

## **PS7976 - T-PLUS - SERVIZI NON RICHIESTI VIA SMS**

Provvedimento n. 23912

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 settembre 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

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*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*", adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 28 agosto 2012;

VISTO il proprio provvedimento del 22 febbraio 2012, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società T.Plus S.r.l. e della società Vodafone Omnitel N.V.;

VISTO il proprio provvedimento del 4 aprile 2012, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede della società Telecom Italia S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 30 maggio 2012, con il quale, 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. LE PARTI**

1. La società T.Plus S.r.l. (di seguito anche "TPlus") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società fornisce servizi interattivi per la telefonia mobile. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011, presenta ricavi per 23.600 euro.

2. Engineering Ingegneria Informatica S.p.A. (di seguito anche "Eng") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società svolge attività di interconnessione tecnologica con gli operatori di telefonia mobile. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011, presenta ricavi per circa 477 milioni di euro.

3. Pure Bros Mobile S.r.l. (di seguito anche "Pure Bros") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società svolge attività di interconnessione tecnologica con tutti gli operatori di telefonia mobile. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2010, presenta ricavi per 1.629.423 euro.

4. La società Vodafone Omnitel N.V. (di seguito anche "Vodafone") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore delle telecomunicazioni fisse e mobili. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 marzo 2011, presenta ricavi per 8.196.452.701 euro.

5. La società Telecom Italia S.p.A. (di seguito anche "Telecom") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore delle telecomunicazioni fisse e mobili. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011, presenta ricavi per 29.957 milioni euro.

### **II. LA PRATICA COMMERCIALE**

6. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dalla società TPlus, consistente nell'aver decurtato automaticamente, dal credito telefonico dei consumatori, e senza il consenso pienamente consapevole degli stessi il costo di un servizio in abbonamento, attivato tramite l'invio di un messaggio di risposta al seguente sms: "*Puoi vincere 1000 euro se rispondi ora, chi presenta la prova del cuoco: Clerici o Conti? Invia subito 1 sms a 4883887 in ABB1ESMS www.quizon.tv*". L'sms è stato inviato nei mesi di dicembre 2011 e gennaio 2012 dalle numerazioni 4883887 e 4864862.

7. L'invio del messaggio di risposta avrebbe attivato un servizio in abbonamento dal costo di 1 euro ad sms, senza che siano stati ulteriormente specificati contenuti e frequenza dei messaggi e, quindi, il costo complessivo dell'abbonamento settimanale di € 5.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) L'iter del procedimento

8. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 22 febbraio 2012 è stato disposto l'avvio del procedimento istruttorio n. PS7976 per possibile violazione degli artt. 20, 24, 25 e 26, lettera f), del Codice del Consumo in quanto contrari alla diligenza professionale e idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio.

9. Contestualmente alla comunicazione di avvio, in data 1° marzo 2012 si è svolto un accertamento ispettivo presso le sedi delle società T.Plus S.r.l. e della società Vodafone Omnitel N.V.;

10. In data 4 aprile 2012, è stata disposta l'integrazione soggettiva del procedimento nei confronti della società Pure Bros S.r.l. e della società Telecom Italia S.p.A.;

11. In data 12 aprile 2012, si è svolto un accertamento ispettivo presso la sede della società Telecom Italia S.p.A.;

12. In data 26 aprile 2012, Vodafone ha presentato parte della risposta alla richiesta di informazioni trasmessa contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento;

13. In data 2 maggio 2012, Pure Bros ha depositato la memoria difensiva;

14. In data 4 maggio 2012 è stata disposta un'ulteriore integrazione soggettiva del procedimento nei confronti della società Engineering Ingegneria Informatica S.p.A.;

15. In data 24 maggio 2012, la società Engineering ha depositato la risposta alla richiesta di informazioni trasmessa contestualmente all'integrazione soggettiva del procedimento;

16. In data 29 maggio 2012, Vodafone ha depositato la memoria difensiva;

17. In data 9 e 13 luglio 2012, Telecom ha depositato le risposte alla richiesta di informazioni trasmessa contestualmente all'estensione soggettiva del procedimento;

18. In data 11 luglio 2012, T.Plus ha depositato la risposta alla richiesta di informazioni trasmessa contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento;

19. In data 16 luglio 2012 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

20. In data 30 luglio 2012, T.Plus ha depositato la memoria conclusiva;

21. In data 31 luglio 2012, Telecom ha depositato la memoria conclusiva.

22. In data 31 luglio 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

#### 2) Le evidenze acquisite

23. T.Plus, in qualità di *Content Service Provider* (di seguito anche "CSP"), offre servizi c.d. *premium* a pagamento che consentono, inviando un *sms* alle numerazioni 4883887 e 4864862, di ricevere in abbonamento sul proprio cellulare una serie di prodotti digitali (suonerie, sfondi, wallpaper, ecc.) nonché di partecipare ad un concorso a premi.

24. Tale concorso a premi è denominato "*Il Vincente*" ed è subordinato all'acquisto – in regime di abbonamento – dei servizi premium del Content provider T.Plus. tali servizi consentono agli utenti registrati di richiedere i contenuti digitali tra quelli di volta in volta disponibili e di ricevere settimanalmente il "quiz" della settimana incluso nell'abbonamento, ad un costo di 1 euro ad *sms* e con un tetto massimo di 5 *sms* a settimana<sup>1</sup>.

25. La modalità di attivazione del servizio in abbonamento è la seguente<sup>2</sup>:

- Il cliente riceveva un *sms* con il seguente testo: "*Puoi vincere 1000 euro se rispondi ora, chi presenta la prova del cuoco: Clerici o Conti? Invia subito 1 sms a 4883887*" (o al 4864862) "*in ABB1ESMS www.quizon.tv*";

- il cliente aderiva al servizio semplicemente rispondendo alle numerazioni 4883887 o 4864862 con un *sms* alla domanda riportata nel testo ricevuto;

- Se l'iscrizione andava a buon fine, l'utente riceveva un *sms* di notifica di attivazione del seguente tenore: "*Il Vincente: abbonamento attivato-Costo: max 1E x sms ric max 5 a sett. X disattivare STOP al 4864862 Info e costi : 02896340007*".

26. L'invio del contenuto da parte di T.Plus verso gli utenti degli operatori di telefonia mobile è avvenuto tramite l'utilizzo di due piattaforme: la prima fornita da Pure Bros per l'erogazione dei contenuti a Vodafone in qualità di SP (Service Provider) attraverso la numerazione 4883887 di cui Vodafone è assegnataria<sup>3</sup>; la seconda fornita da Engineering per l'erogazione del servizio all'SP Telecom Italia attraverso la numerazione 4864862 di cui Telecom è assegnataria<sup>4</sup>;

---

<sup>1</sup> [Cfr. doc. n. 19, all. n. 1, del fascicolo istruttorio]

<sup>2</sup> [La modalità di attivazione del servizio è descritta nel documento n. 60 del fascicolo istruttorio]

<sup>3</sup> [Cfr. doc. n. 54 del fascicolo istruttorio.]

<sup>4</sup> [Cfr. doc. n. 60 del fascicolo istruttorio. Per la fornitura dei servizi premium in questione, la società Engineering si serve a sua volta della piattaforma tecnologica messa a disposizione dalla società Italia Explorer S.r.l. interamente controllata dalla società Jet Multimedia Italia S.p.A.]

27. Gli sms complessivamente inviati dalla numerazione 4883887 (Vodafone) a singole utenze sono stati [100.000-500.000]<sup>5</sup> nel periodo dal 18 dicembre 2011 al 30 gennaio 2012, corrispondente alla durata del concorso. Di questi, il totale degli iscritti è di circa [5.000 – 10.000]<sup>6</sup>.

28. Gli sms complessivamente inviati dalla numerazione 4864862 (Telecom) a singole utenze sono stati [10.000-50.000] nel periodo dal 16 gennaio 2012 all'8 febbraio 2012, corrispondente alla durata del concorso. Le disattivazioni sono state [10.000-30.000]<sup>7</sup>.

29. TPlus ha dichiarato di aver ricevuto direttamente [0-100] reclami in relazione a tutti i servizi erogati attraverso la numerazione 4883887<sup>8</sup>.

30. Dagli accertamenti ispettivi è emerso che in data 26 gennaio e 20 febbraio 2012, rispettivamente Vodafone<sup>9</sup> e Telecom<sup>10</sup> provvedevano a bloccare, in via cautelativa, qualsiasi nuova attivazione del servizio "Il Vincente" attraverso le numerazioni di cui erano assegnatari.

### **3) Le argomentazioni difensive dei professionisti**

#### **a) T.Plus S.r.l.**

31. In via preliminare, T.Plus ha contestato la competenza dell'Autorità a intervenire sulla fattispecie oggetto di esame, menzionando alcune delibere dell'Agcom, e in particolare la delibera n. 664/06/CONS, sulla fornitura a distanza di servizi di comunicazione elettronica (che, all'articolo 3, regola la fornitura a distanza di servizi di comunicazione non richiesti o non richiesti in modo pienamente consapevole dall'utente), evocando pertanto l'esistenza di una regolazione settoriale specifica e la conseguente inapplicabilità del Codice del Consumo al caso di specie.

32. Secondo TPlus, la modalità di attivazione del servizio oggetto del procedimento dovrebbe escludere l'iscrizione involontaria, richiedendo l'espressione da parte dell'utente di un consenso informato.

33. Dopo l'invio dell'sms che deve contenere la risposta giusta, sostiene TPlus, l'utente riceverebbe un primo sms contenente il messaggio promozionale relativo al concorso e all'abbonamento. Successivamente riceverebbe un ulteriore sms gratuito contenente l'indicazione delle caratteristiche del servizio, dei costi e delle modalità di disattivazione.

34. La società sostiene che il messaggio in contestazione sarebbe stato predisposto in osservanza delle prescrizioni contenute nel "Codice di Condotta per servizi a sovrapprezzo offerti su numerazioni in decade 4" (CASP) al fine di evitare l'adesione involontaria ai servizi.

35. Infine, il numero irrisorio dei reclami ricevuti direttamente da TPlus (circa [0-100]) sembra testimoniare, secondo il CSP, la consapevolezza degli utenti nel richiedere il servizio e, pertanto, la bontà dell'operato di T.Plus.

#### **b) Pure Bros Mobile S.r.l.**

36. Pure Bros non partecipa in alcun modo alla preparazione della campagna pubblicitaria dei servizi in abbonamento.

37. Pure Bros si trova nella impossibilità materiale di poter controllare, disporre, modificare o manipolare il contenuto di un messaggio.

38. Pure Bros si è impegnata a fornire al Content Provider T-Plus servizi di connettività di rete, provvedendo esclusivamente al trasporto del contenuto verso gli operatori di telefonia mobile.

39. Pure Bros ha fatto tutto quanto possibile perchè la fornitura dei suoi servizi tecnologici a favore di T-Plus e di Vodafone potesse essere adoperata senza ledere i giusti diritti dei consumatori, interrompendo tempestivamente il servizio reso.

#### **c) Telecom Italia S.p.A.**

40. In via preliminare, Telecom ha contestato la competenza dell'Autorità a intervenire sulla fattispecie oggetto di esame, menzionando alcune delibere dell'Agcom, e in particolare la delibera n. 664/06/CONS, sulla fornitura a distanza di servizi di comunicazione elettronica (che, all'articolo 3, regola la fornitura a distanza di servizi di comunicazione non richiesti o non richiesti in modo pienamente consapevole dall'utente), evocando pertanto l'esistenza di una regolazione settoriale specifica e la conseguente inapplicabilità del Codice del Consumo al caso di specie.

41. Nel merito, Telecom dichiara la propria estraneità alla pratica commerciale in contestazione avendo tempestivamente provveduto a chiedere anche agli altri operatori la chiusura delle numerazioni interessate dal procedimento.

42. L'estraneità di Telecom sarebbe confermata, secondo la Società, dal fatto che i suddetti sms non contenevano né il logo né alcun segno distintivo di Telecom.

---

<sup>5</sup> [Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

<sup>6</sup> [Cfr. doc. n. 69 del fascicolo istruttorio.]

<sup>7</sup> [Cfr. doc. n. 60 del fascicolo istruttorio.]

<sup>8</sup> [Cfr. doc. n. 79 del fascicolo istruttorio.]

<sup>9</sup> [Cfr. doc. n. 20 del fascicolo istruttorio.]

<sup>10</sup> [Cfr. doc. n. 45, all. n. 3, del fascicolo istruttorio.]

43. Telecom ha ripetutamente e in diverse forme richiamato l'attenzione di tutti i suoi clienti sull'esistenza di attività di *spamming sms*, rimborsando, nel caso di specie, i segnalanti che avessero erroneamente attivato il servizio in contestazione.

#### **d) Vodafone**

44. In via preliminare, Vodafone ha contestato la competenza dell'Autorità a intervenire sulla fattispecie oggetto di esame, menzionando alcune delibere dell'Agcom, e in particolare la delibera n. 664/06/CONS, sulla fornitura a distanza di servizi di comunicazione elettronica (che, all'articolo 3, regola la fornitura a distanza di servizi di comunicazione non richiesti o non richiesti in modo pienamente consapevole dall'utente), evocando pertanto l'esistenza di una regolazione settoriale specifica e la conseguente inapplicabilità del Codice del Consumo al caso di specie.

45. Nel merito, Vodafone dichiara la propria estraneità alla pratica commerciale in contestazione avendo tempestivamente provveduto a chiedere anche agli altri operatori la chiusura delle numerazioni interessate dal procedimento.

46. Vodafone non ha partecipato in alcun modo, né direttamente né indirettamente, all'ideazione e alla diffusione del concorso in esame e all'invio dei messaggi *sms* in cui esso si articola.

47. Vodafone non vede né può altrimenti conoscere il contenuto dei messaggi che viaggiano sulla propria rete. Inoltre, Vodafone ha predisposto un apparato aziendale che, a mezzo di appositi controlli, vigila sulla correttezza e sulla legittimità di servizi altrui, raggiungibili dai propri clienti.

#### **e) Engineering Ingegneria Informatica S.p.A.**

48. Engineering si configura come mero integratore tecnologico interconnesso ai quattro operatori di telefonia mobile

49. Eng non ha alcun ruolo nello svolgimento delle attività di acquisizione delle numerazioni destinatarie del *sms* oggetto del procedimento né, quindi, è in grado di indicare quale sia la fonte delle numerazioni oggetto del presente procedimento.

### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

50. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa via *sms*, in data 31 luglio 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

51. In data 7 agosto 2012, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, richiamando le statuizioni dell'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato in merito all'actio *finium regundorum* tra AGCOM e Antitrust, ha ravvisato l'impossibilità di rendere il parere richiesto.

### **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

52. Preliminarmente, in relazione a quanto eccepito da Tplus, Telecom e Vodafone in merito alla presunta inapplicabilità del Codice del Consumo e alla competenza dell'Autorità ad intervenire nel caso di specie, si rappresenta che il presente procedimento ha preso le mosse da segnalazioni di consumatori e ha ad oggetto messaggi pubblicitari inviati tramite *sms* sulle utenze dei segnalanti.

53. Si tratta di messaggi volti ad "agganciare" il consumatore e a stabilire con lo stesso un "primo contatto" al fine di indurlo a compiere una scelta commerciale. Tale fattispecie configura una forma di pubblicità, ricompresa nella definizione di pratica commerciale di cui all'articolo 18, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, di derivazione comunitaria ed in attuazione della Direttiva n. 29/2005/CE di armonizzazione massima.

54. Detti messaggi pubblicitari riguardano la promozione di contenuti digitali (quali, suonerie, video, sfondi, giochi, ecc), in relazione ai quali risulta inconferente il richiamo alla regolamentazione settoriale, anche nazionale e di rango secondario, alla quale i professionisti hanno fatto riferimento nelle citate memorie del 29 maggio, 30 e 31 luglio 2012. Detta regolamentazione richiamata dai professionisti, infatti, appare riguardare fattispecie diverse da quelle oggetto del presente procedimento, ed in particolare la contrattazione a distanza di servizi di comunicazione elettronica e non servizi del tutto accessori quali i contenuti digitali in questione, per i quali non esiste alcuna specifica ed esaustiva regolamentazione settoriale.

55. In particolare, con riguardo ai beni oggetto dei messaggi pubblicitari esaminati nel presente provvedimento, si ribadisce che trattasi di prodotti digitali (peraltro analoghi a quelli talvolta disponibili a titolo gratuito sul web) che potrebbero essere commercializzati e remunerati anche in maniera autonoma rispetto ai servizi di comunicazione mobile evitando gli stessi problemi e le anomalie derivanti dalla pervasività dei meccanismi di pagamento basati sull'automatica decurtazione del credito telefonico.

56. Ciò detto, si evidenzia che la pratica commerciale in esame riguarda messaggi pubblicitari, veicolati tramite invii massivi di *sms* che, nel promuovere concorsi a premio, non informano correttamente sui meccanismi di attivazione dei servizi del tutto accessori rispetto ai predetti servizi premium stessi in regime di abbonamento i quali sono stati precedentemente richiesti dai consumatori destinatari degli stessi *sms*.

57. In particolare, il messaggio pubblicitario di aggancio inviato con l'*sms*, attraverso la dicitura "*Puoi vincere 1000 euro se rispondi ora*", appare finalizzato a spingere il consumatore ad un'attivazione del servizio in abbonamento non pienamente consapevole ed informata. L'invio di un semplice *sms* di risposta alla numerazione indicata nel messaggio

di aggancio, infatti, ha l'effetto immediato di attivare un servizio in abbonamento sull'utenza del consumatore, il quale subisce l'automatica decurtazione del proprio credito telefonico ad ogni successivo messaggio ricevuto.

**58.** Né valgono a sanare gli effetti prodotti, ed in particolare il vulnus arrecato alla libertà del consumatore di assumere una decisione commerciale consapevole, le informazioni sulla natura del servizio e sui costi applicati dall'operatore indicate nel secondo messaggio (quello di benvenuto) atteso che all'atto della ricezione di tale messaggio l'abbonamento risulta già attivato, essendo sufficiente a tal fine il mero invio della risposta al quiz, cui il consumatore era stato precedentemente indotto a ritenere di partecipare.

**59.** Inoltre, se il consumatore inconsapevole non si attiva a richiedere la tempestiva disattivazione del servizio continuerà a ricevere *sms* contenenti domande a facili quiz la cui semplice ricezione comporterà l'automatica decurtazione di 1 euro per ciascun successivo *sms*.

**60.** Peraltro, le predette modalità aggressive utilizzate da Tplus appaiono riguardare la fornitura di prodotti digitali quali suonerie, sfondi, video, giochi, oroscopi, ai quali i consumatori potrebbero non essere interessati in alcun modo (anche alla luce della libera disponibilità sulla rete di analoghi prodotti).

**61.** In relazione alle responsabilità degli operatori di interconnessione tecnologica, Pure Bros e Engineering, si evidenzia che, dalle risultanze istruttorie, non risulta che i professionisti in questione dispongano di alcun potere di ideazione, nonché autorizzatorio o di controllo sui contenuti del messaggio in contestazione, essendo limitata la loro attività alla mera fornitura della piattaforma tecnologica necessaria per veicolare la messaggistica su telefonia mobile.

**62.** In relazione alle responsabilità dei gestori di telefonia mobile alla realizzazione della pratica commerciale, si evidenzia che, dalle risultanze istruttorie, è emerso che nessuno degli operatori di telefonia mobile risulta avere rapporti contrattuali con TPlus. In particolare, non risulta che le suddette società abbiano poteri di controllo e autorizzativi sull'operato di TPlus, in relazione all'ideazione e alla realizzazione dei messaggi, nonché alla loro diffusione via internet. Dagli atti non risulta, altresì, esservi alcun rapporto tra i suddetti operatori e la società TPlus, non essendovi alcun contratto tra dette parti, né alcun rapporto commerciale diretto. Inoltre, i messaggi oggetto di contestazione non riportano alcun logo o marchio degli operatori di telefonia mobile. Infine, dalle memorie difensive di Vodafone e Telecom risulta che gli stessi si sono attivati per bloccare, rispettivamente in data 26 gennaio e 20 febbraio 2012 (ovvero prima dell'avvio del procedimento istruttorio da parte dell'Autorità), l'iniziativa di TPlus e per cercare di mettere in guardia i propri clienti.

**63.** Alla luce delle predette considerazioni, la descritta pratica risulta in violazione dell'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare il comportamento del consumatore medio cui essa è destinata. In particolare, quanto alla contrarietà alla diligenza professionale, non si riscontra nel caso di specie da parte del professionista TPlus coinvolto nella pratica il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente i consumatori si potrebbero attendere.

**64.** Si ritiene, altresì, che l'ambiguità e il carattere fuorviante della pratica commerciale risulti amplificata se si prendono in considerazione i consumatori appartenenti ad una fascia di età più giovane, particolarmente attratti dalla tipologia di contenuti digitali oggetto della promozione ingannevole. Infatti, proprio in relazione a tale categoria di consumatori, l'articolo 20, comma 3, del Codice del Consumo evidenzia un'esigenza di tutela più specifica e rafforzata, con particolare riferimento all'idoneità della pratica ad alterare il relativo comportamento economico anche se la stessa è suscettibile di raggiungere gruppi più ampi di consumatori.

**65.** La pratica commerciale risulta, in conclusione, aggressiva ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo nella misura in cui, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, è idonea a limitare considerevolmente, se non escludere, la libertà di scelta degli utenti mediante l'indebito condizionamento determinato dall'apparente partecipazione ad un presunto concorso a premi che cela la fornitura di contenuti multimediali, inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

**66.** Più specificamente, la fornitura di un servizio basato sui predetti contenuti digitali che viene automaticamente attivato attraverso la semplice risposta ad un *sms* che non è stato in alcun modo preventivamente richiesto dai consumatori e la conseguente ricezione di successivi *sms* a pagamento, comporta la violazione dell'articolo 26 lettera f) che annovera tra le condotte considerate in ogni caso aggressive il comportamento del professionista che esiga *"il pagamento immediato o differito di prodotti (servizi) che il professionista ha fornito ma che il consumatore non ha richiesto"*.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**67.** Nel caso di specie, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 500.000 euro. Non trova infatti, applicazione l'aumento a 5.000.000 di euro dell'importo massimo della sanzione di cui all'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, operato dall'articolo 23, comma 12-*quinqüiesdecies*, del Decreto Legge 6 luglio 2012 n. 95, convertito con modifiche con legge 7 agosto 2012, n. 135 (GU n. 173/L del 14 agosto 2012), in quanto la condotta oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere prima del 15 agosto 2012, data di entrata in vigore della predetta norma.

**68.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo:

in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

**69.** La gravità della violazione deve apprezzarsi tenendo conto della limitata dimensione economica del professionista. Occorre inoltre considerare che, data la loro modalità di diffusione, tali messaggi risultano idonei a raggiungere una platea di consumatori non particolarmente ampia.

**70.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal mese di dicembre 2011 al mese di gennaio 2012<sup>11</sup>.

**71.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società T.Plus S.r.l. nella misura di 30.000 € (trentamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame, posta in essere dalla società T.Plus S.r.l. risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 3, 24, 25 e 26, lettera f), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la decurtazione del credito telefonico in maniera non pienamente consapevole da parte dei consumatori, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori in relazione alla fornitura a pagamento di un servizio non richiesto in maniera consapevole;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società T.Plus S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 3, 24, 25 e 26, lettera f), del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società T.Plus S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 30.000 € (trentamila euro);

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di venti giorni dalla notificazione del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet www.agenziaentrate.gov.it*.

Ai sensi dell'articolo 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del Decreto Legge 6 luglio 2012 n. 95, convertito con modificazioni con legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 di euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

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 notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del

---

<sup>11</sup> [Cfr. doc. n. 69 del fascicolo istruttorio.]

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*