

## **Codice di Condotta relativo alla fornitura di servizi di messaggistica aziendale contenenti codici alfanumerici (Alias) come mittenti di cui all'art 5 della delibera n° 42/13/CIR**

Tata Communications (Italy) srl con sede in Corso Vercelli n.40, 20145 – Milano, partita iva e numero di iscrizione al Registro delle Imprese di Milano 04039660966 (“TATA”, “TCI”)

**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,

**VISTO** il decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259, recante: “Codice delle comunicazioni elettroniche”, come modificato dal decreto legislativo 28 maggio 2012, n. 70, (di seguito definito il “Codice”);

**VISTA** la direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 2009/136/CE, che ha emendato la direttiva 2002/22/CE relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e servizi di comunicazione elettronica;

**VISTO** il decreto legislativo 6 settembre 2005, recante “Codice del consumo” e s.m.i.;

**VISTA** la delibera n. 52/12/CIR recante: “Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa”

**VISTA** la delibera n. 7/13/CIR del 28 febbraio 2013 recante: “Piano di numerazione nel settore delle comunicazioni elettroniche di cui alla delibera n.52/12/CIR - Norme per la sperimentazione di Alias alfanumerici per l'identificazione della linea chiamante negli SMS/MMS”;

**VISTA** la delibera n. 42/13/CIR recante “Norme per la sperimentazione di indicatori alfanumerici per l'identificazione del soggetto chiamante negli SMS/MMS impiegati per servizi di messaggistica aziendale”;

**VISTA** la delibera n. 50/14/CIR recante “Modifica della delibera n. 42/13/CIR recante "Norme per la sperimentazione di indicatori alfanumerici per l'identificazione del soggetto chiamante negli SMS/MMS impiegati per servizi di messaggistica aziendale" “

**CONSIDERATO** quanto riportato al paragrafo “7.b Le valutazioni dell'Autorità” dell'allegato A alla delibera 42/13/CIR e cioè che “*Per quanto riguarda il codice di condotta, considerato che (come fatto rilevare dalle risposte) è scopo della sperimentazione verificare ed eventualmente correggere le norme introdotte, appare opportuno che ci sia la massima condivisione tra i soggetti partecipanti dei codici di condotta, per cui appare opportuno che prima o durante la sperimentazione tutti i soggetti interessati redigano un codice di condotta con dei contenuti minimi condivisi, successivamente oggetto di valutazione da parte dell'Autorità, senza con ciò vincolare l'avvio della sperimentazione al raggiungimento di tale obiettivo*”;

**CONSIDERATO** che l'art. 5 comma 4 della delibera 42/13/CIR prevede che “il fornitore del servizio di messaggistica aziendale adotta, preventivamente, uno specifico codice di condotta, che fissa, tra l'altro, le regole per la costituzione degli Alias e le iniziative previste per la tutela dell'utenza [...]”;

### **ADOTTA**

il presente Codice di Condotta per la fornitura del servizio di messaggistica aziendale tramite indicatori alfanumerici (Alias).

## 1. Premessa e oggetto

1.1 Il presente Codice di Condotta è redatto ai sensi dell'art. 5 comma 4, della delibera 42/13/CIR "*Norme per la sperimentazione di indicatori alfanumerici per l'identificazione del soggetto chiamante negli SMS/MMS impiegati per servizi di messaggistica aziendale*" e si propone di disciplinare la costituzione e la fornitura degli Alias nell'ambito dei servizi di messaggistica aziendale e di definire le regole a tutela dell'utenza dei suddetti servizi.

1.2 TATA si impegna a pubblicare il presente codice di Condotta sul proprio sito internet.

1.3 L'Utente è Responsabile della corretta attuazione delle regole riportate nel presente codice di Condotta.

## 2. Definizioni

Ai fini del presente Codice, in coerenza alla citata delibera, si definiscono:

a) AGCom: Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che vigila sulla osservanza della delibera 42/13/CIR e che gestisce il Data Base contenente il dettaglio degli Alias utilizzati;

b) Cliente Azienda: la persona fisica giuridica che utilizza o che chiede di utilizzare un servizio di messaggistica aziendale, attraverso la sottoscrizione di un'offerta di un fornitore di servizi di messaggistica aziendale;

c) Utente finale: la persona fisica o giuridica che utilizza o che chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico per scopi non riferibili all'attività lavorativa, commerciale o professionale svolta;

d) Messaggistica aziendale: le comunicazioni di tipo SMS/MMS e trasmissioni dati dirette, in modalità singola o massiva, verso Clienti finali da parte di un Utente Azienda, quali Aziende o Enti, per finalità sociali, informative e pubblicitarie;

e) Fornitore del servizio di messaggistica aziendale: soggetto giuridico autorizzato ai sensi dell'art. 25 del CCE che fornisce sulla base di specifici contratti con Clienti Azienda il servizio di messaggistica aziendale attraverso l'utilizzo degli Alias verso i Clienti Finali (cfr. art 4 comma 1);

f) Fornitore dei servizi all'accesso: soggetto giuridico autorizzato ai sensi dell'art. 25 del Codice delle Comunicazioni elettroniche (D.Lgs n. 259/2003) che fornisce i servizi mobili, tra cui il servizio di messaggistica, all'Utente finale;

g) CLI - Calling line identification: identificazione della linea chiamate mediante il numero definito dalla Raccomandazione UIT-T E.164 ed, a livello nazionale, dal Piano Nazionale di Numerazione("PNN") associato alla medesima linea;

h) Alias: stringa di caratteri alfanumerici trasmessa nel campo previsto per l'invio del mittente/CLI nelle comunicazioni SMS/MMS.

### 3. Costituzione degli Alias

3.1 L'utilizzo degli Alias è consentito ai Clienti Azienda che hanno sottoscritto un'offerta di messaggistica aziendale con il Fornitore della stessa ed hanno ottenuto in uso una o più numerazioni E.164 del PNN da associare agli Alias, nel rispetto delle previsioni di cui alla delibera n. 42/13/CIR e s.m.i. La sperimentazione dell'Alias è limitata agli utenti aziendali possessori di P.IVA.

3.2 Deve essere evitato l'impiego di Alias già utilizzati per altri Clienti/ Azienda e che non differiscono in maniera significativa da Alias già utilizzati.

3.3 Ad un numero dato in uso ad un Cliente Azienda possono essere associati più Alias purché utilizzati dalla stessa utenza.

3.4 In linea con quanto previsto dall'art. 4 della delibera 42/13/CIR, l' Alias è costituito in modo da agevolare al massimo l'individuazione da parte del destinatario del soggetto responsabile del contenuto della comunicazione oppure del bene o servizio offerto dallo stesso, riducendo, al contempo, le possibilità di indurre a false individuazioni, pertanto è costituito in modo da essere distintivo del Cliente Azienda, non lesivo di diritti altrui e non ingannevole per il destinatario. A titolo esemplificativo e non esaustivo non possono essere utilizzati:

- nomi comuni ("bar", "ristorante");
- nomi propri di persona (es. "Raffaella");
- cognomi o nomi e cognomi non corrispondenti alla ragione sociale aziendale e che comunque non identificano la professione svolta, invece eventualmente identificabile con titoli o sigle (es. "vv.", "Dr.");
- nomi generici o di uso comune (ad es. "evento", "mamma", "avvocato", "tintoria", "st. legale", "scuola statale");
- semplici nomi di città privi di ulteriori indicazioni (es. "Milano" per intendere invece il Comune di Milano);
- denominazioni di uffici pubblici non accompagnate o sostituite dall'indicazione dell'ente cui appartengono (es. "Anagrafe" senza l'ulteriore indicazione del Comune mittente dell'Alias);
- contenuti meramente informativi (es. "Auguri");
- in materia di tutela dei minori, l'Alias non può essere costituito senza che vi siano riferimenti tali da danneggiare i minori psicologicamente, moralmente, fisicamente e senza far leva sulla loro naturale credulità o mancanza di esperienza e del loro senso di lealtà.

3.5 Gli Alias che richiamano Enti ed Istituzioni pubbliche sono riservati esclusivamente ai medesimi Enti o Istituzioni e non sono associabili ad altri soggetti.

3.6 Gli Alias sono costituiti da stringhe alfanumeriche di lunghezza massima pari a 11 caratteri. L'utilizzo del carattere "€" corrisponde all'uso di due caratteri.

3.7 L' Alias non può essere composto da soli caratteri numerici. In particolare:

a. dovranno essere utilizzate le lettere dell'alfabeto internazionale minuscole e maiuscole:

- ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (codici HEX rispettivamente da 41 a 5A)

- abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (codici HEX rispettivamente da 61 a 6A);

b. potranno essere utilizzate le lettere minuscole accentate presenti sulla tastiera italiana:

- èéùò (codici HEX rispettivamente da 04 a 08)

- à (codice HEX 7F)

c. potranno essere utilizzate le cifre da 0 a 9:

- 0123456789 (codici HEX rispettivamente da 30 a 39);

d. potranno essere utilizzati i comuni segni di punteggiatura:

- SP (spazio: codice HEX 20)

- ! (punto esclamativo: codice HEX 21)

- ' (apostrofo: codice HEX 27)

- , (virgola: codice HEX 2C)

- . (punto: codice HEX 2E)

- : (due punti: codice HEX 3A)

- ; (punto e virgola: codice HEX 3B)

- ? (punto interrogativo: codice HEX 3F)

I precedenti caratteri non potranno essere preceduti dal carattere spazio. Non è consentito l'uso consecutivo di spazi.

- " (virgolette: codice HEX 22)

In un Alias, potranno essere presenti esclusivamente due virgolette: una come apertura ed una come chiusura. La prima non può precedere uno spazio e la seconda non può seguire uno spazio.

e. potranno essere utilizzati i comuni simboli di valuta:

- € (euro: codice di due caratteri HEX 1B 65)

- £ (lira: codice HEX 01)

- \$ (dollaro: codice HEX 02)

f. potranno essere utilizzati i comuni simboli matematici:

- % (percentuale: codice HEX 25)
- ( (parentesi tonda aperta: codice HEX 28)
- ) (parentesi tonda chiusa: codice HEX 29)
- + (più: codice HEX 2B)
- – (meno o anche trattino: codice HEX 2D)
- = (uguale: codice HEX 3D)

g. potranno essere utilizzati i seguenti simboli internet:

- @ (chiocciolina o “at” : codice HEX 00)
- \_ (sottolineato o “underscore” : codice HEX 11)
- # (cancelletto o “hash” : codice HEX 23)
- & (and: codice HEX 26)
- \* (asterisco o “star” : codice HEX 2A)

3.8 Gli Alias non possono iniziare o terminare con un carattere spazio (SP).

3.9 L' Alias è determinato nel rispetto delle normativa vigente relativa all'utilizzo dei marchi.

#### **4. Gestione degli Alias**

4.1 Gli Alias associati a Clienti/Azienda dal Fornitore del servizio di messaggistica aziendale sono contenuti nella banca dati gestita dall' AGCom, limitatamente ai servizi da essa direttamente forniti, recante per ciascun Alias:

- i) Alias;
- ii) il numero E.164 associato;
- iii) la denominazione del Cliente Azienda a cui è concesso l'uso dell' Alias;
- iv) il relativo Codice Fiscale;
- v) la partita IVA;
- vi) le modalità per contattare tale soggetto e, limitatamente a quelle effettivamente disponibili, in particolare:
  - vi.1) indirizzo,
  - vi.2) numero telefonico, qualora esistenti, in ordine di preferenza del servizio di assistenza clienti,
  - vi.3) fax,
  - vi.4) e- mail,
  - vi.5) PEC
  - vi.6) indirizzo del sito web, qualora esistente,

- vii) data in cui l' Alias è dato in uso alla clientela
- viii) data di cessazione dell' Alias, quando non più in uso.

4.2 Le informazioni di cui al superiore art. 4.1. sono aggiornate, per le nuove attivazioni, prima dell'inizio dell'impiego di un nuovo Alias ed entro le successive 24 ore lavorative nel caso di cessazione.

4.3 Il caricamento delle informazioni viene effettuato con modalità incrementale, ovvero vengono comunicati esclusivamente gli Alias che il fornitore di servizi intende dare in uso ad un proprio Cliente Azienda oppure gli Alias che il proprio Cliente Azienda non intende più utilizzare tramite il fornitore di servizi stesso. Il sistema Alias consente esclusivamente di aggiungere record. Questi possono essere di due tipi "aggiunta" di un Alias oppure "rimozione" di un Alias. Di conseguenza, la banca dati del sistema Alias mantiene lo storico di tutte le operazioni. Il Cliente è Responsabile della correttezza della comunicazione a TATA dei dati che devono essere inseriti nel Registro degli Alias dell'AGCom.

4.4 Per comunicare una variazione dei dati immessi relativi ad un Alias, quale la variazione del punto di contatto del Cliente Azienda, è necessario immettere nel sistema Alias due record. Il primo (di tipo "rimozione") indica, al sistema, l'Alias da rimuovere, cioè il record di cui si intendono aggiornare 6 le informazioni. Il secondo record (di tipo "aggiunta") indica, al sistema, l'Alias da aggiungere, cioè contiene i dati aggiornati. Questi due record possono essere contenuti nello stesso file, prevedendo che il record di rimozione preceda quello di aggiunta.

Il file può essere di tipo ".csv" oppure ".xml". In particolare, i campi del record sono:

<Alias>,<numerazione>,<cliente\_ragionesociale>, <cliente\_sigla\_paese\_fiscale>,  
<cliente\_codice\_fiscale>, <cliente\_partita\_iva>, <cliente\_sede\_indirizzo>,<cliente\_contatto>,  
<azione>.

Si noti, inoltre, che il nominativo del fornitore di servizi di messaggistica aziendale nonché la data e l'orario della "ricezione" del record da parte del sistema Alias non vengono inviati ma sono rilevati automaticamente dal sistema Alias.

Tutti i campi dei record sono obbligatori e devono contenere caratteri con codifica Unicode UTF- 8.

## **5. Misure di tutela del Cliente finale**

5.1 Il Cliente finale che riceve un messaggio SMS/MMS avente come mittente un Alias ritenuto inatteso, ingannevole o di spam, può contattare il Customer Care del proprio Operatore di telefonia mobile segnalando il caso e comunicando all'Operatore le seguenti necessarie informazioni per effettuare i dovuti controlli:

- a) numerazione del Cliente finale destinatario dell'SMS/MMS;
- b) Alias che appare come mittente del messaggio (SMS/MMS);
- c) giorno, data e ora di ricezione.

5.2 Il Customer Care dell'Operatore, attraverso l'interrogazione della banca dati gestita dall'AGCom, riceve le informazioni relative al Cliente Azienda che ha inviato il

messaggio e lo comunica al Cliente finale al fine di consentirgli se necessario di tutelare i propri interessi. Il Customer Care si riserva di comunicare al Cliente finale gli esiti delle ulteriori verifiche eventualmente necessarie a soddisfare le richieste del Cliente finale.