

**DECRETO 13 luglio 1995, n. 385.**

**Regolamento recante norme sulle modalità di espletamento dei servizi audiotex e videotex.**

IL MINISTRO DELLE POSTE E DELLE TELECOMUNICAZIONI

Visto il testo unico delle disposizioni legislative in materia postale, di bancoposta e di telecomunicazioni approvato con decreto del Presidente della Repubblica 29 marzo 1973, n. 156;

Vista la convenzione stipulata in data 1° agosto 1984 tra il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni e la concessionaria SIP, approvata con decreto del Presidente della Repubblica 13 agosto 1984, n. 523, che disciplina la concessione di servizi di telecomunicazioni ad uso pubblico;

Visto l'art. 8 della legge 1° aprile 1981, n. 121, concernente il nuovo ordinamento dell'Amministrazione della pubblica sicurezza;

Visto il decreto ministeriale 27 gennaio 1986, che ha introdotto in via permanente il servizio pubblico videotel in campo nazionale, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 125 del 31 maggio 1986;

Visto il decreto ministeriale 12 febbraio 1986 concernente la scelta dello standard relativo al servizio videotel, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 125 del 31 maggio 1986;

Visto l'art. 3 del decreto legislativo 9 febbraio 1993, n. 55, di attuazione della direttiva 90/387/CEE concernente l'istituzione del mercato interno per i servizi di telecomunicazioni mediante la realizzazione della fornitura di una rete aperta di telecomunicazioni;

Visto l'art. 54 della legge 22 febbraio 1994, n. 146, recante delega per l'attuazione della direttiva CEE n. 90/388 in tema di concorrenza nei mercati dei servizi di telecomunicazioni;

Visto il decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 103, con il quale è stata recepita la direttiva 90/388/CEE;

Riconosciuta l'esigenza di fissare norme di comportamento per i fornitori dei servizi audiotex e videotel;

Visto l'art. 17, comma 3, della legge 23 agosto 1988, n. 400;

Udito il parere del Consiglio di Stato espresso nell'adunanza generale dell'8 giugno 1995;

Vista la comunicazione al Presidente del Consiglio dei Ministri, a norma dell'art. 17, comma 3, della citata legge n. 400/1988;

ADOTTA

il seguente regolamento:

**Art. 1.**

**Oggetto del regolamento**

1. Il presente regolamento disciplina il contenuto e le modalità di fornitura e fruizione di informazioni o prestazioni dei servizi audiotex e videotex, fissando le norme di comportamento per ciascuno dei soggetti interessati di cui all'art. 2.

**Art. 2.**

**Definizione dei servizi audiotex e videotex e dei soggetti interessati**

1. Agli effetti del presente regolamento si intende per:

a) servizi audiotex, tutti i servizi che consentono, tramite l'uso di specifiche numerazioni della rete telefonica commutata, l'accesso, a pagamento, da parte degli utenti telefonici, a informazioni o prestazioni, di tipo vocale, testuale o grafico, rese disponibili da fornitori, direttamente ovvero tramite centri servizi, e contraddistinte da "modalità di espletamento", "caratteristiche e contenuti" "procedure di esercizio" quali, in particolare, descritte nell'allegato 1, che costituisce parte integrante del presente regolamento;

b) servizi videotex, quei servizi che consentono, tramite l'uso di specifiche numerazioni della rete di telecomunicazioni nonche di codici alfanumerici di indirizzamento, l'accesso, a pagamento, da parte degli utenti della rete, a informazioni o prestazioni, di tipo testuale o grafico e strutturate secondo gli standard videotex internazionali, rese disponibili da fornitori, direttamente ovvero tramite centri servizi, e contraddistinte da "modalità di espletamento", "caratteristiche e contenuti", "procedure di esercizio" quali, in particolare, descritte nell'allegato 1, che costituisce parte integrante del presente regolamento;

- c) gestore della rete, la società che gestisce la rete pubblica di telecomunicazioni su cui sono trasportate le informazioni o prestazioni audiotex e videotex;
- d) gestore del centro servizi, il soggetto che, con l'utilizzo di opportuni apparati, consente all'utente di acquisire le informazioni o prestazioni messe a disposizione dai fornitori delle stesse e distribuite mediante la rete pubblica di telecomunicazioni;
- e) fornitore di informazioni o prestazioni, il soggetto che professionalmente fornisce informazioni o prestazioni audiotex e videotex in forza di contratto con il centro servizi e nel rispetto del presente regolamento; il centro servizi può anche operare direttamente come "fornitore di informazioni o prestazioni";
- f) utente, qualsiasi soggetto che, in quanto utente della rete pubblica di telecomunicazioni, acceda a informazioni o prestazioni audiotex e videotex.

2. In tutti i casi in cui le informazioni o prestazioni, da fornire tramite servizi audiotex e videotex, attengano a tipo di attività, il cui esercizio professionale, in relazione alla loro natura o contenuto, e subordinato, da parte della vigente legislazione, al ricorrere di determinati requisiti soggettivi in capo agli esercenti le attività medesime, tali requisiti devono essere posseduti anche dai fornitori di informazioni o prestazioni audiotex e videotex.

### **Art. 3.**

#### **Ingannevolezza**

1. I servizi audiotex e videotex non devono avere per oggetto la fornitura di informazioni o prestazioni errate, inesistenti o non rispondenti alla realtà e non devono indurre in errore l'utente a causa di omissioni, ambiguità o esagerazioni non immediatamente e palesemente riconoscibili come tali. Per le informazioni o prestazioni relative a dati, fatti o circostanze suscettibili di subire variazioni nel corso del tempo, ed in particolare nel corso di ventiquattro ore, i servizi audiotex e videotex devono contenere anche l'indicazione della data e dell'ora a cui risale l'aggiornamento delle informazioni o prestazioni fornite. È escluso da questo obbligo di aggiornamento l'eventuale indice delle informazioni o prestazioni presenti sul servizio videotex.

2. I servizi audiotex e videotex non devono essere di tipo tale da indurre in errore circa il contenuto ed il costo delle informazioni o prestazioni offerte. I servizi, in relazione alla unicità o molteplicità delle informazioni o delle prestazioni fornite e alla semplicità o complessità dei messaggi relativi, non devono essere irragionevolmente prolungati o contenere pause che ne amplino artificialmente la durata o le modalità di accesso e consultazione. I servizi che offrono all'utente la possibilità di ricevere premi o altri vantaggi, non devono essere strutturati in modo da far corrispondere la probabilità di ottenere il premio o il vantaggio o l'ammontare del valore di questi, in tutto o in parte, alla durata della chiamata telefonica.

3. I servizi audiotex e videotex non devono contenere messaggi subliminali.

### **Art. 4.**

#### **Volgarità, indecenza, convinzioni morali, civili e religiose, dignità della persona, sicurezza e salute**

1. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex sono di norma destinate ai maggiori di 18 anni, salvo quanto disposto dall'art. 6.

2. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex non devono offendere la dignità della persona, non devono evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, non devono esaltare alcuna forma di violenza, non devono offendere convinzioni religiose ed ideali, non devono indurre a comportamenti discriminatori o pregiudizievole per la salute, la sicurezza e l'ambiente, non devono arrecare pregiudizio morale o fisico a minorenni né pregiudizio all'autodeterminazione economica.

3. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex non devono indurre l'utente all'uso di bevande alcoliche, tabacco, stupefacenti e farmaci.

4. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex non devono comunque presentare forme e contenuti a carattere erotico, pornografico od osceno.

### **Art. 5.**

#### **Riservatezza**

1. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex non devono violare la riservatezza dell'utente e devono essere strutturate in modo da evitare l'invasione della sfera privata dell'utente stesso.

2. Le informazioni personali, compresi nomi ed indirizzi, raccolte attraverso i servizi, non possono essere utilizzate se non per finalità strettamente connesse al servizio fornito, nei limiti consentiti dalle leggi in vigore.

## **Art. 6.**

### **Servizi rivolti ai minori**

1. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex destinate ai minori non devono:
  - a) avere contenuti che possano danneggiarli psichicamente o moralmente o rappresentare una minaccia, anche indiretta, alla loro salute, sicurezza e crescita;
  - b) abusare della loro naturale credulità o mancanza di esperienza e del loro senso di lealtà;
  - c) far leva sui loro bisogni di affetto e protezione.
2. In particolare, fermo restando quanto disposto dagli articoli 3 e 4, questi servizi non devono:
  - a) indurre a violare norme di comportamento sociale generalmente accettate;
  - b) indurre a compiere azioni, od esporsi a situazioni pericolose;
  - c) invitare a ripetere la chiamata allo stesso o ad altri servizi audiotex e videotex.
3. Il costo delle informazioni o prestazioni destinate ai minori non deve superare la seconda fascia tariffaria audiotex e la loro durata non può superare i quattro minuti; dopo tale termine la linea deve essere disconnessa automaticamente da parte del centro servizi o del fornitore di informazioni o prestazioni, salvo quanto disposto dall'art. 22, comma 1.
4. Sono vietati i servizi inerenti a manifestazioni a premio di durata superiore ai quattro minuti.

## **Art. 7.**

### **Inabili**

1. I fornitori di informazioni o prestazioni audiotex e videotex non devono approfittare della situazione di persone che, anche se non interdette o inabilite, si trovino nello stato, pur se temporaneo, di infermità o deficienza fisica, o che risultino portatori di handicap o per altro motivo psichicamente vulnerabili.

## **Art. 8.**

### **Messaggio di presentazione**

1. Tutte le informazioni o prestazioni audiotex e videotex sono precedute da un "messaggio di presentazione" della durata massima di 20 secondi, che deve contenere i seguenti dati informativi:
  - a) denominazione, tipologia e contenuti delle informazioni o prestazioni da fruire, con precisazione della fascia di età, cui le stesse sono rivolte;
  - b) centro servizi o fornitore delle informazioni o prestazioni;
  - c) costo delle informazioni o prestazioni al minuto + IVA;
  - d) durata massima delle informazioni o prestazioni.
2. Oltre ai dati di cui al comma 1, ed in immediato seguito alla loro esposizione, il "messaggio di presentazione" deve comunque contenere l'"avvertenza" che, decorsi "5" secondi dal termine dell'avvertenza medesima, l'utente che si mantenga ancora in comunicazione avrà significato la sua volontà di fruire dell'informazione o prestazione prescelta, a meno che, come significazione di opposta volontà, egli, entro lo stesso tempo di "5" secondi, non ponga termine alla comunicazione.
3. Solo per i servizi audiotex, entro 6 mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento, il "messaggio di presentazione" sarà gratuito.
4. Il medesimo può essere omesso nei servizi audiotex di durata non superiore ai 3 minuti.

## **Art. 9.**

### **Facoltà dell'utente**

1. Salvo quanto disposto dall'art. 22, comma 2, è in facoltà dell'utente, che non intenda fruire dei servizi audiotex, di rinunciare con richiesta scritta indirizzata al gestore della rete, senza sopportare alcun costo od onere, nel caso di disabilitazione permanente.
2. Sarà cura del gestore della rete dare adeguata informativa all'utenza, tramite avvisi a mezzo stampa e messaggi da inserire nella bolletta telefonica, circa le modalità di adesione alla disabilitazione contrattuale di cui al comma 1.

## **Art. 10.**

### **Durata massima dei servizi**

1. La durata massima dei servizi audiotex e videotex non può superare i limiti di tempo previsti dal contratto in essere tra il gestore della rete e i centri servizi, nel caso dell'audiotex, nonché tra gestore della rete e centri servizi o fornitori di informazioni o prestazioni, nel caso del videotex.

## **Art. 11.**

### **Inserti pubblicitari**

1. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex non possono ospitare inserti pubblicitari.
2. Nel rispetto delle modalità previste dal comma 2 dell'art. 3, fuori dal "messaggio di presentazione" è ammessa la citazione dell'eventuale sponsor del servizio.
3. Sono, inoltre, ammessi messaggi informativi nei servizi esplicitamente e chiaramente destinati ad offrire supporti informativi per gli acquisti, in cui l'azione dell'utente si configura in termini di ricerca attiva e volontaria dei suddetti messaggi.

## **Art. 12.**

### **Consulenze**

1. I servizi che offrono informazioni o consulenze, citando opinioni di esperti o specialisti, o comunque basandosi sulla autorevolezza di dette opinioni, devono indicare chiaramente, all'inizio del servizio, l'identità, la qualifica professionale, l'iscrizione all'ordine professionale, ove prevista da specifiche norme e l'eventuale carica ricoperta dall'esperto o specialista. Tale indicazione deve comunque essere fornita nel rispetto delle norme deontologiche che vietano, per alcune categorie di professionisti, qualsiasi forma di pubblicità.
2. I servizi di consulenza devono avvertire l'utente di non agire sulla base della consulenza senza aver prima consultato un operatore professionale qualificato nell'ambito della disciplina oggetto della consulenza medesima.
3. Ogni servizio di consulenza deve essere fornito secondo le modalità e con il rigore che riflettano la serietà della disciplina oggetto della consulenza. Nel caso di servizi di consulenza medica, in particolare, il servizio non deve contenere descrizioni esplicite o riferimenti impliciti che possano eccitare desideri sessuali o fare apparire superflua la consultazione del medico ed i trattamenti curativi eventuali.

## **Art. 13.**

### **Manifestazioni a premio**

1. Qualsiasi servizio audiotex e videotex, che istituisca una manifestazione a premio, può essere attivato solo dopo ed in quanto sia stato emesso il relativo provvedimento di autorizzazione del competente ufficio del Ministero delle finanze.
2. Il numero e la data del provvedimento di autorizzazione devono essere citati nel "messaggio di presentazione".

## **Art. 14.**

### **Servizi per la raccolta di fondi**

1. E' fatto divieto di fornire al pubblico servizi audiotex o videotex finalizzati alla raccolta di fondi a qualunque titolo, realizzata attraverso la contabilizzazione di scatti telefonici.

## **Art. 15.**

### **Vendita di beni e servizi**

1. In assenza di una normativa specifica, è vietata l'attività di commercializzazione di beni o servizi svolta esclusivamente attraverso i servizi di audiotex e videotex.
2. In ogni caso, il pagamento del prezzo dei beni o servizi, prenotati attraverso l'utilizzo di servizi audiotex e videotex, non può essere realizzato mediante contabilizzazione di scatti telefonici.

## **Art. 16.**

### **Offerta di lavoro**

1. Prima di attivare servizi audiotex e videotex che promuovano opportunità di lavoro, il centro servizi deve preventivamente assicurarsi che, tenuto conto di tutte le circostanze di fatto e di diritto, la fornitura del servizio non implichi una violazione della disciplina sul collocamento dei prestatori di lavoro.
2. I servizi audiotex e videotex, che offrono informazioni su attività di formazione professionale o corsi di istruzione, hanno l'obbligo di:
  - a) non formulare promesse o previsioni irragionevoli di futuro impiego o di futura remunerazione nei confronti degli utenti che richiedono informazioni;
  - b) comunicare con chiarezza la durata effettiva dei corsi, il loro costo complessivo, l'eventuale necessità per l'utente di acquistare materiale di supporto per seguire i corsi con profitto, il livello di istruzione o la qualifica professionale richiesta e, ove prescritto dalla legge, il rilascio di attestati di frequenza.

## **Art. 17.**

### **Pubblicità nei servizi**

1. Ai messaggi pubblicitari riguardanti i servizi audiotex e videotex ivi compresi quelli internazionali, da chiunque effettuati, si applicano le norme e le limitazioni di cui alla vigente legislazione in materia di pubblicità di beni o servizi.
2. La pubblicità relativa alle informazioni o prestazioni dei servizi di cui al comma 1, da chiunque eseguita e qualunque sia il mezzo utilizzato, non deve contenere elementi offensivi per la dignità delle persone, evocanti discriminazioni razziali, di sesso o di nazionalità, offensivi di convinzioni religiose ed ideali. La pubblicità, inoltre, non deve indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente. Essa deve evitare ambiguità ed omissioni che possano indurre in errore il consumatore riguardo alle caratteristiche ed al prezzo.
3. In ogni caso, qualunque sia il mezzo utilizzato, la pubblicità deve riportare in modo chiaro, facilmente percepibile, inequivocabile e disposto orizzontalmente (nel caso di citazioni visive):
  - a) la natura del servizio, la durata massima e gli eventuali divieti per i minori;
  - b) il costo del servizio al minuto più IVA;
  - c) l'identità del fornitore del servizio completa di ragione sociale, sede ed indirizzo in Italia;
  - d) nel caso di servizi di chat-lines, la pubblicità deve indicare anche un numero di telefono a cui l'utente può rivolgersi per qualsiasi evenienza;
  - e) nel caso di servizi connessi con manifestazioni a premio, gli estremi dell'autorizzazione ministeriale.
4. Restano ferme, con riferimento alle pubblicità radiotelevisive, le norme recate dalla legge 6 agosto 1990, n. 223, nonché, in generale, quelle di cui al decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74.
5. Qualora le informazioni o prestazioni audiotex e videotex vengano pubblicizzate su mezzi destinati espressamente a bambini o adolescenti, tale pubblicità deve essere conforme alle disposizioni di cui all'art. 6.
6. La pubblicità relativa a servizi che offrono informazioni o consulenze deve indicare chiaramente la qualifica professionale dell'esperto o esperti o della organizzazione responsabile delle informazioni o della consulenza, salvo che ciò non sia vietato dalle norme che disciplinano la pubblicità di categorie professionali e dei loro aderenti.
7. Per i servizi audiotex di cui al comma 3 dell'art. 8, e laddove ci si avvalga della facoltà ivi prevista, la pubblicità deve contenere l'avvertenza che il servizio non è preceduto da "messaggio di presentazione".

## **Art. 18.**

### **Responsabilità e controllo**

1. I fornitori di informazioni o prestazioni e i gestori dei centri servizi assumono la responsabilità del contenuto e delle modalità di erogazione dei servizi medesimi.
2. Il gestore della rete assume esclusivamente le responsabilità connesse al trasporto delle informazioni ed alla contabilizzazione sul contatore di utente secondo le modalità definite nel vigente regolamento di servizio per l'abbonamento telefonico.

## **Art. 19.**

### **Reclami**

1. In caso di reclamo motivato, presentato in forma scritta da parte di un utente che faccia riferimento ad un servizio audiotex o videotex esattamente individuato o individuabile dal gestore della rete, quest'ultimo deve, entro trenta giorni, sentito anche, per le vie brevi, il fornitore di informazioni o il centro servizi interessato, fornire spiegazioni scritte, indicando con chiarezza tutti i motivi che giustificano l'addebito riferito al servizio audiotex o videotex oggetto di reclamo.

## **Art. 20.**

### **Attività di vigilanza**

1. L'attività di vigilanza è svolta dal Ministero delle poste e delle telecomunicazioni, che ha il compito di effettuare azioni di monitoraggio sull'effettivo buon andamento dei servizi, nel rispetto degli obblighi previsti dal presente regolamento.
2. Nel caso di accertata violazione delle disposizioni contenute nel presente regolamento, il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni contesta gli addebiti al centro servizi o al fornitore di informazioni, assegnando un termine non superiore a quindici giorni per le giustificazioni. Trascorso tale termine, o quando le giustificazioni risultino inadeguate, il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni commina le sanzioni previste dall'articolo 21, dandone comunicazione al gestore della rete e motivando il provvedimento adottato anche in ordine alle giustificazioni addotte.
3. Qualora le violazioni riguardino aspetti che coinvolgano le competenze degli altri organismi, il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni provvede, per tali aspetti, alla tempestiva devoluzione a detti organismi.

## **Art. 21.**

### **Sanzioni**

1. Fermo restando gli effetti derivanti da inadempimenti del contratto disciplinante i rapporti fra il gestore della rete e il centro servizi o il fornitore di informazioni, nell'ipotesi di violazione delle norme del presente regolamento, possono essere irrogate le seguenti sanzioni:
  - a) diffida a far cessare, entro il termine assegnato dal Ministero delle poste e delle telecomunicazioni, il comportamento illegittimo rilevato su un servizio e a non ripeterlo su altro servizio;
  - b) sospensione dell'accesso alla rete del gestore, per un periodo minimo di un mese fino ad un massimo di sei mesi, da irrogarsi al soggetto già diffidato e recidivo;
  - c) disattivazione definitiva dell'accesso nei casi più gravi.
2. Il gestore della rete è tenuto a dare tempestiva applicazione alle sanzioni predette.

## **Art. 22.**

### **Norme transitorie**

1. La disconnessione automatica di cui al comma 3 dell'art. 6 non è fornita dal servizio videotex "con accesso, mediante parola chiave", espletato dal gestore della rete pubblica.
  2. Fermo quanto disposto al comma 1 dell'art. 9, in attesa della conversione della rete pubblica di telecomunicazioni da elettromeccanica in elettronica (numerica), gli utenti ancora collegati a centrali elettromeccaniche non possono fruire di alcuna forma di disabilitazione. Detti utenti possono accedere solo a servizi audiotex caratterizzati da contenuti predefiniti e da basso costo con prezzo massimo predeterminato.
- Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Roma, 13 luglio 1995

Il Ministro: GAMBINO  
Visto, il Guardasigilli: MANCUSO

Registrato alla Corte dei conti il 15 settembre 1995

# Allegato I

## A) SERVIZI AUDIOTEX

### 1) MODALITA' DI ESPLETAMENTO.

Servizi di tipo "passivo".

Si definiscono "passivi" i servizi per i quali il fruitore riceve un'informazione registrata da parte di un apparato che ha la possibilità di immagazzinare contenuti informativi. Detti contenuti vengono scelti in base alla composizione di un numero telefonico.

Servizi di tipo "interattivo"

Si definiscono "interattivi" i servizi che non forniscono direttamente l'informazione alla selezione del numero, ma che, attraverso la presentazione dei contenuti o menù, introducono il richiedente in un sistema complesso generalmente con più scelte di argomenti.

Esiste, così, una interazione tra il richiedente il servizio e il sistema che provvede a condurre il richiedente alla ricerca dell'argomento desiderato attraverso guide opportune.

L'interazione può avvenire sia con un computer che mediante la presenza di operatori con conversazioni dal vivo.

### 2) CARATTERISTICHE E CONTENUTI.

Sono da considerare di tipo "passivo":

i servizi a contenuto informativo semplice con messaggio ottenuto direttamente in seguito alla selezione del numero.

Ne sono esempio: notiziari, informazioni varie (quali informazioni meteorologiche, stradali, per il tempo libero), informazioni di pubblica utilità o con finalità sociali ecc., oroscopi semplici ecc.

Sono da considerare di tipo "interattivo":

i servizi a contenuto complesso con menù di presentazione e guida da computer, che conducono l'utente alla scelta dell'argomento desiderato attraverso selezioni successive di numeri o la pronuncia di determinate parole o suoni, ad esempio un servizio di informazioni sanitarie con più argomenti;

i servizi di intrattenimento individuale e collettivo, finalizzati a incontri telefonici e a conversazione con la presenza dell'operatore. Ne sono esempio: chat-line, linee dirette, lettura dei tarocchi, oroscopi complessi;

i servizi a contenuto professionale dal vivo, con la risposta diretta del consulente o del professionista;

i servizi di prenotazione o proposta di vendita di beni o servizi, collegati a pubblicazioni, a trasmissioni televisive o radiofoniche ecc.;

i servizi di messaggistica di intrattenimento (finalizzati ad incontri tra persone) o professionali (finalizzati ad attività di segreteria vera e propria o al commercio di beni).

In particolare, nell'ambito di servizi di tipo "interattivo", si definisce:

"chat-line", un servizio attraverso il quale più utenti possono consapevolmente essere messi in conversazione telefonica, in maniera anonima e senza preventivo accordo fra loro o con il fornitore di servizi, attraverso l'intervento di un operatore avente funzione di supervisore e controllo. Se nel corso della conversazione a più soggetti due persone venute in contatto chiedono di parlare al di fuori del gruppo, la "chat-line" si trasforma in "one-to-one";

"one-to-one", un servizio attraverso il quale, in forma anonima e con l'intervento di un operatore, due persone vengono messe in contatto per una conversazione;

"linea diretta", un servizio attraverso il quale la conversazione avviene unicamente tra un utente che richiama il servizio ed il fornitore di servizi. I contenuti possono essere i più disparati e ne sono esempio: intrattenimento e conversazione, consulenza professionale, assistenza tecnica, ecc.;

"multiconferenza", un servizio attraverso il quale più utenti possono essere messi in comunicazione fra di loro mediante accordo esplicito e preventivo su contenuti, modalità e tempi della conversazione, tramite controllo fatto da un operatore;

"messaggeria vocale", un servizio attraverso il quale l'utente, con la guida di una voce computerizzata, può:

1) lasciare un messaggio, senza specificare a chi, fornendo i dati personali che desidera e decidere di lasciarlo solo

dopo averlo riascoltato;

2) ascoltare la registrazione di messaggi lasciati da altre persone.

Tutto ciò avviene liberamente da parte dell'utente sotto la supervisione del centro servizi;

"casella telefonica", un servizio analogo a quello di "messaggeria vocale", la cui operatività, però, è subordinata al possesso di un codice segreto.

## **B) SERVIZI VIDEOTEX**

### **1) MODALITA' DI ESPLETAMENTO.**

Servizi a "bassa interattività o consultativi".

Si definiscono a "bassa interattività o consultativi", quei servizi per i quali il fruitore deve espletare un numero ridotto di scelte, attraverso i menù proposti, per accedere alla informazione desiderata.

Servizi ad "alta interattività".

Si definiscono ad "alta interattività", quei servizi per l'espletamento dei quali è richiesto al fruitore un continuo scambio di informazioni.

### **2) CARATTERISTICHE E CONTENUTI.**

Sono da considerare a "bassa interattività o consultativi": servizi quali annuari, news o banche dati in generale, ecc.

Sono da considerare "ad alta interattività": servizi quali trasferimento elettronico fondi, teleprenotazioni, messaggerie, ecc.

Inoltre, in base alle caratteristiche ed ai contenuti, i servizi in videotex possono suddividersi in :

servizi di "tipo professionale".

Si definiscono professionali i servizi destinati a fruitori con specifici interessi economici, scientifici, culturali. Ad esempio: visure protesti, gestione aziendale, servizi finanziari, informazioni di borsa in tempo reale, ecc.;

servizi per "grande pubblico".

Si definiscono servizi per "grande pubblico" quelli che soddisfano bisogni di tipo informativo di carattere non specialistico. Ad esempio: notiziari meteo, informazioni turistiche, informazioni sportive, teleacquisti, ecc.

servizi di "intrattenimento".

Si definiscono servizi di intrattenimento quei servizi destinati al tempo libero. Ad esempio: messaggerie, giochi, test, ecc.

In particolare nell'ambito dei servizi "grande pubblico" si definisce: "casella postale", quel servizio destinato a stabilire contatti o appuntamenti mediante l'invio e il deposito di opportuni messaggi; gli utenti per tale servizio necessitano di un codice di identificazione.

Nell'ambito dei servizi di intrattenimento si definisce:

"chat-line o messaggeria", un servizio attraverso il quale due o più utenti possono consapevolmente essere messi in conversazione telematica in maniera anonima.

## **C) PROCEDURE DI ESERCIZIO PER I SERVIZI AUDIOTEX E VIDEOTEX**

### **I) CHAT-LINE, ONE TO ONE, LINEA DIRETTA, MULTICONFERENZA E MESSAGGERIE VIDEOTEX.**

Durante l'espletamento di detti servizi i centri servizi audiotex e videotex devono adoperarsi per evitare che gli utilizzatori comunichino nomi, patronimici, numeri telefonici, indirizzi di abitazioni o luoghi di lavoro, o che organizzino incontri.

I centri servizi devono provvedere altresì ad estromettere dalla comunicazione qualsiasi utente che, nonostante il richiamo dell'operatore, non si adegui alle prescrizioni in parola;

I centri servizi si impegnano ad utilizzare, per il controllo dei suddetti servizi, esclusivamente operatori qualificati per tale mansione.

Detta qualifica deve risultare dai seguenti requisiti minimi:

età non inferiore ad anni 18;

conoscenza delle norme del seguente regolamento e dei principi a cui si ispira, ottenuta attraverso un apposito corso organizzato dal fornitore dei servizi.

Gli operatori devono fare il possibile, in conformità alle norme del presente regolamento, per evitare l'accesso di minori d'età ai servizi suddetti. Se un operatore ha motivo di sospettare che l'utente sia minorenne, deve adottare la seguente metodologia:

chiedere all'utente l'età e la data di nascita;

rivolgere all'utente altre domande la cui risposta potrebbe, secondo l'operatore, rivelare l'effettiva età dell'utente o fornire utili indicazioni su di essa;

se le risposte risultano indicative della minore età dell'utente o se questi esita senza una valida giustificazione a rispondere, l'utente stesso deve essere considerato un minore d'età ed essere escluso da servizi di cui trattasi, salvo che non si tratti di un servizio previsto dall'art. 6 del presente decreto.

Qualora l'utente risulti utilizzare il servizio in modo eccessivo, per la frequenza con cui le chiamate vengono fatte, deve essere avvisato dall'operatore circa i costi potenziali derivanti da tale utilizzo.

Ad un utente che continui ad utilizzare il servizio dopo aver ricevuto l'avvertimento sopra descritto, l'operatore deve richiedere se egli sia il titolare dell'utenza telefonica (o della password di accesso) o se comunque sia da questi autorizzato. Se esiste un qualsiasi motivo per il quale l'operatore possa dubitare della veridicità delle risposte, l'utente deve essere escluso dalla comunicazione.

Nel caso in cui un utente sia rimasto collegato ai servizi audiotex o videotex in questione per un periodo di tempo considerevole (avuto riguardo anche al numero totale degli utenti coinvolti nella conversazione) senza parlare o scambiare informazioni, l'operatore deve attenersi alla seguente metodologia:

chiedere all'utente se intende prendere parte alla conversazione;

non ricevendo alcuna risposta, informare l'utente sui costi che derivano dall'uso eccessivo del servizio;

non ricevendo ancora alcuna risposta, escludere l'utente dalla comunicazione.

Nei servizi inerenti a manifestazioni a premio in ogni caso, (indipendentemente dalla possibilità di ottenere la necessaria autorizzazione di cui all'art. 12 del presente regolamento) devono essere evitate regole inutilmente complicate nella strutturazione della manifestazione.

Per i servizi audiotex e videotex consistenti in manifestazioni a premio per partecipare alle quali la durata della chiamata possa essere superiore a 10 minuti, deve essere prevista, ad intervalli di non più di 5 minuti, la richiesta della conferma da parte dell'utente della sua volontà di rimanere in comunicazione.

Tale conferma può essere espressa in uno dei modi seguenti:

nel caso di servizi audiotex e videotex, richiedendo all'utente di fornire una risposta positiva, ma variamente strutturata, ad una domanda appropriata, qualora le risposte vengano identificate per mezzo di tecniche di riconoscimento vocale, multifrequenza o di digitazione di appositi tasti;

nel solo caso di servizi audiotex, richiedendo all'utente di rispondere a due domande appropriate e consecutive, laddove, per confermare la continuazione del servizio, una risposta richieda silenzio e l'altra l'emissione di un segnale significativo espressamente indicato dalla macchina.

In caso di risposte sbagliate, il centro servizi deve, previo avvertimento, procedere all'interruzione del collegamento.

## **II) MESSAGGERIA VOCALE AUDIOTEX, CASELLA TELEFONICA AUDIOTEX E CASELLA POSTALE VIDEOTEX.**

Il centro servizi è responsabile del controllo del contenuto di ogni messaggio, il quale può riportare numeri telefonici, indirizzi o qualsiasi altra indicazione utile per consentire contatti personali solo quando siano state

seguite le seguenti procedure:

Messaggeria vocale audiotex: l'utente può lasciare o ascoltare un messaggio. Nel caso di registrazione del suo messaggio l'utente può fornire i dati personali che desidera, a condizione che egli possa riascoltare il messaggio e decidere di diffonderlo. Il centro servizi si impegna a:

non diffondere i messaggi che nella forma e nel contenuto risultino contrari alla legge, al comune senso del pudore o alle norme del presente regolamento;

verificare l'identità dell'utente che ha lasciato un proprio recapito, prima che il suo messaggio sia diffuso;

avere dall'utente una conferma sui contenuti del messaggio.

Casella telefonica audiotex: l'utente lascia un messaggio che non contiene elementi utili per individuare la sua identità; può ascoltare un messaggio e registrare una risposta indirizzata in modo univoco al messaggio appena ascoltato. Il messaggio di risposta può essere ascoltato esclusivamente dalla persona a cui è rivolto e può contenere tutti i dati che chi lo realizza ha deciso di comunicare a condizione che la registrazione del messaggio sia fatta riascoltare ed approvare prima che essa sia inserita nella casella telefonica. Il centro servizi deve strutturare il proprio servizio in modo da chiarire la dinamica dello stesso, mettere sull'avviso che i messaggi contrari alla legge soggiacciono a sanzioni e infine garantire la riservatezza dei dati registrati.

Casella postale videotex: il messaggio può essere letto esclusivamente dall'utente a cui è rivolto.

Il fornitore di informazioni è responsabile del controllo del contenuto di ogni messaggio, il quale, a scelta del mittente, può contenere numeri telefonici, o qualsiasi altra indicazione utile per consentire contatti personali.

Il fornitore di informazioni si impegna a non diffondere i messaggi che nella forma e nel contenuto risultino contrari alla legge, al comune senso del pudore o alle norme del presente regolamento.

Il fornitore di informazioni dovrà strutturare il proprio servizio in modo da chiarire la dinamica dello stesso, mettere sull'avviso che i messaggi contrari alla legge soggiacciono a sanzioni e garantire la riservatezza dei dati.

In caso di richiesta da parte dell'utente, il centro servizi deve rimuovere i dati di quest'ultimo dal servizio entro 24 ore lavorative.

Visto, il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni

GAMBINO