

Esecuzione degli impegni assunti da Telecom Italia nel Procedimento A375:
Sintesi della Relazione Annuale per il 2011 predisposta da
PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Nell'ambito degli impegni assunti da Telecom Italia SpA (TI) nei confronti dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in relazione al procedimento A375 – *Sfruttamento di Informazioni Commerciali privilegiate*, PricewaterhouseCoopers Advisory SpA (PwC) ha ricevuto da TI un incarico per lo svolgimento di specifiche procedure di verifica che hanno avuto per oggetto la conferma dell'applicazione delle procedure aziendali esistenti relative:

- alla formazione e distribuzione delle liste di utenti da contattare al fine di proporre servizi di telefonia fissa di TI (le "liste di marketing");
- all'incentivazione degli agenti tramite sistemi di *commissioning* (provvigioni e *canvass*) per l'acquisizione di clienti precedentemente in ULL con altro operatore e di clienti che attivino un nuovo impianto.

L'incarico ha previsto, da parte di PwC, lo svolgimento delle seguenti attività:

- tra il 16 e il 30 Maggio 2011 PwC ha condotto delle interviste con i responsabili in TI dei due processi sopra citati, al fine di confermare nel dettaglio il flusso delle attività e l'effettiva applicabilità del piano delle verifiche da svolgere stabilite per le verifiche 2010;
- tra il 6 Giugno e il 15 Luglio 2011 PwC ha svolto le verifiche previste dal piano, ripetute poi nel periodo dal 19 Settembre al 17 Ottobre 2011 e nel periodo dal 24 Novembre al 20 Dicembre 2011. Ciascun ciclo di verifiche è stato svolto selezionando campioni diversi.
- tra l'1 febbraio e il 28 febbraio 2012 PwC ha redatto la relazione annuale per le verifiche che si sono svolte nel corso del 2011.

Le procedure di verifica, indicate da TI a PwC in apposito capitolato tecnico di gara, sono state realizzate da PwC con le seguenti modalità.

Per quanto riguarda la formazione delle liste di marketing, PwC ha eseguito controlli su clienti estratti in maniera casuale dalla popolazione di riferimento per verificare che i nominativi inseriti in tali liste fossero clienti attivi di TI, o comunque clienti legittimamente contattabili ai sensi della normativa sulla *privacy*.

In particolare, PwC ha effettuato controlli per verificare che:

- le liste prodotte contengano solo clienti di TI. Al fine di verificare che l'output del sistema di profilazione (Customer Profiling) da cui sono estratte le liste di marketing fosse effettivamente costituito da soli clienti TI attivi e consensati, si sono svolte verifiche che hanno previsto l'estrazione di una lista dal sistema di profilazione e la successiva selezione, nell'ambito della suddetta lista, di un campione di linee telefoniche, per le quali è stato verificato che vi fossero inclusi solo clienti TI attivi e consensati;
- le liste inviate ai partner contengano solamente clienti di TI attivi e consensati. Per realizzare tale verifica sono stati estratti casualmente clienti presenti nelle liste di marketing consegnate alla Funzione Sales TI. Per tali clienti è stato percorso a ritroso il processo di costruzione delle liste in modo da verificare la presenza nelle stesse esclusivamente di clienti TI attivi e consensati. Si è inoltre verificato l'effettivo transito delle liste attraverso tutti i sistemi interni preposti al raffinamento ed aggiornamento delle liste stesse. Infine, su liste di marketing scelte casualmente fra quelle prodotte nei mesi precedenti, si è verificato l'aggiornamento delle stesse tramite il sistema Campaign Management System (CMS), che, attraverso un opportuno filtro, garantisce l'aggiornamento giornaliero dello status dei clienti ("attivo"/"non attivo" e "consensato"/"non consensato"). Tale verifica è stata effettuata riscontrando gli effettivi "abbattimenti" (ovvero diminuzione della numerosità dei clienti presenti nella lista, dovuto ad un passaggio degli stessi ad uno status "non attivo" o "non consensato") verificatasi in seguito all'inserimento nel sistema CMS della stessa lista in due momenti distinti;
- i dati personali utilizzati per la formazione delle liste di marketing provengono da database lecitamente utilizzabili ai sensi della normativa sulla privacy e non siano specificatamente mirati ai clienti di alcun concorrente in particolare. La verifica effettuata ha previsto un'analisi del contratto tra TI e la Società fornitrice del database esterno al fine di verificare che la Società garantisca contrattualmente il rispetto del D.Lgs. n.196/2003 e dei provvedimenti dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali. Inoltre, nell'ambito di tale verifica, sono stati analizzati i dettagli dei record presenti nel suddetto database esterno e si è accertata l'assenza di indicazioni dell'operatore fornitore del servizio di telecomunicazioni;
- le liste inviate alla Funzione Sales TI saranno rinnovate con cadenza ragionevole. Per dare riscontro dell'aggiornamento delle liste in un periodo da considerarsi ragionevole è stato selezionato un campione di liste tra quelle prodotte nei mesi precedenti e sono stati analizzati i trend di abbattimento delle stesse (ovvero diminuzione della numerosità di

clienti presenti nelle liste, dovuto ad un passaggio degli stessi ad uno status “non attivo” o “non consensato”). Attraverso tale analisi è stata confermata la sostanziale costanza della percentuale di abbattimento tra due successivi momenti di rilascio delle liste. Inoltre, sono state verificate le comunicazioni periodiche, inviate dai partner a TI, attestanti sia la cessazione dell’attività *outbound* sulle liste non più utilizzabili, ai sensi delle istruzioni fornite da TI ai partner, sia l’avvenuta distruzione delle liste stesse.

Inoltre in seguito all’adozione, da parte del Parlamento Italiano, dell’art. 20 bis della legge n.166/2009 e il D.P.R. 178/2010, TI ha ritenuto opportuno che PwC testasse anche il processo di creazione delle liste di marketing in regime *opt-out*.

L’art. 20 bis della legge n.166/2009 e il D.P.R. 178/2010 hanno infatti introdotto incisive modifiche al trattamento dei dati presenti negli elenchi pubblici di abbonati da parte degli operatori di telemarketing.

Rispetto al precedente impianto normativo basato sull’*opt-in* – che permetteva il contatto telefonico per campagne di telemarketing solo a coloro che avessero preventivamente fornito il proprio consenso – il legislatore ha privilegiato il sistema dell’*opt-out*: l’abbonato dovrà iscriversi nel “Registro Pubblico delle Opposizioni” per non ricevere più chiamate a fini promozionali e pubblicitari da parte degli operatori di telemarketing.

A partire dal 1 febbraio 2011 l’Abbonato agli elenchi telefonici pubblici che si sarà iscritto al Registro Pubblico delle Opposizioni non potrà più essere contattato dagli operatori di telemarketing, i quali dovranno necessariamente consultare il Registro prima di avviare un’operazione promozionale attraverso l’utilizzo degli elenchi telefonici pubblici come fonte per i contatti, pena le sanzioni stabilite dal Codice della Privacy.

L’introduzione di tali modifiche al trattamento dei dati ha permesso a Telecom Italia il contatto dei clienti *prospect* (non Telecom Italia) presenti negli elenchi telefonici pubblici che non si siano registrati al Registro Pubblico delle Opposizioni per negare il consenso alla contattabilità per fini promozionali.

Sono stati pertanto condivisi tra le parti dei test “ad hoc” per tale processo di creazione di liste di Marketing volti alla verifica del rispetto delle modalità di utilizzo degli elenchi telefonici pubblici citati nel testo dell’articolo 20 bis della legge n.166/2009 e del D.P.R. 178/2010 ed in particolare alla verifica che il processo di creazione di tali liste sia un processo “indipendente” rispetto ai processi di creazione di liste di marketing.

In particolare, PwC ha effettuato controlli per verificare che:

- il DB Telecom utilizzato per creare liste di utenti *prospect* sia stato effettivamente predisposto a partire dagli elenchi telefonici pubblici lecitamente utilizzabili;
- le liste di marketing formate sulla base di elenchi telefonici pubblici lecitamente utilizzabili ai sensi della normativa sulla privacy, non siano specificamente mirate a linee di alcun concorrente in particolare. PwC ha verificato che i dati di origine relativi agli elenchi telefonici pubblici non contengano informazioni relative al singolo OLO (Operatore);
- le liste prodotte grazie all'apertura legislativa concessa dall'art. 20 bis della legge n.166/2009 e il D.P.R. 178/2010 siano originate dalle banche dati costituite sulla base di elenchi telefonici pubblici. PwC ha verificato che le linee presenti nelle liste di marketing *prospect* provengano effettivamente dal database TI contenente gli elenchi telefonici pubblici;
- le liste "*Prospect*" siano state inviate al registro delle opposizioni per essere depurate dagli utenti che hanno negato il consenso al contatto, prima del loro inoltro alla forza vendita. PwC ha preso copia delle email inviate al registro delle opposizioni ai fini dello svolgimento dell'attività di "depurazione" delle linee per le quali è stato negato il consenso alla contattabilità;
- le liste di marketing prodotte in regime *opt-out* abbiano una validità massima pari a 15 giorni in modo tale da permettere un aggiornamento costante del consenso alla contattabilità da parte dei sistemi.

Le verifiche si sono concentrate sulle attività concretamente poste in essere dalle divisioni commerciali per la formazione delle liste di marketing e la loro distribuzione alla rete di vendita di TI.

In relazione alle verifiche dell'identità del *commissioning* per attivazione di clienti precedentemente in ULL con altri operatori e clienti che attivino un nuovo impianto, PwC ha condotto controlli a campione sui partner commerciali (consumer e business), selezionando campioni casuali di entrate merci e verificando la relativa documentazione contrattuale (contratti, Business Plan e lettere di *canvass*) nonché i fogli di lavoro utilizzati per i calcoli delle spettanze, in modo da riscontrare l'identità delle provvigioni e *canvass* non soltanto con riferimento alle previsioni contrattuali, ma anche in relazione alle provvigioni effettivamente erogate da TI ai propri partner.

Per tutte le attività sopra descritte, PwC ha provveduto:

- alla selezione dei campioni, la cui dimensione è stata definita da TI, ritenuti adeguati alle tipologie di controlli effettuati;
- alla raccolta della documentazione, che è stata fornita in maniera autonoma dal personale di TI su richiesta di PwC;
- all'analisi della documentazione raccolta per verificare il raggiungimento dell'obiettivo e della verifica;
- alla formalizzazione dei risultati delle verifiche svolte;
- all'archiviazione della documentazione raccolta.

Le attività di verifica sopra descritte non hanno comportato alcuna estrazione di dati autonoma e di elaborazione da parte di PwC, che ha avuto accesso ai sistemi informativi in sola lettura e sempre in affiancamento al personale di TI. Inoltre, le verifiche svolte da PwC hanno avuto ad oggetto informazioni e documentazione esclusivamente fornite da TI.

All'esito delle verifiche non sono emerse eccezioni.