



Staatssekretariat für Wirtschaft
Secrétariat d'Etat à l'économie
Segretariato di Stato dell'economia
State Secretariat for Economic Affairs

Esito della procedura di consultazione

**relativa alla
modifica della**

ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP)

Berna, 14 luglio 2003
#397842.1/RDFB/sut/bsu

Effingerstrasse 1, CH-3003 Bern
Tel. 031 322 28 14, Fax 031 324 09 56
www.seco-admin.ch, guido.sutter@seco.admin.ch

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement Département fédéral de l'économie Dipartimento federale dell'economia

Indice

1	Quadro generale	3
2	In generale	3
2.1	Premessa	3
2.2	Valutazione generale	3
3	I pareri nel dettaglio	6
3.1	Assoggettamento delle prestazioni di servizi odontoiatrici (<i>art. 10 cpv. 1 lett. t Avamprogetto [AP]-OIP</i>)	6
3.2	Inasprimento delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi per servizi a valore aggiunto a pagamento (<i>art. 11a AP-OIP</i>)	8
3.2.1	In generale	9
3.2.2	Annuncio gratuito del prezzo (<i>cpv. 1</i>)	9
3.2.3	Conferma del collegamento con un segnale speciale (<i>cpv. 2</i>)	13
3.2.4	Servizi SMS, servizi Internet e WebDialer (<i>cpv. 3</i>)	14
3.2.5	Obbligo di informazione da parte dei fornitori di servizi di telecomunicazione (<i>cpv. 4</i>)	16
3.2.6	Identificazione di fornitori di servizi a valore aggiunto	17
3.2.7	Applicazione delle nuove disposizioni OIP relative ai servizi a valore aggiunto	17
3.3	Inasprimento delle disposizioni relative alla pubblicità per servizi a valore aggiunto a pagamento (<i>art. 13 cpv. 1^{bis} AP-OIP</i>)	17
4	Altre osservazioni e indicazioni sull'OIP	18
4.1	Assoggettamento di tutte le prestazioni di servizi all'indicazione obbligatoria dei prezzi	18
4.2	Indicazione del prezzo sul prodotto	19
4.3	Tassa anticipata per il riciclaggio e lo smaltimento dei rifiuti	20
4.4	Leasing per automobili	20
4.5	Rispetto delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi e attuazione dell'OIP	20

1 Quadro generale

Con lettera del 17 gennaio 2003 il Dipartimento federale dell'economia ha invitato i Cantoni, i partiti politici e le organizzazioni interessate ad esprimersi in merito all'avamprogetto di modifica dell'OIP.

Oggetto delle modifiche previste sono:

- l'assoggettamento delle prestazioni di servizi odontoiatrici all'obbligo d'indicazione dei prezzi
- una maggiore trasparenza e quindi un inasprimento delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi per i cosiddetti numeri telefonici dei servizi a valore aggiunto.

Il progetto sottoposto alla consultazione non include la tematica "Indicazione del prezzo sul prodotto"; che è stata comunque chiesta nella procedura di consultazione nonché appoggiata da una petizione del 6 febbraio 2003.

La consultazione si è conclusa il 17 aprile 2003, anche se in molti casi sono state concesse delle proroghe. Il presente rapporto tiene conto di tutti i pareri pervenuti, pur non riportando le proposte di formulazione.

2 In generale

2.1 Premessa

Alla consultazione sono stati invitati a partecipare: 91 autorità, i partiti politici e le organizzazioni interessate. Sono pervenuti 61 pareri (da tutti i Cantoni ad eccezione di SH, da cinque partiti e da 31 organizzazioni interessate), inclusi la comunicazione di un partito (UDC) che si astiene dal fornire alcun parere, nonché quella dell'Unione svizzera degli imprenditori (UPS) che si associa pienamente al parere di economiesuisse.

2.2 Valutazione generale

La maggior parte dei **Cantoni** accoglie con favore le modifiche dell'OIP proposte. In maniera unanime è stato appoggiato l'inasprimento delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi per i numeri telefonici dei servizi a valore aggiunto, mentre discordanti sono i pareri relativi all'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche. Alcuni Cantoni (BL, BS,

FR, VD) esprimono in particolare delle perplessità riguardo all'applicazione del sistema del punto per prestazione e del valore del punto. Ritengono più adeguato un sistema basato sulla stesura di un preventivo. Due Cantoni (AI, GE) si sono dichiarati sfavorevoli all'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche all'OIP nella forma in cui è stato presentato. Per quanto riguarda i servizi a valore aggiunto, prevale la richiesta di inasprire le disposizioni relative all'annuncio vocale del prezzo e della sua introduzione obbligatoria per tutti i servizi a valore aggiunto a pagamento. Solamente un Cantone (AR) ritiene che tutte le prestazioni andrebbero assoggettate all'obbligo d'indicazione dei prezzi.

I partiti sono favorevoli al progetto di modifica; nel dettaglio entra però solo il PS che appoggia pienamente le due modifiche, ma si dichiara allo stesso tempo deluso del fatto che l'adeguamento dell'OIP, necessario da tempo, risulti in realtà incompleto. In particolare il PS auspica un assoggettamento di tutte le prestazioni, l'indicazione del prezzo sul prodotto e l'inclusione nella revisione dell'OIP delle tasse anticipate per lo smaltimento dei rifiuti e del leasing per automobili.

Le **Associazioni mantello dell'economia** approvano il progetto; solo l'USAM esprime delle perplessità riguardo all'assoggettamento delle prestazioni di servizi odontoiatrici. In merito ai servizi a valore aggiunto economie svizzere auspica soluzioni adeguate e praticabili. Entrambe le organizzazioni si dichiarano nettamente contrarie all'obbligo di indicare i prezzi direttamente sul prodotto.

Le cerchie dei consumatori approvano senza riserve le modifiche proposte. In merito all'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche, vi sono in particolare delle richieste relative alla modalità d'indicazione dei prezzi. Riguardo ai servizi a valore aggiunto a pagamento, esse chiedono che la tariffazione sia sempre oggetto di un annuncio gratuito del prezzo, indipendentemente dall'ammontare della tassa. La CFC rimanda inoltre alla propria raccomandazione del 2 ottobre 2001 riguardante l'indicazione del prezzo sul prodotto e si dichiara stupita del fatto che questo tema non sia stato incluso nel progetto posto in consultazione. Anche le organizzazioni dei consumatori (acsi, frc, kf, FPC e KVN) si sono espresse in tal senso e hanno ricordato la loro petizione lanciata nel febbraio 2003 "Indicazione dei prezzi? Su ogni prodotto!" che ha raccolto circa 44'000 firme. Richiedono inoltre che nella revisione dell'OIP venga previsto l'obbligo d'indicazione dei prezzi per tutte le prestazioni e che vengano inclusi anche i temi delle tasse anticipate per lo smaltimento dei rifiuti e del leasing per automobili. L'inclusione di questi ultimi due punti nella revisione è auspicata anche dal TCS. Quest'ultimo chiede inoltre che, quando la tassa di connessione supera i cinque franchi (e non dieci come attualmente proposto), la persona che chiama sia tenuta a confermare la continuazione della comunicazione tramite un apposito segnale.

Dal punto di vista della legge sui cartelli, la **ComCo** ritiene estremamente importante sottolineare come debba essere il singolo dentista a fissare il valore del punto e non un'organizzazione professionale cantonale.

La FSA, rappresentando il punto di vista di una categoria di **liberi professionisti**, respinge l'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche. Nella stessa direzione muovono le posizioni delle **associazioni romande padronali** FRSP e CP. Mentre il CP appoggia l'introduzione di disposizioni più severe nell'indicazione dei prezzi per i servizi a valore aggiunto, la FRSP si oppone anche a questa modifica.

Anche le cerchie del **commercio al dettaglio** (Swiss Retail, Coop, Migros) accolgono con favore le modifiche proposte; contrarie invece all'obbligo d'indicazione del prezzo sul prodotto sono Swiss Retail e Coop.

Fondamentalmente positivi i pareri provenienti dalle cerchie delle **società di pubblicità e dei media** (ASSP e PR) relativamente alla modifica dell'indicazione dei prezzi per i servizi a valore aggiunto a pagamento. Esse ritengono tuttavia necessarie delle modifiche per quanto riguarda la pubblicità.

La Società Svizzera di Odontologia e Stomatologia (SSO) esprime delle riserve riguardo all'assoggettamento delle prestazioni di servizi odontoiatrici all'obbligo d'indicazione dei prezzi; tuttavia formula una proposta concreta secondo la quale l'indicazione del prezzo va collegata all'indicazione del valore del punto normalmente utilizzato.

L'**Associazione dei laboratori di protesi dentaria svizzeri** (ALPDS) è favorevole all'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche. Auspica inoltre che i costi relativi alle prestazioni dei laboratori di protesi dentaria siano indicati separatamente da quelli del dentista.

Il **TSP Projects Head Group**, un gruppo d'interesse dei maggiori fornitori di servizi di telecomunicazione svizzeri, valuta positivamente l'inasprimento delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi per i servizi a valore aggiunto a pagamento. Tuttavia il suo parere riguarda solo i punti sui quali i membri del gruppo si sono espressi in maniera unanime. Sui restanti punti ogni fornitore di servizi di telecomunicazione esprime il proprio parere. La richiesta di un annuncio gratuito della tariffa viene appoggiata; va definito tuttavia un valore soglia non solo per il prezzo al minuto, ma anche per la tassa di connessione. Viene accolta favorevolmente anche la proposta di una conferma della persona che chiama quando viene superato un certo valore soglia. A tal proposito viene chiesto di portare la soglia del prezzo al minuto a fr. 6.66 (che corrisponde alla tariffa massima delle cosiddette tariffe standard

industriali). Inoltre, viene ribadita la necessità di una conferma chiara e personale. Per quanto riguarda i “servizi di trasmissione dati” il TSP ritiene necessarie maggiori precisazioni delle condizioni.

Anche la **SICTA, Swiss Information and Communications Technology Association** e i **fornitori di servizi di telecomunicazione** coinvolti nella procedura di consultazione accolgono con favore l'impostazione della revisione, pur avanzando richieste di ulteriori precisazioni su alcuni aspetti specifici. In particolare viene chiesto che l'annuncio gratuito del prezzo venga fatto solo quando la tassa di connessione supera una determinata soglia. Si ritiene inoltre indispensabile prevedere un'eccezione per i servizi di ripartizione delle spese di comunicazione (i cosiddetti numeri 08xy). Praticamente in modo unanime viene richiesto un innalzamento della tassa al minuto per la conferma tramite un particolare segnale.

3 I pareri nel dettaglio

3.1 Assoggettamento delle prestazioni di servizi odontoiatrici (art. 10 cpv. 1 lett. t Avamprogetto [AP]-OIP)

La maggior parte dei **Cantoni** accoglie con favore l'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche nella forma proposta (valore del punto collegato al punto per prestazione secondo il sistema SSO), anche se ciò potrebbe non garantire un prezzo definitivo. **AI e GE** ritengono che il progetto proposto non sia adeguato. GE avanza in particolare dei dubbi sulla possibilità di ottenere in questo modo una maggiore trasparenza dei prezzi. Inoltre si teme che venga a crearsi una disparità di trattamento rispetto ad altri fornitori di prestazioni mediche i cui onorari, alla stessa stregua dei dentisti, non sono coperti dall'assicurazione malattia. GE auspica dunque che l'assoggettamento delle prestazioni sia oggetto di una riflessione generale. Bisognerebbe puntare ad una maggiore chiarezza nella stesura del preventivo (ad es. un prezzo che si basi sulla tariffa oraria e sulla singola tipologia di prestazione, riducendo però in questo caso le 500 attuali singole prestazioni a 50). Dello stesso avviso sono **BL, BS e VD**, che prediligono un sistema basato sul preventivo dei costi. Secondo **FR** il preventivo dovrebbe essere gratuito. **ZH** vorrebbe introdurre per i dentisti l'obbligo di redigere un preventivo dei costi scritto e comprensivo di descrizione della prestazione nel caso in cui il costo previsto dei trattamenti superi i 500 franchi. Alcuni Cantoni (FR, JU, VD) fanno notare che i punti pubblicati su internet, relativi alle 500 tipologie di prestazioni, non sono di facile comprensione, anzi sono comprensibili solo agli addetti ai lavori. FR auspica che gli studi dentistici siano tenuti ad esporre il valore del punto e i punti per prestazione per i principali trattamenti.

Gli ambienti economici, così come ZH, attribuiscono notevole importanza al foglio d'informazione del seco (economiesuisse). L'**USAM**, come alcuni Cantoni succitati, dubita che le modifiche proposte contribuiscano veramente ad una maggiore trasparenza nei prezzi.

Le cerchie dei consumatori approvano senza riserve l'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche. La **CFC**, rimandando alla propria raccomandazione del 5 marzo 2002, osserva che l'AP non obbliga i dentisti ad esporre il prezzo e il valore del punto nel proprio studio e che andrebbe pertanto integrato in questo senso. **Acsi, frc e kf** considerano invece importante che i valori del punto non siano visibili solamente nello studio dentistico, ma siano disponibili già prima di una consultazione. Esse ritengono che il modo migliore per rendere noti i prezzi sarebbe la pubblicazione da parte della SSO di una lista da diffondere in formato cartaceo e su internet. La **KVN** auspica l'introduzione del preventivo dei costi, prevedendo eventualmente un margine di scostamento del prezzo del 5% in più o in meno. Il **kf** ritiene importante che le prestazioni degli odontotecnici risultino altrettanto trasparenti di quelle dei dentisti.

La **ComCo** ritiene che la modalità di diffusione del valore del punto non dovrebbe ostacolare la libera concorrenza tra i fornitori delle prestazioni. Ciò potrebbe accadere se a diffondere il valore del punto per tutti i dentisti di un Cantone fosse un'associazione del rispettivo Cantone. È dunque fondamentale che sia il singolo dentista, in base alla propria situazione, a fissare il valore del punto. Il seco, attraverso il foglio d'informazione, deve far sì che la tariffa venga fissata individualmente da ogni dentista. Questo aspetto andrebbe menzionato nel rapporto esplicativo della revisione all'ordinanza.

Rappresentando il punto di vista dei **liberi professionisti**, la FSA respinge l'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche: essa sostiene che il prezzo finale, essendo il risultato di varie componenti, può essere definito solamente al termine del trattamento. Il confronto dei prezzi non permette al consumatore di valutare la convenienza di un dentista rispetto ad un altro, poiché il trattamento è influenzato dal suo stato di salute.

Stessa argomentazione viene presentata dalla **Fédération Romande des Syndicats Patronaux FRSP** che, oltre a dubitare dell'utilità di un assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche, ritiene manchi una base legale e possa crearsi una disparità di trattamento rispetto ad altri liberi professionisti medici e non. Anche secondo il CP il prezzo finale è influenzato fortemente dalle condizioni individuali del paziente. La pubblicazione del valore del punto produrrebbe solo apparentemente una maggiore trasparenza; sarebbe più opportuno privilegiare il sistema del preventivo dei costi che normalmente è gratuito.

La **SSO** considera l'articolo 16 LCSi una base legale non sufficiente per l'assoggettamento delle prestazioni odontoiatriche all'OIP. Esso prescrive infatti l'indicazione dei "prezzi da pagare effettivamente" il che non è possibile nel caso delle prestazioni odontoiatriche. Il prezzo da pagare effettivamente risulta solamente al termine del trattamento. Inoltre, la comunicazione del valore del punto risulta doppiamente problematica: innanzitutto il dentista è attualmente libero di adeguare il valore del punto alle singole necessità del paziente; inoltre, nella definizione del prezzo finale non è tanto determinante il valore del punto, quanto il tipo di terapia scelta e le condizioni individuali del paziente. L'indicazione del valore del punto risulterebbe quindi solo in apparenza un elemento di maggiore trasparenza. Il valore del punto costituisce solamente uno dei parametri per la determinazione del prezzo delle prestazioni odontoiatriche. Un'indicazione relativamente certa del prezzo previsto può essere data solo attraverso una valutazione dei costi in seguito ad una visita odontoiatrica. Questo aspetto renderebbe le prestazioni mediche fondamentalmente diverse dalle altre prestazioni menzionate nell'OIP. Nell'ambito di una modifica dell'OIP relativa alle prestazioni odontoiatriche sarebbe necessario, per garantire la certezza giuridica, fissare nell'ordinanza stessa la modalità d'indicazione del prezzo (nel presente caso l'indicazione del valore del punto). Inoltre, nell'applicazione concreta, il dentista dovrebbe poter indicare il valore del punto all'interno di un certo margine (ad es. da fr. 3.20 a fr. 3.80).

Anche una **dentista** non appartenente alla SSO è contraria all'assoggettamento. L'ammontare totale di una fattura risulta dalla somma di vari punti per prestazione moltiplicati per un valore del punto. Per i singoli punti il dentista può scegliere all'interno di uno spettro. Il valore del punto non è che un parametro nell'ambito della determinazione del prezzo. La comunicazione del valore del punto potrebbe addirittura essere fuorviante per il consumatore che sarebbe indotto ad associare un valore del punto basso a una fattura bassa.

L'**ALPDS** è interessata ad una maggiore informazione e trasparenza riguardo all'indicazione dei prezzi; un enorme progresso in questo senso risulterebbe dall'obbligo per i dentisti di consegnare al cliente non solo la propria nota d'onorario, ma anche la fattura del laboratorio odontotecnico. In questo modo il paziente potrebbe anche verificare l'osservanza delle disposizioni della legge sugli agenti terapeutici (dispositivi medici).

3.2 Inasprimento delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi per servizi a valore aggiunto a pagamento (art. 11a AP-OIP)

3.2.1 In generale

Tutti i Cantoni, le **associazioni economiche** e le **cerchie dei consumatori** accolgono con favore la maggiore severità nell'indicazione dei prezzi per i servizi a valore aggiunto a pagamento. Solamente la FRSP si dichiara contraria, sostenendo che essa non è né auspicabile né adeguata e non rende responsabili i consumatori. La FRSP auspica una maggiore responsabilità da parte dei fornitori di servizi di telecomunicazione che sono allo stesso tempo anche beneficiari dei servizi a valore aggiunto.

La **TSP**, gruppo d'interesse dei maggiori fornitori di servizi di telecomunicazione svizzeri, appoggia la sostituzione del vigente articolo 11 capoverso 1^{bis} con il nuovo *articolo 11a*, poiché sia l'annuncio della tariffa limitato ai servizi di intrattenimento per adulti che l'indicazione del prezzo per i primi dieci minuti non sono più adeguati alla realtà. Anche la **SICTA, Swiss Information and Communications Technology Association**, accoglie con favore i contenuti della revisione. Comunica inoltre che, insieme a molti dei suoi membri, sta redigendo un codice di comportamento per evitare abusi nell'ambito dei servizi a valore aggiunto. Esso prevede regole specifiche riguardo all'annuncio dei prezzi che si scostano tuttavia da quelle del progetto di revisione dell'OIP. I singoli **fornitori di servizi di telecomunicazione** approvano in linea di principio le novità, pur formulando richieste specifiche sui singoli punti. Anche i fornitori di servizi a valore aggiunto (i cosiddetti content provider), perlomeno quelli appartenenti a delle organizzazioni (via, SICTA, Yellow Access), sono d'accordo con i fondamenti della proposta di modifica.

3.2.2 Annuncio gratuito del prezzo (cpv. 1)

- **Valori soglia per l'annuncio gratuito del prezzo**

Diversi Cantoni (GE, NE, SZ, VD) auspicano un annuncio del prezzo per tutti i servizi a valore aggiunto a pagamento o perlomeno quando la tassa del servizio a valore aggiunto superi un franco (GR, SG). Anche le **organizzazioni dei consumatori** acsi, frc e kf chiedono che il prezzo venga annunciato sempre e non solo al superamento del limite di due franchi. Secondo **economiesuisse** le tasse di connessione basse (ad esempio per i servizi di televoto) devono essere esonerate dall'indicazione del prezzo tramite testo vocale.

Il **TSP** accoglie con favore l'idea dell'annuncio gratuito della tariffa per i servizi a valore aggiunto a pagamento; tuttavia sarebbe necessario definire un valore soglia non solo per la tariffa al minuto, ma anche per la tassa di connessione. Il valore soglia relativo a quest'ultima dovrebbe corrispondere a due franchi, mentre per quello relativo alla tariffa al minuto non è stato raggiunto un accordo tra i membri. Anche la

SICTA è d'accordo sul non applicare l'obbligo di annuncio del prezzo per le tasse di connessione di importo modesto, in particolare quelle al di sotto dei due franchi.

La **Swisscom** ritiene sia problematico non fissare un valore soglia per la tassa di connessione. Le tasse di connessione di importo da 0.70 a 0.90 franchi verrebbero applicate, attraverso un numero 0901, al servizio di televoto. Questo servizio consente ad un numero rappresentativo di telespettatori di dare la loro opinione, in un tempo molto breve, componendo vari numeri. L'inserimento di un annuncio vocale con l'indicazione del prezzo renderebbe impossibile tali votazioni poiché dal punto di vista tecnico sarebbe impossibile gestire contemporaneamente un numero così alto di chiamate. Lo stesso vale per il servizio sveglia che ha dovuto migrare su una piattaforma 0900. Per tutti questi motivi è necessario stabilire un limite anche per la tassa di connessione, al di sotto del quale non è necessario alcun annuncio gratuito del prezzo. La soglia per la tassa di connessione dovrebbe essere di due franchi. Per quanto riguarda il valore soglia per la tariffa del servizio a valore aggiunto, Swisscom ritiene giustificato un importo di 4.23 franchi. che viene considerata la tariffa standard decisa per l'industria dall'autorità di attribuzione individuale dei numeri (Individual Number Allocation Head Group, INA) e che tutti i fornitori di servizi di telecomunicazione dovrebbero applicare.

In relazione al servizio di televoto, **Orange** e **sunrise** ritengono adeguata, per la tassa di connessione, la soglia minima di due franchi per l'obbligo di annuncio del prezzo. Sono inoltre d'accordo anche sul valore soglia minimo di due franchi per la tariffa del servizio a valore aggiunto. In riferimento alla gratuità dell'annuncio bisogna distinguere fra chiamate da rete fissa e da rete mobile. Sulle chiamate effettuate da rete mobile per servizi a valore aggiunto dovrebbero infatti essere applicate anche le tasse di rete mobile (air fee). La gratuità dovrebbe pertanto essere garantita dal fornitore di servizi a valore aggiunto. Anche **SICTA** e **Swisscom** ritengono che la gratuità dell'annuncio della tariffa non debba riguardare le tariffe di rete mobile e publifon.

Anche per **Colt** è indispensabile fissare un valore soglia per la tariffa del servizio a valore aggiunto. Come **sunrise** e **Orange** anche **Colt** ritiene adeguato il valore soglia minimo di due franchi. Essa fa notare inoltre che sarebbe più opportuno parlare di una "tassa di base" piuttosto che di "tassa di connessione": quest'ultima infatti viene utilizzata per la messa in funzione di un collegamento. Infine è d'accordo sul valore soglia di due franchi per la tariffa del servizio a valore aggiunto.

SmartPhone e **Yellow Access** considerano ragionevole per la tassa di connessione un valore soglia di cinque franchi. Per gli stessi motivi avanzati da Telecom, ritengono che per la tariffa del servizio a valore aggiunto la soglia di due franchi per l'introduzione di un annuncio sia troppo bassa. Mentre SmartPhone ritiene 4.23 franchi un valore adeguato, per Yellow Access, anche in una prospettiva futura, questa soglia dovrebbe essere di 6.66 franchi.

Entrambe le società sono contrarie alla gratuità dell'annuncio. Ciò sarebbe a tutto svantaggio delle piccole e medie imprese, poiché, secondo l'attuale regolamento di interconnessione, al momento della creazione del collegamento ai fornitori di servizi di telecomunicazione verrebbe subito addebitata una tassa di connessione e una tassa che dipende dalla durata della chiamata, questo anche nel caso di accesso alla rete mobile. In caso il cliente non accettasse il servizio, il fornitore di servizi di telecomunicazione dovrebbe comunque sostenere, per l'annuncio gratuito della tariffa, un costo nei confronti del gestore di rete senza però avere una corrispondente entrata. SmartPhone propone, sulla base del principio della copertura dei costi, una tassa del tipo "condivisione dei costi" che potrebbe corrispondere alla tariffa standard nazionale. Stessa richiesta da parte di Yellow Access che per l'annuncio del prezzo considera adeguata una *setup charge* di 20 centesimi oppure corrispondente alla tariffa nazionale (attualmente di 11 centesimi).

- **Annuncio "nella lingua corrispondente"**

VD propone che l'annuncio del prezzo avvenga nelle tre lingue ufficiali e non solo nella "lingua corrispondente". **PR** considera troppo oneroso l'obbligo di annuncio del prezzo "nella lingua corrispondente": basterebbe utilizzare la lingua maggiormente parlata nella regione oppure un sistema di selezione della lingua. Secondo **TSP**, i problemi legati alla lingua dell'annuncio si potrebbero risolvere adottando la lingua in cui è offerto il servizio. Anche per i fornitori di servizi di telecomunicazione (Swisscom, Orange, sunrise, SmartPhone, Colt) l'unico criterio praticabile è quello della lingua del servizio.

- **Cambiamenti di tariffa con incidenza sul prezzo**

Secondo la **KVN** la persona che chiama dovrebbe essere informata, ad intervalli di tre minuti, del costo accumulato fino a quel momento.

TSP considera necessarie indicazioni più precise relative all'annuncio di cambiamenti tariffari con incidenza sul prezzo e avanza una proposta d'annuncio in questo senso. Inoltre bisogna considerare che potrebbero verificarsi dei cambiamenti di tariffa in relazione alla durata del servizio e ai cambiamenti tariffari a cadenze fisse.

Swisscom considera sufficiente comunicare all'inizio della chiamata in modo chiaro e dettagliato tutti i cambiamenti di tariffa che avranno luogo durante la chiamata e la composizione dell'intera tariffa in modo globale o immediatamente prima della loro applicazione. Sunrise sostiene che dal punto di vista tecnico è difficile segnalare gratuitamente ogni cambiamento tariffario immediatamente prima della sua applicazione. La comunicazione dei cambiamenti tariffari dovrebbe avvenire al costo della parte di chiamata immediatamente precedente. **Colt** condivide questo parere.

Sunrise propone che tutti i cambiamenti tariffari vengano comunicati sia in modo globale all'inizio della chiamata che singolarmente prima di ogni loro introduzione.

Yellow Access e **SmartPhone**, al contrario, sono per la comunicazione generale all'inizio della chiamata. Secondo SmartPhone l'annuncio del prezzo dovrebbe prevedere solo due cambiamenti di tariffa al minuto e due cambiamenti della *drop charge*.

- **Circuito di attesa**

NW ritiene che in seguito all'inserimento in un circuito di attesa, la tassa del servizio a valore aggiunto deve essere applicata solo a partire dal momento di effettiva creazione del collegamento. Stessa richiesta proviene dal **kf**.

- **Servizi fax su chiamata**

Economiesuisse auspica per i cosiddetti servizi fax una soluzione tecnicamente adeguata. Secondo la **Swisscom** bisogna distinguere fra servizi fax e servizi fax su chiamata. I servizi fax (trasmissione di un fax verso un numero di un servizio a valore aggiunto) dovrebbero sottostare all'indicazione dei prezzi giusta l'articolo 13 capoverso 1^{bis} AP-OIP, poiché risulta impossibile, allo stato attuale della tecnica, un annuncio del prezzo. Nel caso dei cosiddetti servizi fax su chiamata invece, si telefona ad un numero di un servizio a valore aggiunto e attraverso questo numero si attiva la ricezione di un fax. In questo caso certi servizi prevedono che il fax venga trasmesso restando in linea e con la deviazione sul numero del servizio a valore aggiunto, senza che venga comunicata la durata della trasmissione del fax. In questo caso l'annuncio del prezzo è tecnicamente possibile. Per **sunrise** il cliente deve avere la possibilità di interrompere la chiamata dopo l'annuncio del prezzo. L'annuncio del prezzo deve avvenire entro i primi 20 secondi. **SmartPhone** contesta la possibilità, dal punto di vista tecnico, di un annuncio del prezzo per i servizi fax su chiamata e sostiene che il relativo passaggio va stralciato. **Yellow Access** approva una regolamentazione pubblicitaria (*art. 13 cpv. 1bis AP-OIP*), ma si interroga sulle modalità d'annuncio della tariffa.

- **Deroghe all'annuncio del prezzo**

Swisscom chiede che vengano esclusi i cosiddetti servizi di ripartizione delle spese di comunicazione (084x), nonché i servizi a valore aggiunto, offerti attraverso numeri brevi, compresi nel campo d'applicazione del capoverso 1. Nel caso dei servizi di ripartizione delle spese di comunicazione non sussiste, in linea di massima, il pericolo di un abuso nei confronti della persona che chiama. Le tariffe relative ai servizi di ripartizione delle spese di comunicazione rappresentano tariffe normali, il cui limite massimo è fissato dall'ordinanza sui servizi di telecomunicazione. L'obbligo di rendere nota in ogni comunicazione scritta o orale del numero, in modo chiaro e inequivocabile, la tariffa IVA inclusa, al minuto o a chiamata, risponde all'esigenza di indicazione del prezzo. Secondo Swisscom l'assoggettamento dei servizi a valore aggiunto offerti attraverso numeri brevi causerebbe notevoli problemi, in particolare nell'ambito dei servizi d'informazione (111 o 18xy), ma anche dei servizi d'emergenza (Rega, TCS) e dei servizi automatici d'informazione (ad es. 164 sport). Per tutti questi servizi verrebbe richiesta una tassa di connessione anche per rispondere ad un'esigenza del cliente, affinché il prezzo dell'informazione non dipenda più solo dalla durata della chiamata.

Anche **sunrise** e **Yellow Access** chiedono di escludere i numeri 08xy dall'obbligo di annuncio del prezzo. **Migros** propone rivedere l'obbligo di dichiarazione per i numeri 0800 e 0848 (i cosiddetti servizi di ripartizione delle spese di comunicazione). L'attuale regolamentazione, in base al punto 3.5 del foglio d'informazione del seco, non risulta adeguata.

- **Momento di trasmissione dell'annuncio**

Sunrise e **Colt** chiedono che l'annuncio del prezzo per qualsiasi tipo di tariffa venga emesso entro i primi 20 secondi. Inoltre bisogna prevedere una pausa di almeno tre secondi fra il termine dell'annuncio e l'inizio dell'applicazione della tariffa per permettere al cliente di interrompere la comunicazione. Lo stesso dovrebbe valere anche per i servizi fax su chiamata.

3.2.3 Conferma del collegamento con un segnale speciale (cpv. 2)

Due **Cantoni** (BS, VD) ritengono troppo alta la soglia a partire dalla quale il cliente deve dare il proprio consenso premendo un tasto. La soglia proposta nell'AP (tassa per il servizio a valore aggiunto di cinque franchi) corrisponde ad un prezzo di 300 franchi all'ora; un limite che difficilmente può essere considerato ragionevole. Anche secondo **acsi** e **frc** il consenso tramite segnale andrebbe richiesto per tutti i collegamenti con servizi a valore aggiunto. Per il **TCS** il consenso, mediante un segnale, della persona che chiama è necessario già a partire da una tassa di connessione di cinque franchi. Anche **Migros** raccomanda una

soglia più bassa per il segnale: cinque franchi per la tassa di connessione e due franchi per la tassa del servizio a valore aggiunto.

TSP e **SICTA** sono d'accordo con la richiesta di una conferma da parte della persona che chiama nel caso la tassa di connessione e la tassa del servizio a valore aggiunto superino un certo importo. Tuttavia sarebbe opportuno innalzare a 6.66 franchi la soglia relativa alla tassa del servizio a valore aggiunto, per non dover introdurre l'obbligo di conferma anche per le cosiddette tariffe standard industriali con tariffa massima di 6.66 franchi. Inoltre è richiesta una conferma personale e inequivocabile da parte della persona che riceverà la fattura relativa al servizio che fungerebbe anche da prova nel caso di reclami da parte del cliente.

Per gli stessi motivi anche i **fornitori di servizi di telecomunicazione** (Swisscom, Orange, sunrise, SmartPhone, Yellow Access) sono a favore di una soglia di 6.66 franchi. Colt chiede un innalzamento a sette franchi e ritiene che il concetto di "segnale speciale" vada precisato. Secondo Swisscom è decisivo il fatto che la persona che chiama esprima chiaramente la propria volontà e che tale manifestazione possa venire dimostrata. Inoltre va ricordato che circa il 31% delle economie domestiche svizzere possiede ancora telefoni ad impulsi che non permettono di esprimere una scelta premendo un tasto. Anche Yellow Access fa notare questa situazione. **Colt** chiede che il segnale sia personalizzabile. Inoltre non è il collegamento a dover essere confermato, ma la prestazione del servizio.

Secondo **Swisscom** il segnale di conferma è necessario non solo per le tasse di connessione che superano il valore soglia, ma anche per le tasse fisse intermedie (cosiddette *drop charge*). Anche **SmartPhone** sottolinea il problema delle *drop charge*. Inoltre dubita che tutti i fornitori di servizi di telecomunicazione dispongano dei mezzi tecnici necessari alla conferma del collegamento tramite un segnale speciale. Chiede dunque all'UFCOM di mettere a disposizione di tutti i provider un segnale audio standard che indichi una tassa di connessione o una *drop charge* superiori ai dieci franchi o una tassa del servizio a valore aggiunto superiore ai 6.66 franchi.

Yellow Access chiede l'innalzamento del valore soglia per la tassa di connessione a venti franchi. Questo soprattutto tenendo conto del cosiddetto *Micro Payment* che prevede una struttura dei costi ideale per il conteggio di prestazioni di modesta entità.

3.2.4 Servizi SMS, servizi Internet e WebDialer (cpv. 3)

VD chiede di estendere l'ambito di applicazione del *capoverso 2* anche alle connessioni con dati secondo il *capoverso 3*. Questa richiesta è formulata anche da **acsi, frc e kf**. **Acsi** e **frc**

considerano inoltre indispensabile indicare i prezzi con caratteri la cui dimensione minima sia di 14 punti. Secondo **PR** questo requisito è tecnicamente difficile da soddisfare nel caso di SMS e PC-Dialer. Sarebbe sufficiente comunicare i costi in modo leggibile e ben visibile. Anche **economiesuisse** ritiene necessario individuare per i servizi SMS una soluzione tecnicamente adeguata.

Acsi, frc e kf ritengono che il *capoverso 3* non risolva il problema dei Webdialer selezionabili in automatico. È necessario vietare l'utilizzo di Dialer che modificano l'indirizzo dell'usuale connessione (cosiddetti Dialer parassiti). Anche la **CFC** ritiene fondamentale una maggiore protezione nell'utilizzo dei Dialer.

TPS appoggia l'applicazione delle condizioni anche ai servizi di trasmissione dati, che dovrebbero però essere denominati "servizi non vocali". Questo insieme di servizi di vario tipo necessitano però di una regolamentazione più precisa. La richiesta di una scritta con grandezza minima di 14 punti per l'indicazione del prezzo degli SMS non è realistica; questa opinione è condivisa anche da **SICTA** e **Colt**. Del resto su questo punto, come pure sul *capoverso 4*, non è stata raggiunta un'opinione consolidata, per cui si rimanda alle prese di posizione dei fornitori di servizi di telecomunicazione.

In linea di massima **Swisscom** è d'accordo sulla necessità di combattere gli abusi nell'ambito dei servizi di trasmissione dati, ma chiede, così come **Orange**, una differenziazione per i servizi SMS. Dal punto di vista tecnico questi non sono delle connessioni con dati. Non prevedono infatti né tasse di connessione, né tariffe al minuto, ma semplicemente una tassa per ogni SMS spedito. Il fornitore di servizi a valore aggiunto non è in grado di intervenire sulla grandezza della scritta per l'indicazione del prezzo sul display del telefono cellulare. Per questi motivi i servizi SMS non vanno inclusi nel *capoverso 3*, ma regolamentati in un *capoverso* specifico. Bisogna inoltre distinguere tra servizi *pull* e servizi *push*. Nel caso di servizi *pull* (il cliente richiede un servizio che viene prestato attraverso un unico SMS di risposta a pagamento) è sufficiente l'obbligo di comunicare, insieme al numero, anche il prezzo (*art. 13 cpv. 1^{bis} AP-OIP*). Nei servizi *push* (dopo aver effettuato una registrazione il cliente riceve SMS a pagamento ad intervalli più o meno regolari), nonostante l'informazione preliminare, esiste la possibilità di abusi, poiché il cliente riceve SMS con una certa frequenza, ma non viene informato sulle possibilità di cancellazione dal servizio. Secondo **Swisscom** quindi il fornitore di servizi SMS deve informare il cliente, immediatamente dopo la registrazione, sulle possibilità di cancellazione dal servizio; **Orange** ritiene che al cliente vadano inviate anche informazioni chiare sul prezzo.

Pure **sunrise** fa notare che i servizi SMS non costituiscono connessioni con dati e che necessitano pertanto di una regolamentazione a parte. Il prezzo va indicato con una scritta della stessa grandezza dell'SMS. Al contrario, la definizione di una grandezza della scritta per l'indicazione del prezzo delle connessioni con dati non è nè praticabile, nè ammissibile e viene respinta. Anche **Yellow Access** ritiene che la grandezza di 14 punti per le comunicazioni SMS non sia realizzabile.

3.2.5 Obbligo di informazione da parte dei fornitori di servizi di telecomunicazione (cpv. 4)

SZ e **ZH** ritengono vada esaminata la possibilità di attribuire ai fornitori di servizi di telecomunicazione maggiore responsabilità per quanto riguarda il rispetto delle disposizioni. Questa opinione è condivisa anche dalla **FRSP**.

La **SICTA** rimanda al già citato accordo di settore, nel quale i cosiddetti INA TSP (fornitori di servizi di telecomunicazione rendono operativo un numero INA di un *content provider*) si impegnano a rendere note ai *content provider* con i quali hanno sottoscritto un contratto relativo a servizi a valore aggiunto le specifiche disposizioni di diritto pubblico e le condizioni quadro legali. A condizione che risultasse necessaria una regolamentazione in tal senso nell'OIP, bisognerebbe stabilire che il fornitore di servizi di telecomunicazione non può in alcun caso assumersi la responsabilità per il rispetto e l'applicazione delle rispettive disposizioni da parte del *content provider*. La responsabilità dell'osservanza delle disposizioni (*compliance*) è unicamente del fornitore di servizi di telecomunicazione e la funzione di controllo è compito dello Stato.

Colt è d'accordo con l'obbligo di informazione a condizione che il contratto con il *content provider* contenga un impegno generale al rispetto dell'OIP.

Swisscom e **SmartPhone** si oppongono con forza all'obbligo contrattuale per i fornitori di servizi di telecomunicazione di rendere note ai gestori di servizi a valore aggiunto le nuove disposizioni dell'OIP. Sostengono che un tale obbligo nell'OIP non ha alcuna base formale e legale. Si interverrebbe in modo inammissibile nella libertà economica (libertà contrattuale), garantita dalla Costituzione, dei fornitori di servizi di telecomunicazione. SmartPhone propone di inserire un rimando all'OIP nelle condizioni generali del contratto. Dato l'alto numero dei soggetti potenzialmente coinvolti, per la Swisscom è necessario stabilire che solamente i fornitori di servizi a valore aggiunto sono responsabili dell'indicazione del prezzo anche sotto forma di testo vocale.

Sunrise e **Yellow Access** chiedono che il capoverso 4 venga semplicemente stralciato. È compito dell'UFCOM, nell'ambito dell'attribuzione dei numeri, ricordare ai fornitori di servizi a valore aggiunto gli obblighi connessi. Anche Orange rimanda a questo obbligo dell'UFCOM e auspica che il capoverso 4 venga sostituito da una disposizione che obblighi chiaramente i fornitori di servizi a valore aggiunto a rispettare le disposizioni dell'OIP.

3.2.6 Identificazione di fornitori di servizi a valore aggiunto

BS si meraviglia che i servizi a valore aggiunto possano essere offerti in maniera anonima. Molti **Cantoni** (BS, GE, LU, SZ, VD) chiedono che le autorità penali e d'esecuzione abbiano un accesso illimitato all'identità del fornitore in caso sia sospettato di un atto illecito. Anche secondo **acsi, frc e kf** va garantita una chiara identificazione del fornitore di servizi a valore aggiunto.

3.2.7 Applicazione delle nuove disposizioni OIP relative ai servizi a valore aggiunto

Swisscom si aspetta che il seco, per una fase transitoria di almeno sei mesi a partire dall'entrata in vigore dell'OIP riveduta, predisponga un ufficio di coordinamento e informazione per i gestori, i consumatori, ecc.; visto l'utilizzo sempre più diffuso dei servizi a valore aggiunto (in particolare su Internet) saranno infatti numerosi i dubbi e le domande.

Orange auspica che il seco aggiorni il foglio d'informazione del 1° novembre 1999 sull'indicazione dei prezzi e pubblicità per servizi di telecomunicazione e servizi a valore aggiunto connessi ai servizi di telecomunicazione, affinché le novità siano chiare a tutti i fornitori di servizi. Inoltre chiede che l'UFCOM, nell'ambito dell'attribuzione dei numeri, consegni tale foglio d'informazione a tutti i proprietari di numeri di servizi a valore aggiunto.

3.3 Inasprimento delle disposizioni relative alla pubblicità per servizi a valore aggiunto a pagamento (*art. 13 cpv. 1^{bis} AP-OIP*)

Le **disposizioni relative alla pubblicità dell'articolo 13 cpv. 1^{bis}** trovano il consenso di tutti i **Cantoni**. Solo VD propone di modificare la disposizione per cui le dimensioni dei caratteri per l'indicazione del prezzo al minuto o di un'altra tassa siano almeno uguali a quelle dei caratteri del messaggio pubblicitario. Lo stesso richiedono **acsi e frc**.

Nell'ambito delle **società di pubblicità e dei media, ASSP e PR** sono per la modifica del capoverso 1^{bis}. L'ASSP ritiene che la richiesta di una scritta per l'indicazione del prezzo di grandezza equivalente a quella del messaggio pubblicitario sia poco chiara e difficilmente realizzabile. Propone che il testo sia formattato in modo che la dimensione dei caratteri

corrisponda a quella del numero del servizio a valore aggiunto. PR auspica una prescrizione in base alla quale l'informazione del prezzo sia chiaramente identificabile.

TSP accoglie con favore le esigenze poste alla pubblicità. Tuttavia bisogna precisare meglio se queste esigenze valgono anche per i servizi non vocali (fax, SMS). In tal caso i requisiti vanno differenziati a seconda dei singoli servizi. La **SICTA** considera la richiesta di comunicazione del prezzo con caratteri della stessa grandezza del messaggio pubblicitario come non realistica.

Swisscom chiede che questa disposizione non sia applicata ai servizi di ripartizione delle spese di comunicazione e ai numeri brevi. Inoltre considera non attuabile la proposta di utilizzare per l'informazione del prezzo una scritta della stessa grandezza del messaggio pubblicitario. Basterebbe stabilire che il carattere con cui viene indicato il prezzo risulti ben leggibile rispetto al messaggio pubblicitario (testo o immagine). I servizi fax su chiamata dovrebbero essere soggetti all'indicazione, oltre che del costo al minuto, anche della durata della trasmissione del fax. Dello stesso tenore il parere di **sunrise**, che tuttavia non vorrebbe alcuna prescrizione riguardo la grandezza del carattere nell'informazione del prezzo. **Orange** propone invece che l'informazione sul prezzo venga data in un carattere leggermente più grande di quello leggibile. Per **SmartPhone** sarebbe sufficiente stabilire che la grandezza corrisponda ad almeno un terzo rispetto al numero del servizio a valore aggiunto.

Yellow Access chiede che i servizi di ripartizione delle spese di comunicazione (08xy) vengano esclusi dal campo di applicazione della disposizione. Le scritte relative all'informazione sul prezzo dovrebbero occupare il 4% dei rispettivi spazi pubblicitari ed essere redatte nella lingua ufficiale del territorio coperto dalla rete.

Colt in linea generale approva i requisiti relativi alla pubblicità. Se questi venissero estesi anche ai servizi non vocali sarebbe necessaria una differenziazione. Inoltre, per garantire che nella pubblicità venga sempre indicato il prezzo effettivamente da pagare, non è consentita una tassa indipendente dal tempo di collegamento (ad es. diverse tasse di radiocomunicazione o tasse di collegamento del fornitore di roaming internazionale).

4 Altre osservazioni e indicazioni sull'OIP

4.1 Assoggettamento di tutte le prestazioni di servizi all'indicazione obbligatoria dei prezzi

Il Cantone **AR**, facendo riferimento agli onorari degli avvocati, ritiene opportuna una revisione generale dell'assoggettamento all'OIP delle prestazioni di servizi. Il **PS** e le organizzazioni dei consumatori **acsi, frc, kf e FPC** sono d'accordo per un assoggettamento generalizzato. Non si capisce perché dovrebbero essere assoggettate le tariffe degli odontoiatri, ma non quelle dei veterinari o degli architetti. Il **PS** e la **FPC** lamentano il fatto che nell'AP non si sia tenuto conto in alcun modo della mozione Sommaruga (02.3766. Obbligo d'indicazione dei prezzi anche per le prestazioni di servizi). Vengono presentate proposte per una modifica dell'articolo 2 capoverso 1 OIP.

4.2 Indicazione del prezzo sul prodotto

Il **PS** e le **organizzazioni dei consumatori acsi, frc, kf, FPC e KVN** criticano il fatto che l'AP non abbia rispettato le richieste dei consumatori, poiché non ha affrontato il problema dell'indicazione del prezzo sul prodotto. Questo nonostante il 6 febbraio 2003 al seco siano state presentate 44'000 firme per la petizione "Indicazione dei prezzi? Su ogni prodotto!" In quasi tutti i grandi distributori il consumatore cerca invano l'etichetta con il prezzo sul prodotto; i prezzi vengono indicati solo sullo scaffale. Già nell'autunno 2001 la Commissione federale del consumo ha proposto un adeguamento dell'OIP. È pertanto stata avanzata una proposta di modifica dell'articolo 7 OIP che prevede l'indicazione obbligatoria del prezzo sul prodotto.

USAM, economiesuisse, Swiss Retail e Coop sono contrari ad introdurre l'indicazione obbligatoria del prezzo sul prodotto. Questo provvedimento costringerebbe le aziende svizzere ad affrontare inutili spese dell'ordine di diversi milioni. Le indicazioni del prezzo sullo scaffale, in uso da più di dieci anni, sono eurocompatibili e soddisfano le esigenze di trasparenza e di protezione dei consumatori. L'abbandono di questa prassi porterebbe ad un maggiore isolamento della Svizzera e al suo regresso (turismo di frontiera) sul mercato internazionale (Swiss Retail).

Coop è del parere che i consumatori anche in futuro troveranno comunque l'indicazione del prezzo su più del 50% dei prodotti di una spesa media settimanale (prodotti da pesare come pane, carne, frutta, verdura, formaggio e vari articoli non alimentari che necessitano di etichetta come abbigliamento in diverse taglie e colori). Coop ha in cantiere un progetto pilota che permetterebbe ai clienti che lo desiderano di stampare le etichette con i prezzi ai terminal Supercard. Si tratta di un sistema analogo a quello della bilancia nel reparto self service di frutta e verdura. Il cliente dovrebbe solamente passare il prodotto sullo scanner e sul display apparirebbero automaticamente la denominazione del prodotto e il prezzo. Premendo un tasto il cliente potrebbe stampare l'etichetta. Sull'etichetta adesiva comparirebbero l'esatta denominazione del prodotto, la data, il calcolo del prezzo unitario, il

peso sgocciolato, il prezzo normale e l'eventuale prezzo in offerta. Questo adeguamento sarà operativo a fine anno e verrà introdotto con una fase pilota di cinque mesi.

4.3 Tassa anticipata per il riciclaggio e lo smaltimento dei rifiuti

Il **PS** e le organizzazioni dei consumatori **acsi, frc, kf e FPC** fanno notare che dal 1° gennaio 2003 è in vigore una tassa di smaltimento anticipata (TSA) per gli elettrodomestici analoga a quella già applicata dal 2002 sugli apparecchi elettronici per il tempo libero. Entrambe le tasse vengono applicate in base ad accordi privati e non sono state ancora regolamentate in maniera unitaria e vincolante. Si critica il fatto che l'importo di questa tassa di smaltimento non è dichiarata dai commercianti, o lo è in maniera insufficiente o poco chiara. Questa mancanza non va più tollerata per cui l'OIP (art. 4 cpv. 1) deve prevedere che la tassa anticipata per il riciclaggio e lo smaltimento dei rifiuti sia compresa nel prezzo al dettaglio. Anche il **TCS** chiede che la tassa anticipata per il riciclaggio e lo smaltimento dei rifiuti venga inclusa nel prezzo al dettaglio.

4.4 Leasing per automobili

Secondo **PS, acsi, frc, kf, FPC e TCS** l'OIP va modificata anche per quanto riguarda il settore del leasing per auto al fine di garantire la trasparenza alla luce della nuova legge sul credito al consumo. In particolare vanno assoggettati all'obbligo d'informazione i seguenti punti: ammontare dell'acconto, valore residuale previsto al termine del contratto, possibilità o meno per il cliente di acquistare il veicolo a quel prezzo, somma sulla quale è stato calcolato il saggio d'interesse.

4.5 Rispetto delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi e attuazione dell'OIP

La **KVN** constata poco rispetto delle disposizioni relative all'indicazione dei prezzi, in particolare nelle vetrine, nei negozi di parrucchieri, negli istituti di cosmesi e nelle lavanderie a secco. Le autorità esecutive, a causa della carenza di personale, non sono in grado di svolgere la propria funzione di controllo.