

Telemarketing aggressivo, interviene (anche) l'Agcom: le nuove regole per i call center

(Fonte: <https://www.corriere.it/>)

Telemarketing, il Codice di condotta di Agcom

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom) è intervenuta contro il telemarketing selvaggio, quelle telefonate spesso provenienti da un numero sconosciuto o non salvato in rubrica dove risponde una voce registrata per promuovere nuovi servizi e offerte. Con la seduta del Consiglio del 26 luglio scorso è stato approvato il nuovo Codice di condotta per i call center, che «definisce, in una logica di autoregolamentazione, una serie di misure, da recepire nei contratti tra operatori di comunicazioni elettroniche e partner commerciali che svolgono attività di call center».

Nemmeno il registro delle opposizioni è stato sufficiente a mettere un freno alle chiamate insistenti di televendita «illegale e aggressivo».

Vediamo quali sono le misure che ha messo in campo Agcom.

I principi della televendita

Come ha spiegato l'Autorità, le misure contenute nel Codice di condotta si ispirano ad alcuni principi su cui deve basarsi il telemarketing:

- trasparenza dei contratti con gli utenti finali conclusi telefonicamente;
- utilizzo corretto delle **liste di numeri telefonici, come fornite dagli operatori**;
- regolazione del sub-appalto delle attività dei call center;
- obbligo di richiamabilità del call center da parte del cliente;
- obbligo di iscrizione al Roc dei call center;
- divieto di modificare il Caller Line Identification della linea da cui origina la chiamata al cliente.

Adesione non obbligatoria per gli operatori

Il suo intervento, spiega Agcom, è stato spinto dalla rilevanza di un impianto normativo insufficiente a garantire legalità e trasparenza dell'attività, come ad esempio l'obbligo ad avere una numerazione riconoscibile o ad evitare lo spoofing (una tipologia di attacco informatico che prevede la falsificazione dell'identità).

Anche in questo caso **non esiste nessun obbligo di adesione alla normativa, operatori e call center** possono farlo su base volontaria. Nonostante ciò, l'Autorità ha specificato che «in via indiretta, in particolare per il tramite dei contratti che dovranno recepire le misure previste, il Codice di condotta avrà comunque effetti sull'attività dei call center che sottoscriveranno i

contratti stessi (anche laddove risultassero non aver aderito in via diretta al Codice di condotta)».

Le regole di Agcom

Ecco cosa prevede il Codice di condotta di Agcom:

1. I call center devono rispettare la normativa lavoristica e di settore e garantire requisiti minimi di affidabilità;
2. I call center devono essere iscritti al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) e l'affidabilità deve essere verificata dall'operatore delle comunicazioni;
3. Devono seguire regole chiare e strumenti di verifica per l'acquisizione tramite call center di contratti con i consumatori;
4. Stabilire misure organizzative come la gestione unitaria del processo di vendita e implementare blacklist di numeri telefonici;
5. Integrare misure, a cura di ciascun operatore di comunicazioni elettroniche, per effettuare il monitoraggio e il controllo sull'attività svolta dai soggetti a cui è appaltata/affidata l'attività di promozione/vendita con specifici interventi sanzionatori;
6. Attivare meccanismi per penalizzare e disincentivare i call center che non rispettano la normativa vigente;
7. Adottare misure di trasparenza e di riconoscibilità del call center;
8. Fissare regole sul ricorso al subappalto (anche fuori dal territorio nazionale) da parte dei call center;
9. Stabilire misure per assicurare la qualità dei servizi prestati e verificare che i dipendenti seguano le direttive stabilite.