica possibilità, oppure, di definire, autonomamente, il margine che intende conseguire con la propria attività imprenditoriale. La pluralità di offerte commerciali presenti sul mercato e la pluralità di fornitori consentiranno al cliente di effettuare delle scelte consapevoli.

Si propone, pertanto, l'eliminazione della previsione di cui al nuovo articolo 5 comma 3.

Entrata in vigore delle modifiche proposte

Si richiede a codesta Autorità un termine congruo non inferiore a 12 mesi dalla pubblicazione in G.U. del nuovo Regolamento al fine di consentire al mercato l'adeguamento alle nuove disposizioni.

Distinti saluti



Liliana Álvarez Suárez
Responsabile Affari Regolamentari
BT Italia SpA