**Al Direttore Ing.**

**GIOVANNI SANTELLA**

**AGCOM**

**Direzione Tutela dei Consumatori**

g.santella@agcom.it

Roma, 7 febbraio 2022

Prot. 015/2022/PP

**Oggetto: Segnalazione mancata trasparenza Velocità Connessione Fibra pubblicizzata**

**Gentile Direttore,**

**non essendo da tempo convocato il Tavolo Permanente di confronto tra le Associazioni dei Consumatori e l’Autorità, siamo costretti ad inviare una segnalazione, sperando in una ripresa degli incontri con sistematicità, per analizzare le varie problematiche che riscontriamo. di volta in volta, nel mercato delle comunicazioni elettroniche.**

**Nello specifico, Adiconsum, sollecitata dalla recentissima pubblicità realizzata dell’azienda ILIAD, relativa alla vendita di abbonamenti di telefonia fissa per la connessione alla rete in fibra con una elevata velocità, addirittura di 5Gbit/s, ha ritenuto opportuno verificare le informazioni pubblicitarie delle principali aziende del settore, relative alla vendita di connessioni in fibra, ponendo particolare attenzione alle velocità di connessione reclamizzate.**

**Prima di entrare nel dettaglio, evidenziamo:**

**- una scarsa trasparenza delle informazioni fornite ai consumatori,**

**- una competizione smisurata fra le aziende (quasi una gara a chi promette la velocità di connessione più alta) per condizionare la scelta,**

**- l’assenza quasi totale dell’indicazione della velocità minima contrattuale garantita e la conseguente impossibilità di effettuare comparazioni realistiche.**

**Ci è sembrato evidente che, il condiviso sistema dei semafori, realizzato da AGCOM per identificare la tipologia di connessione in fibra e indirizzare correttamente il mercato, sia ormai superato e che, a nostro avviso, sia necessario un urgente intervento regolatorio per garantire una corretta vendita dei relativi abbonamenti.**

**Le diversificazioni proposte in pubblicità sono tutte riferite alla fibra FTTH, identificata dal semaforo verde, ma in effetti, emergono ulteriori differenze tecnologiche, che consentono di proporre varie velocità di connessione massime raggiungibili. Ci riferiamo a tecnologia GPON, EPON e XGS-PON, che permettono velocità fino a 1Gbit/s, 2.5Gbit/s, 5Gbit/s e 10Gbit/S.**

**Tutte specifiche incomprensibili per il consumatore medio, data l’ assenza di informazioni chiare presenti nelle pubblicità, ma soprattutto, sconosciute agli utenti, perché si riferiscono a tecnologie di cablatura, peraltro effettuate da aziende diverse dai venditori.**

**Alleghiamo alla presente le schermate riprese dai siti delle varie aziende, nelle quali viene reclamizzata l’offerta, da dove si possono verificare le specifiche descritte qui di seguito:**

**TISCALI e SKY WIFI utilizzano GPON e propongono max velocità fino 1Gbit/s;**

**W3 propone max velocità fino 1Gbit/s ma non specifica la tecnologia;**

**FASTWEB utilizza GPON e propone max velocità fino 2.5 Gbit/s (non per tutti e non spiega il perché, propone anche 1Gbit/s)**

**VODAFONE propone max velocità fino 2.5Gbit/s e non specifica la tecnologia;**

**ILIAD utilizza EPON e anche GPON. Con tecnologia EPON propone max velocità fino 5Gbit/s ma specifica che la velocità proposta è raggiungibile *complessivamente fra porte Ethernet e Wi-Fi.* Con tecnologia GPON propone max velocità fino 1Gbit/s.**

**TIM utilizza GPON e propone due abbonamenti a max velocità fino a 1Gbit/s e fino 2.5 Gbit/s. Utilizza anche tecnologia XGS-PON (sperimentale ma commercializzata) e propone max velocità fino a 10Gbit/s.**

**Quanto riscontrato dimostra come sia difficile per il consumatore medio poter comprendere quale sia l’offerta commerciale più idonea alle proprie esigenze e soprattutto capire quale tipologia realmente sarà attivata, nel caso di stipula del contratto, visto che la reale velocità sarà determinata dalla tecnologia collegata alla propria abitazione.**

**E’ quindi indispensabile fare chiarezza sulle tecnologie usate e porre fine all’attuale metodologia pubblicitaria forviante, che crea solo confusione, tenendo anche presente che il prezzo di un abbonamento non varia in base alla velocità max raggiungibile (modalità non proprio adeguata, dato che il prezzo dovrebbe variare in base alle diverse caratteristiche di un servizio) e che, il consumatore scopre solo dopo avere fatto la verifica, quale tecnologia raggiunge la propria abitazione.**

**Sembra, anzi, che l’attività di marketing punti ad attrarre i consumatori attraverso promesse anziché certezze, al limite quindi di modalità di vendita scorretta che, riteniamo, la sua Direzione debba valutare e, nel caso, limitare.**

**Per questo, Adiconsum ritiene che nella pubblicità fatta dalle aziende non debba essere utilizzato il termine *velocità fino a… ,* che non garantisce trasparenza, ma rappresenta solo una probabilità.**

**Va ricordato, a tal proposito, che tale situazione era presente anche nello sviluppo dell’ADSL e, allora, si pose fine alla false promesse con *MisuraInternet*.**

**Riteniamo quindi che sia indispensabile pubblicizzare gli abbonamenti in fibra indicando SEMPRE e soprattutto la velocità minima garantita, dato che permette la reale comparazione, e la velocità massima possibile per ogni specifica tecnologia utilizzata.**

**Purtroppo abbiamo dovuto constatare che la velocità minima garantita, che è l’unico parametro riconosciuto da M*isurainternet* e che permette il reclamo per inadempienza contrattuale, non viene mai indicata tranne da ILIAD (che la indica però come stimata e non garantita), TISCALI e VODAFONE.**

**Un discorso a parte merita ILIAD, che propone una pubblicità simile a quella dei concorrenti, ma differente nella realtà. Nella parte bassa del proprio sito web, poco visibile agli utenti, viene specificata la velocità proposta scrivendo quanto segue: *fino a 2.5Gbit/s su 1 porta Ethernet, fino a 1Gbit/s su 2 porte Ethernet, fino a 0.5Gbit/s in Wi-Fi.***

**L’interpretazione di tale messaggio è sicuramente molto dubbia.**

**Quanto illustrato mette, a nostro parere, in evidenza la necessità urgente di regole uguali per tutti, parametri di confronto certi e misurabili, e trasparenza nella comunicazione.**

**Confidiamo in un celere intervento della Direzione da Lei diretta e confermiamo la nostra disponibilità a fornire ulteriori elementi che necessitassero, con lo spirito di collaborazione che sempre è intercorso fra le Associazioni dei Consumatori ed AGCOM.**

**Cordiali saluti.**

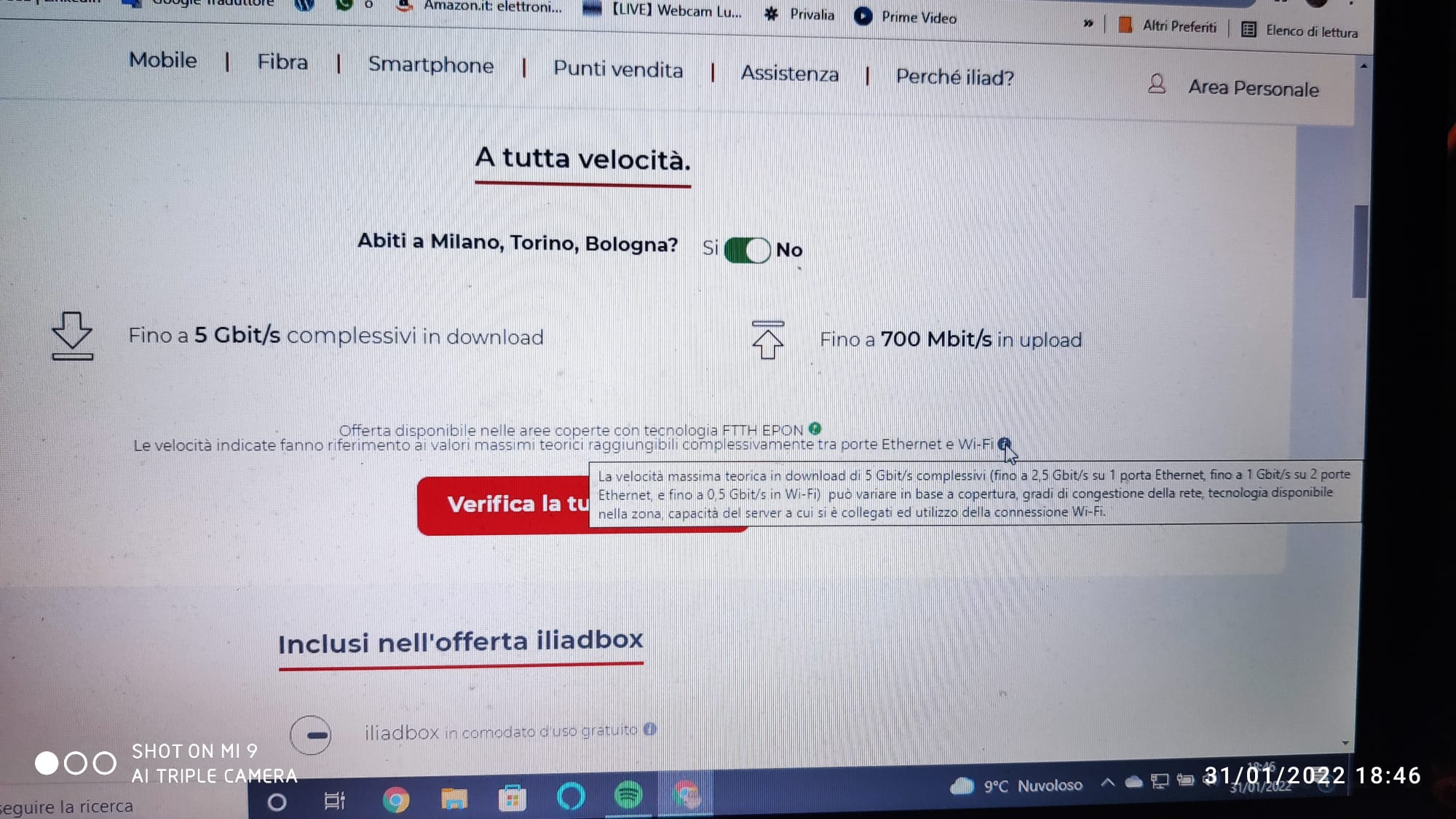
**Mauro Vergari Pierpaola Pietrantozzi**

***Direttore Ufficio Studi Innovazioni e Sostenibilità*   *Segretario Nazionale***

Immagine che contiene testo

Descrizione generata automaticamente****

**Allegati:**

****



