

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

1. Premessa e oggetto

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.

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) **Cliente finale**: la persona fisica o giuridica che utilizza o che chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico;
- d) **Messaggistica aziendale**: le comunicazioni di tipo SMS/MMS, in modalità singola o massiva, verso Clienti finali da parte di un Cliente 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 CCE che fornisce i servizi mobili, tra cui il servizio di messaggistica, al Cliente finale;
- g) **CLI – Calling line identification:** identificazione della linea chiamate mediante il numero definito dalla Raccomandazione UIT-T E.164 e nazionalmente dal Piano Nazionale di Numerazione (Del. 52/12/CIR e s.m.i.) 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.

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

3.4 utilizzati dalla stessa utenza.

3.5 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:

- semplici nomi di persona (es. “Gaia”);
- semplici 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. “Avv.”, “Dr.”);
- nomi generici o di uso comune (ad es. “evento”, “nonna”, “geometra”, “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”).

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

3.7 Gli Alias sono costituiti da stringhe alfanumeriche di lunghezza massima pari a 11 caratteri.

3.8 L’Alias non può essere composto da soli caratteri numerici.

3.9 L’Alias è determinato nel rispetto delle norme vigenti relative 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.

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 consentirgli 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 le 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.