

PS5162 - SKY-TELESELLING E ATTIVAZIONI NON RICHIESTE

Provvedimento n. 24177

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 gennaio 2013;

SENTITO il Relatore, Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI i propri provvedimenti del 3 maggio 2012, con i quali sono stati disposti gli accertamenti ispettivi, ai sensi dell'articolo 27, commi 2, e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi delle società Sky Italia S.r.l. e Almaviva Contact S.p.A.;

VISTI i propri provvedimenti del 8 agosto e 28 novembre 2012, con i quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Sky Italia S.r.l. (di seguito, anche solo "Sky"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. Sky è attualmente il principale operatore in Italia nel settore della produzione e della trasmissione di programmi televisivi a pagamento su piattaforma satellitare. Dal bilancio di esercizio aggiornato al 31 dicembre 2011 risulta un fatturato di circa 4 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, nel periodo novembre 2009 – aprile 2012, consistente nell'aver promosso la vendita dei servizi televisivi a pagamento fornendo ai consumatori informazioni ingannevoli e/o incomplete con riferimento alle condizioni e alle caratteristiche del servizio offerto¹.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

3. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 3 maggio 2012 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS5162 per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 23, lettera v), 24, e 26, lettera f), del Codice del Consumo.

4. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza della condotta posta in essere dal professionista il quale, in fase di contatto telefonico o tramite agenti con il cliente per la vendita degli abbonamenti, avrebbe reso ai consumatori informazioni non veritiere, ambigue, fuorvianti nonché incomplete circa i costi effettivi dell'abbonamento, l'asserita gratuità e i vincoli di durata dell'offerta promozionale.

5. Veniva inoltre contestata al professionista la possibile aggressività dell'attivazione di servizi in abbonamento senza il previo ed effettivo consenso dei consumatori, nonché dell'addebito nei loro confronti del relativo costo, anche mediante l'utilizzo di dati bancari già detenuti in relazione a precedenti contratti.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stata effettuata un'attività ispettiva presso le sedi delle società Sky Italia S.r.l. e Almaviva Contact S.p.A.

1. In data 8 giugno e 20 luglio 2012 Sky ha depositato le risposte alla richiesta di informazioni.

2. In data 22 giugno e 12 ottobre 2012 sono pervenute le memorie difensive di Sky.

3. In data 2 ottobre 2012 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

4. Sky svolge attività di vendita dei propri prodotti e servizi sia attraverso il canale telefonico (*teleselling*) sia attraverso il canale agenti.

¹ [Le segnalazioni complessivamente ricevute sono state circa 150.]

La vendita dei prodotti Sky tramite il canale telefonico può avvenire sia nei confronti di soggetti non abbonati a Sky (cd. *Prospect*) sia nei confronti di soggetti già abbonati (cd. Parco Abbonati).

5. Gli *script* utilizzati per il canale del *teleselling*, per ciascun pacchetto o combinazione di pacchetti, per i nuovi clienti sono composti da più pagine. Dopo una informativa del prodotto² riservata al solo operatore di *call center*, che riporta il contenuto della programmazione, le possibili combinazioni, il costo dell'abbonamento e l'eventuale sconto nonché i costi aggiuntivi, il documento segue con la parte dedicata alla dinamica della telefonata con il consumatore, suddivisa in quattro fasi: la fase di approccio, l'intervista, la proposta commerciale e la fase finale sulla conclusione del contratto. Successiva e autonoma fase è quella dedicata alla registrazione *verbal ordering*.

6. Nel periodo oggetto di contestazione novembre 2009 – aprile 2012, Sky ha effettuato complessivamente *[omissis]*³ contatti telefonici. Nel 2009, la società ha concluso circa *[omissis]* contratti di abbonamento tramite contatti telefonici; nel 2010 circa *[omissis]*; nel 2011 circa *[omissis]*; nel 2012, circa *[omissis]*⁴.

7. I documenti acquisiti nel corso dell'ispezione presso Almaviva, società che offre il servizio di *call center* a Sky, fanno emergere che solo il 3-4% delle telefonate ricevute ("*inbound*") settimanalmente dai clienti attengono a reclami e, di questi, circa il 14% hanno avuto ad oggetto errate informazioni in fase di promozione o stipula del contratto⁵.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

8. Nelle proprie memorie presentate nelle date 22 giugno e 12 ottobre 2012, dopo aver preliminarmente contestato la competenza dell'Autorità a decidere sulla pratica commerciale in esame, Sky ha dichiarato di aver posto in essere procedure trasparenti per la stipula del contratto di abbonamento e un sistema per formare adeguatamente tutta la propria rete di vendita e tutti gli operatori di *call center*.

9. Più precisamente, il professionista avrebbe previsto la registrazione del consenso tramite *verbal order/voice recording* e avrebbe predisposto *script* e linee guida contenenti le istruzioni, vincolanti da contratto, impartite a tutti gli incaricati di svolgere attività di vendita attraverso qualunque canale, prevedendo penali e conseguenze in caso di inosservanza.

10. Sky avrebbe predisposto controlli sulla qualità delle vendite prima dell'inserimento a sistema della richiesta di abbonamento, incaricando, a tal fine, una società esterna (IPSOS).

In caso di reclami Sky provvederebbe all'immediata disattivazione del servizio non richiesto/non più voluto nonché all'eventuale storno degli importi corrispondenti.

Inoltre, il cliente riceverebbe sempre la documentazione contrattuale in formato cartaceo nella quale verrebbero indicate le condizioni dell'abbonamento.

11. Con riguardo alle segnalazioni pervenute all'Autorità (acquisite da Sky in occasione dell'accesso agli atti effettuato in data 14 maggio 2012) il professionista evidenzia che le segnalazioni relative al canale degli agenti di vendita nel periodo di tempo contestato sono solo due. Inoltre nel loro insieme le segnalazioni rappresenterebbero un numero assolutamente esiguo rispetto al numero degli abbonati Sky.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

12. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche tramite telefono, in data 16 ottobre 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha comunicato il proprio parere entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della richiesta e non ha rappresentato ulteriori esigenze istruttorie.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

13. Le segnalazioni ricevute, riguardanti una presunta insufficiente e fuorviante informazione circa la proposta contrattuale formulata tramite il canale del *direct marketing*⁶, lamentano la non adeguatezza di tale canale di promozione ai fini di un'informativa pienamente comprensibile da parte dei consumatori per servizi così complessi, determinando spesso incomprensioni tra operatore e consumatore.

14. Come accertato nel corso del procedimento relativamente al periodo novembre 2009 – aprile 2012, Sky ha fornito alle società di *call center* precise istruzioni per gli operatori, attraverso i cosiddetti "*script*" che guidano le conversazioni telefoniche, ed i contratti prevedevano penali e conseguenze in caso di inosservanza. Una società terza è stata inoltre incaricata di verificare la qualità delle vendite prima dell'inserimento a sistema della richiesta di abbonamento.

² [Si fa riferimento, ad esempio, alla campagna "NAZIONALE a partire da 5 Channel Pack @25 € al mese per 12 mesi", documento allegato alla memoria di Sky.]

³ [Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

⁴ [I dati si riferiscono agli anni fiscali dal 1° luglio al 30 giugno successivo.]

⁵ [Tutti i dati citati sono ricavati dal doc. n. 114.4 indice del fascicolo]

⁶ [Doc.nn. 11, 13, 33, 34, 43, 48 66, 74, 76, 78, 88, 91, 107, 109 e da ultimo n. 114.4 indice del fascicolo]

15. Considerando che, nello stesso arco temporale, ossia dal mese di novembre 2009 al mese di aprile 2012, attraverso il canale di vendita telefonico Sky ha concluso circa [omissis] contratti di abbonamento su quasi [omissis] contatti telefonici con una percentuale di riuscita inferiore a [omissis%], si ritiene che i processi ed i controlli adottati dal professionista siano stati sufficientemente attenti ad evitare che si verificassero attivazioni di contratti non voluti dai nuovi clienti; agli specifici reclami ricevuti inoltre si è cercato di dare seguito con la disattivazione del servizio non richiesto.

16. Dall'istruttoria non sono emersi dunque elementi tali da poter configurare con certezza nelle modalità adottate da Sky nel periodo di riferimento una pratica commerciale scorretta nell'attività di *direct marketing*, volta a fornire al consumatore informazioni ambigue o fuorvianti per fargli assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbe preso.

17. Alla luce delle predette considerazioni, la pratica commerciale risulta non scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 23, lettera v), 24 e 26, lettera f), del Codice del Consumo nella misura in cui, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, non sono emersi elementi sufficienti a suffragare l'esistenza di una strategia commerciale posta in essere da Sky volta, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli e incomplete in merito alle caratteristiche e alle condizioni economiche e di fruizione del servizio televisivo pubblicizzato, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore.

RITENUTO, pertanto, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame non presenti, allo stato, elementi sufficienti ad integrare una violazione degli artt. 20, 21, 22, 23, lettera v), 24 e 26, lettera f), del Codice del Consumo;

DELIBERA

che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sky Italia S.r.l., non presenta, allo stato, elementi sufficienti ad integrare una violazione degli artt. 20, 21, 22, 23, lettera v), 24 e 26, lettera f), del Codice del Consumo.

Il presente provvedimento verrà comunicato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella