

PS12917 - SKY-PREZZI ABBONAMENTI TV

Provvedimento n. 31735

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 novembre 2025;

SENTITA la Relatrice Professoressa Elisabetta Iossa;

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

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa" (di seguito, "Regolamento"), adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356;

VISTA la comunicazione del 25 febbraio 2025, con cui è stato avviato il procedimento PS12917 nei confronti di Sky Italia S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 25 febbraio 2025, 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, anche secondarie, i locali e gli uffici di Sky Italia S.r.l. e delle società da essa controllate;

VISTA la comunicazione del 31 luglio 2025 con cui è stato reso noto alla parte che il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato al 21 novembre 2025;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Sky Italia S.r.l. (di seguito, anche "Sky", il "professionista" o la "società"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo, con sede legale in Milano, Via Monte Penice 7, C.F. e P.IVA 04619241005. La Società è attiva nella produzione e distribuzione di canali digitali a pagamento, di servizi di *pay per view* e di servizi di televisione interattiva, via satellite, via cavo, in *streaming live* e *on demand*, anche tramite il servizio "Now". Da dati forniti dalla stampa e reperibili sul web¹, Sky risulta avere oltre quattro milioni di clienti².

2. Il fatturato di Sky, al 31 dicembre 2024, risulta pari a 2.348.180.000 di euro, con un risultato operativo in negativo, pari a -241.162.000 euro³.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento ha ad oggetto tre pratiche commerciali scorrette poste in essere da Sky riguardanti, rispettivamente:

a) l'ingannevolezza delle comunicazioni di aumento dei costi degli abbonamenti ai servizi TV Sky - "Pratica **a**)";

b) l'applicazione di tali aumenti a offerte Tv di Now il cui *claim* ("finché non disdici") induceva a pensare che ne fossero escluse - "Pratica **b**)";

c) la prospezzazione alla clientela di offerte vantaggiose, con finalità di *customer retention*, confezionate in particolare mediante l'attivazione di pacchetti Tv aggiuntivi o servizi accessori (Sky Wi-Fi), le cui condizioni promesse vengono sistematicamente disattese in fattura - "Pratica **c**)".

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. Sulla base di informazioni acquisite ai sensi del Codice del consumo a partire da agosto 2024⁴ e di numerose segnalazioni ricevute a partire da maggio 2024⁵, il 25 febbraio 2025⁶ è stato avviato il procedimento istruttorio PS12917, contestando, in relazione a ciascuna delle tre pratiche commerciali sopra descritte, la possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo.

5. Il 5 marzo 2025⁷ si sono svolti accertamenti ispettivi presso la sede legale della società.

¹ [https://it.wikipedia.org/wiki/Sky_Italia]

² [<https://www.calcioefinanza.it/2023/01/30/quant-abbonati-ha-sky-italia-2022/>]

³ [Voce "Risultato operativo" del conto economico del Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2024 di Sky Italia S.r.l.]

⁴ [Doc. 20, 26, 43, 53, 58 del fascicolo istruttorio.]

⁵ [Doc. 1-19, 21-25, 27-42, 44-52, 54-57, 59-63, 79, 81-82, 84-85, 88, 90-90bis, 93-99, 101, 103-104, 110, 114-118, 126-128.]

⁶ [Doc. 66.]

⁷ [Doc. 68 e 70.]

6. Il 7 marzo 2025 Sky ha formulato istanza di accesso agli atti del fascicolo, che è stata evasa il 14 marzo 2025⁸. Sky ha formulato ulteriori istanze di accesso agli atti il 30 aprile 2025⁹ (evasa il 5 e il 7 maggio e il 5 e il 20 giugno 2025¹⁰) e il 12 settembre 2025¹¹ (evasa il 16 settembre 2025¹²).
7. Il 13 marzo 2025 Sky ha formulato un'istanza di audizione¹³. Il 27 marzo 2025¹⁴ e il 9 giugno 2025 si sono svolte le audizioni¹⁵.
8. Il 7 aprile 2025 Sky ha riscontrato la richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio¹⁶. Il 6 giugno 2025¹⁷ e il 25 giugno 2025¹⁸ Sky ha fornito chiarimenti relativi alle segnalazioni agli atti¹⁹.
9. Il 18 aprile la società ha presentato una proposta di impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo²⁰. Il professionista ha depositato una versione consolidata di tale proposta il 30 maggio, successivamente integrata il 25 giugno 2025²¹ e il 6 agosto 2025²².
10. Il 29 luglio 2025 l'Autorità ha deliberato di prorogare il termine finale del procedimento al 21 novembre 2025²³.
11. L'Autorità ha deliberato il rigetto della proposta degli impegni il 3 settembre 2025²⁴.
12. Il 10 settembre 2025 è stata comunicata la conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento mediante invio della comunicazione di contestazione degli addebiti, assegnando un termine di 30 giorni per eventuali controdeduzioni scritte in replica da presentarsi al Collegio.
13. Il 13 ottobre 2025 è pervenuta la memoria finale del professionista²⁵. In tale sede il professionista ha formulato un'istanza di riesame del rigetto della proposta di impegni. In pari data è stato richiesto²⁶ il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 17, comma 2, del Regolamento, che è pervenuto il 12 novembre 2025²⁷.
14. Il 30 ottobre 2025²⁸ è stato comunicato al professionista il rigetto dell'istanza di riesame.

II.2. Le evidenze acquisite

Pratica a): le comunicazioni di aumento di prezzo

15. Alla luce delle predette segnalazioni²⁹, in fase pre-istruttoria è stata inviata al professionista una prima richiesta di informazioni³⁰ relativa alle Condizioni generali di contratto ("CGC") degli abbonamenti interessati dagli aumenti di prezzo, alle modalità di relativa comunicazione alla clientela, alla platea di abbonati interessati da tali aumenti e alla tempistica di applicazione degli stessi, nonché in relazione alle modalità per recedere a fronte dell'esercizio dello *ius variandi* da parte del professionista.
16. Nel riscontrare tale richiesta di informazioni³¹, Sky ha illustrato le modalità di comunicazione degli aumenti di prezzo agli abbonati, allegando i rispettivi modelli esemplificativi.

⁸ [Doc. 77-78.]

⁹ [Doc. 100.]

¹⁰ [Doc. 102, 106, 108, 111 e 113.]

¹¹ [Doc. 123.]

¹² [Doc. 124.]

¹³ [Doc. 76.]

¹⁴ [Doc. 83 e 91.]

¹⁵ [Doc. 112.]

¹⁶ [Doc. 89.]

¹⁷ [Doc. 109.]

¹⁸ [Doc. 114.]

¹⁹ [Cfr. nota 5.]

²⁰ [Doc. 92.]

²¹ [Doc. 107 e 113.]

²² [Doc. 120.]

²³ [Decisione comunicata alla società il 31 luglio 2025 - Doc. 119.]

²⁴ [Decisione comunicata alla società il 4 settembre 2025 - Doc. 121.]

²⁵ [Doc. 131.]

²⁶ [Doc. 132.]

²⁷ [Doc. 137.]

²⁸ [Doc. 133.]

²⁹ [Cfr. §4.]

³⁰ [Doc. 20.]

³¹ [Doc. 26.]

17. Dalla risposta di Sky si evince che il professionista comunica anzitutto gli aumenti nella fattura, la quale risulta così strutturata:

- ad inizio della prima pagina sono presenti le informazioni relative alla specifica utenza e, al centro della stessa, il "riepilogo fattura" con indicazione del totale da pagare, in caratteri evidenti blu su fondo azzurro;
- solo a metà della prima pagina, dopo le informazioni relative al *quantum* dovuto e alla scadenza per il pagamento, a caratteri minori rispetto al "Totale da pagare" è presente un primo titolo, in nero su sfondo bianco, "**INFORMAZIONE IMPORTANTE**", al di sotto del quale, in caratteri ancora minori e non nerettati, si danno informazioni sui pagamenti eventualmente effettuati dopo la data di emissione della fattura; più giù, a seguire, un secondo titolo in neretto "**COMUNICAZIONE IMPORTANTE**", al di sotto del quale, sempre in caratteri minori e non nerettati si legge: "*Ti invitiamo a visionare la comunicazione nella presente fattura sulla variazione delle condizioni contrattuali del pacchetto Sky Sport dal 1° giugno 2024 e sulla tua facoltà di recedere dall'offerta Sky Sport senza costi né spese*" (**Figura 1**). Tale comunicazione risulta interposta tra le indicazioni relative al pagamento dovuto (sopra) e un messaggio pubblicitario colorato e corredato da foto (sotto);

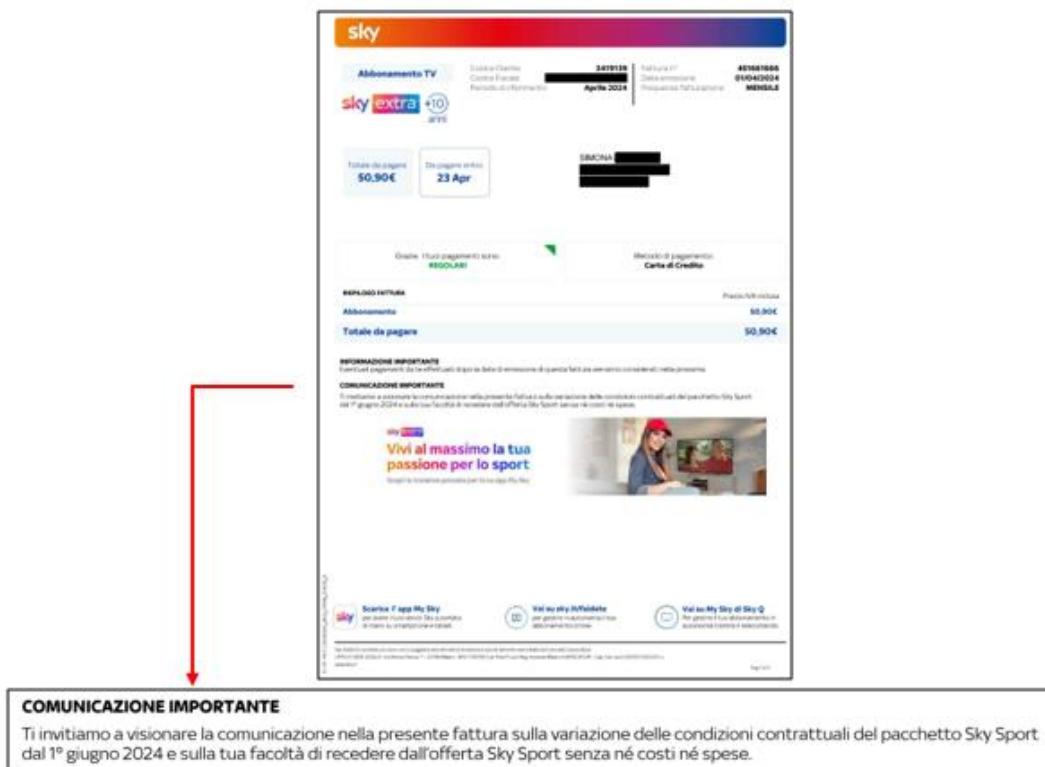


Figura 1

Esempio di fattura (prima pagina) con evidenza della "Comunicazione importante" relativa all'aumento di prezzo

- la "comunicazione nella presente fattura" citata nella frase di cui sopra, in cui dovrebbero esservi indicazioni sull'aumento e la connessa facoltà di recesso, non è rinvenibile né nella pagina seguente (la seconda della fattura) – in cui invece è presente il dettaglio dei servizi/abbonamenti attivi e dei rispettivi costi per il periodo di fatturazione di riferimento – né nella successiva terza pagina in cui è presente una vistosa "locandina" pubblicitaria relativa ad alcuni contenuti in abbonamento;
- solo all'inizio della quarta e ultima pagina è inserita la seguente comunicazione (**Figura 2**) dove, come si può notare, le informazioni importanti sono nelle ultime righe:

Variazione delle condizioni contrattuali del pacchetto Sky Sport

Gentile Cliente, nella tua casa dello sport stai vivendo il più grande spettacolo del mondo, con tante novità esclusive in arrivo nei prossimi mesi.

Per le prossime tre stagioni (da luglio 2024 a giugno 2027) Sky Sport sarà sempre di più la casa delle Coppe Europee.

La UEFA Champions League avrà un nuovo format esteso con partite tutti i mesi da agosto a maggio e solo su Sky si potranno vedere 185 partite su 203 a stagione della competizione calcistica più prestigiosa d'Europa. La fase a gironi sarà più emozionante e imprevedibile grazie ad un unico girone da 36 squadre che renderà la UEFA Champions League il vero campionato Europeo. Ogni squadra giocherà più partite nella fase a gironi rispetto all'attuale formato (8 invece di 6) e incontrerà più avversari (8 diversi invece di 3). Altra novità è l'introduzione dei play off alla fine della fase a gironi per accedere agli ottavi di finale, dove inizierà la fase ad eliminazione diretta.

Anche la UEFA Europa League e la UEFA Conference League si rinnovano e da luglio 2024 a giugno 2027 le 343 partite a stagione delle due competizioni saranno trasmesse in esclusiva su Sky.

Le novità dell'offerta di sport di Sky non finiscono qui.

Dal 2024 e per 5 anni (fino al 2028) solo su Sky puoi goderti tutto l'anno lo spettacolo del grande tennis e le imprese dei tennisti italiani. Sky trasmette infatti in esclusiva i tornei ATP Masters 1000, ATP 500 e ATP 250 e i tornei WTA 1000, WTA 500 e WTA 250. In più, le grandi conferme di Wimbledon, degli Internazionali d'Italia, delle ATP Finals e della Davis Cup.

E solo su Sky puoi goderti tutta la stagione dei motori più lunga di sempre in diretta esclusiva, con 24 GP di Formula 1[®] e 21 GP di MotoGP[™].

L'estate 2024 di Sky si colorerà d'azzurro. Solo su Sky puoi vedere tutte le 51 partite di UEFA Euro 2024 e dal 26 luglio puoi guardare i Giochi Olimpici di Parigi 2024 sui 10 canali Eurosport che saranno disponibili su Sky, di cui 8 nuovi interamente dedicati ai Giochi, per non perderti neanche una medaglia.

A partire dal 1° giugno 2024, se hai sottoscritto il pacchetto Sky Sport, il prezzo aumenterà di 6,90€ al mese.

Ti informiamo che potrai richiedere la disattivazione dell'offerta Sky Sport in qualunque momento senza costi né spese fino al 30 giugno 2024, con una delle seguenti modalità: chiamando il numero gratuito 800.178.093, dal sito sky.it/servizio, recandoti presso un punto vendita Sky o inviandoci una PEC all'indirizzo servizioclientisky@pec.skytv.it. **In caso di richiesta di disattivazione successiva alla data di modifica contrattuale si applicheranno le nuove condizioni.** Ulteriori dettagli sul sito sky.it/sky-ti-informa.

Figura 2

Comunicazione relativa alla variazione delle condizioni contrattuali, nella quarta ed ultima pagina della fattura (NDR, sottolineature ed evidenziazione aggiunta)

18. La fattura è resa disponibile nell'area riservata del sito *Sky.it*, nonché con le ulteriori seguenti modalità:

- ai clienti che hanno richiesto di ricevere via *email* un avviso di avvenuta emissione della fattura, viene inviata tale *email* che invita a prendere visione della fattura nell'area "*fai da te*"; nella *email* si informa il cliente del fatto che detta fattura contiene una comunicazione riguardante la variazione delle condizioni dell'offerta;
- ai clienti che *non* hanno richiesto di ricevere l'avviso di avvenuta emissione della fattura e per quelli che pagano con cadenza annuale o bimestrale, viene inviata una *email ad hoc* che riproduce la comunicazione di aumento di prezzo sopra descritta;
- ai clienti che *non* hanno richiesto di ricevere l'avviso di avvenuta emissione della fattura e che non hanno comunicato un indirizzo *email*, viene inviato un *SMS* con un *link* alla comunicazione di aumento prezzo oppure un messaggio sul televisore (c.d. "*Bmail*") e un avviso analogo visualizzabile accedendo all'area riservata del sito *Sky.it*.

19. L'invio *email* dell'avviso di avvenuta emissione della fattura (che deve essere appositamente richiesto dall'utente in *opt-in*) reca la dicitura "*abbiamo emesso la tua nuova fattura: per consultarla ti basta accedere all'area Fai da te con il tuo Sky ID*" e solo sotto gli estremi della fattura stessa (importo, scadenza, ecc.), in carattere minore e non evidenziato, contiene l'inciso "*La fattura contiene la comunicazione riguardante la variazione delle condizioni dei tuoi pacchetti Sky Sport e Sky Calcio*", senza alcuna indicazione circa la tempistica di variazione e la connessa necessità, per recedere senza costi, di attivarsi entro la data indicata.

20. Quando l'utente non abbia optato per l'invio dell'avviso di emissione fattura, Sky comunica la variazione unilaterale in apposita *email* in cui l'oggetto è.... "*(...)Variazione delle condizioni contrattuali dei pacchetti Sky Sport e Sky Calcio*" e la prima frase contenuta è "*Ti invitiamo a leggere la comunicazione relativa alla variazione delle condizioni contrattuali dei pacchetti Sky Sport e Sky Calcio a partire dal 1° giugno 2024 e alla tua facoltà di disattivare l'offerta Sky Sport e/o Sky Calcio senza né costi né spese*", salvo poi riprodurre però, a seguito peraltro di locandina pubblicitaria sui contenuti offerti, la comunicazione di cui alla **Figura 2**.

21. Comunicazioni simili a quelle rinvenibili nella fattura o nella *email ad hoc* sopra descritta sono pubblicate anche sul sito *Sky.it*, nella sezione "Sky informa" (<https://www.sky.it/info/moduli-contrattuali/sky-ti-informa>)³².

22. In sede di ispezione, il Professionista ha illustrato il processo aziendale relativo all'aumento dei prezzi e alla predisposizione della relativa comunicazione da trasmettere ai clienti, che è curato in prevalenza dalla struttura aziendale [omissis]*. Sono state acquisite alcune *email* [omissis]. Da quanto dichiarato³³ e dalla documentazione acquisita³⁴ è in particolare emersa, a livello aziendale, la "preoccupazione" di enfatizzare - a fronte dell'aumento di prezzo - l'ampliamento dell'offerta di contenuti e il miglioramento del servizio reso, pur nella consapevolezza di doversi adeguare all'obbligo di preavviso e di dover consentire il recesso gratuito, come imposto dalla normativa in tema di comunicazioni elettroniche.

Pratica b): gli aumenti delle offerte "finché non disdici"

23. Quanto alla seconda pratica - relativa all'uso nelle offerte Now di un *claim* ("*finché non disdici*") tale da indurre il consumatore a pensare che le stesse non siano suscettibili di *ius variandi* - è stata inviata a Sky una successiva

³² [Cfr. allegato 6 a Doc. 20.]

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

³³ [Cfr. allegato 1 a verbale ispettivo (Doc. 68).]

³⁴ [Cfr. es. allegato 2 a verbale ispettivo (Doc. 68), doc. rif. 1-6, 12 e 17.]

richiesta di informazioni per verificare se e a quali di dette offerte il professionista abbia applicato gli aumenti di prezzo³⁵.

24. Sky ha affermato³⁶ di aver utilizzato il *claim* in discorso in relazione a due categorie di offerte.

25. Solo in relazione alle prime, Sky ha affermato di aver contrattualmente rinunciato alla possibilità di aumentare il prezzo in presenza dei giustificati motivi indicati nelle CGC del servizio Now (fatte salve circostanze dovute ad aumento delle aliquote IVA o a altro *factum principis*).

26. Quanto alle seconde³⁷, Sky ha ammesso di non aver mai in realtà rinunciato, nonostante il *claim*, alla propria facoltà – contrattualmente prevista e richiamata nelle “note legali” – di esercitare lo *ius variandi* in presenza di uno dei giustificati motivi previsti dalle proprie CGC. In particolare, il professionista avrebbe prospettato un prezzo “promozionale”, ossia più basso di quello “di listino”, riservandosi nelle CGC la possibilità di aumentarlo nonostante il *claim* pubblicitario, pur mantenendone la natura “promozionale” (ossia una misura ridotta rispetto al prezzo di listino). Al riguardo, Sky ha altresì precisato che le offerte “*finché non disdici*” in discorso venivano proposte a specifici clienti personalmente, tramite *email one-to-one*, e non tramite altri canali *one-to-all*.

27. Il professionista ritiene di avere dato sufficiente notizia al consumatore della possibilità di variare gli importi dovuti per tali offerte mediante l’inserimento di una “nota” nel corso del procedimento *online* per la sottoscrizione dell’abbonamento: tuttavia, negli esempi forniti (*screenshot*)³⁸, il riferimento allo *ius variandi* presente in tale informativa riguarda solo variazioni di prezzo dovute ad aumenti dell’aliquota IVA o ad altro *factum principis*, piuttosto che a mutate condizioni di mercato o altre sopravvenienze, invece contemplate dalle CGC. Il professionista ha poi sostenuto che il consumatore sarebbe stato altresì informato tramite il link “*scopri di più*”, presente nella *email* inviata al consumatore per proporre l’offerta in discorso³⁹.

28. Nel corso dell’ispezione, il Professionista ha riconosciuto che le CGC prevedevano la facoltà di Sky di aumentare il prezzo di listino di tali offerte, mentre “fisso” era solo il valore assoluto dello sconto promesso⁴⁰.

Pratica c): la difformità tra le condizioni prospettate e quelle concretamente applicate

29. Con riguardo, infine, alla terza pratica, diversi consumatori hanno riferito che, specie dopo aver manifestato l’intenzione di recedere o in prossimità della scadenza di un contratto, il professionista prospettava loro telefonicamente una nuova offerta a condizioni particolarmente vantaggiose, in alcuni casi riepilogate per iscritto, che però poi non venivano concretamente applicate.

30. In diverse segnalazioni⁴¹, i consumatori hanno allegato l’email che riepiloga e/o conferma l’avvenuto rinnovo contrattuale alle condizioni economicamente “allettanti” previamente prospettate telefonicamente, con indicazione degli sconti e della rispettiva durata (v. **Figura 3**). In tale sede, in particolare, il professionista sembra prospettare sconti sui singoli pacchetti, in alcuni casi indicando un prezzo minore “*anziché*” il prezzo di listino (e specificando che lo sconto sarà applicato sino a una certa data), in altri indicando lo sconto promesso mediante una cifra sottratta al prezzo di listino o anche al prezzo (già) scontato “*anziché*” al prezzo pieno (es. “*Sconto... -5€*”); infine, nelle *email* sembra che Sky applichi un ulteriore sconto “percentuale” (“*-30%*”) al costo mensile totale dell’offerta, risultante dalla somma dei prezzi mensili, scontati e non, dei singoli pacchetti che ne fanno parte. Le condizioni promesse risultano disattese – e, quindi, mai applicate – sin dalla prima fattura successiva all’ipotetica modifica migliorativa del contratto (v. **Figura 4 e 5**).

31. In altre segnalazioni⁴² è stato allegato uno *screenshot* dal quale sembra evincersi la possibilità di sottoscrivere *online* le offerte previamente prospettate (v. **Figura 5**). Nella pagina *web* di cui allo *screenshot* è presente l’avvertimento che “*Nella prima fattura utile avrai visibilità dell’offerta a cui hai aderito*”. Ciò malgrado, nella prima “fattura utile” le condizioni promesse risultano disattese (v. **Figura 6**).

32. Altre volte le proposte di rinnovo a condizioni vantaggiose verrebbero direttamente trasmesse, senza previo contatto telefonico⁴³, a mezzo *email* (v. **Figura 7**) e in calce alla fattura (v. **Figura 8**). Anche in questa ipotesi, le condizioni promesse risultano concretamente disapplicate già dalla prima fattura successiva all’intervenuto rinnovo del contratto (cfr. **Figura 9**) mediante l’espedito di una modifica unilaterale avente a oggetto l’entità dello sconto promesso. Nella *email* contenente la proposta di rinnovo (**Figura 3**) si fa riferimento agli sconti praticati e alla rispettiva durata, mentre unicamente nella comunicazione/proposta in calce alla fattura (v. **Figura 4**) si informa della

³⁵ [Doc. 43.]

³⁶ [Doc. 53 e 58.]

³⁷ [Sky ha dichiarato che a fine 2024 erano ancora vigenti [10.000-50.000] contratti relativi a tali offerte. Nella primavera 2025 tale numero era [omissis] a [10.000-50.000].]

³⁸ [Cfr. allegato a Doc. 58.]

³⁹ [Cfr. allegato 2 a Doc. 53.]

⁴⁰ [Cfr. allegato 1 a Doc. 68.]

⁴¹ [Es. allegati a Doc. 30.]

⁴² [Es. allegati a Doc. 34.]

⁴³ [Cfr. es. allegati a Doc. 48.]

possibilità di modifica unilaterale dell'entità dello sconto promesso, peraltro mediante la destrutturazione dello sconto in due componenti con riserva di variare unilateralmente l'entità di una delle parti, financo azzerandola.

Ciao

siamo felici che tu abbia deciso di rinnovare la tua adesione al Profilo Sky Smart.



NUOVA SCADENZA VINCOLO DI PERMANENZA SKY
SMART
01/04/2026

Cosa include il tuo ordine

COSTI MENSILI

Abbonamento TV - Profilo Smart

Sky TV

0,00 €
anziché 25,00 €
Fino al 01/04/2026

Sky Sport

12,90 €
anziché 26,90 €
Fino al 01/04/2026

Sky Go

INCLUSO

TOTALE COSTI

12,90 €

 Risparmi 39,00 €

Figura 3

Estratto email contenente comunicazione rinnovo contrattuale (n.d.r.: nell'esempio, email del 16 settembre 2024)

	Periodo di riferimento	IVA	Prezzo IVA inclusa
Abbonamento			50,75€
Mese parziale Sky TV + Sport	16/09/24-30/09/24	22	25,95€
Mese parziale Sconto Sky Smart	16/09/24-30/09/24	22	-7,05€
Mese parziale Sconto Sky Cinema	16/09/24-30/09/24	22	-12,45€
Mese parziale Sky Cinema	28/09/24-30/09/24	22	1,40€
Mese parziale Sconto Sky Smart	28/09/24-30/09/24	22	-0,80€
Sky TV + Cinema + Sport	01/10/24-31/10/24	22	65,90€
Sconto Sky Smart	01/10/24-31/10/24	22	-18,10€
Sconto aggiuntivo Sky	01/10/24-31/10/24	22	-4,10€
Totale fattura			50,75€
Credito precedente			-10,91€
Totale da pagare			39,84€
La fattura emessa ai sensi del DPR 633/1972, art. 21, è stata inviata elettronicamente al Sistema d'Interscambio dell'Agenzia delle Entrate. Contributo Ambientale Conai Assolto. Eco-contributo RAEE assolto ove dovuto - N° Registro A.E.E. IT 080200000002750.			
RIEPILOGO IVA	Imponibile IVA	Aliquota IVA	Importo IVA
Sky TV	41,60€	22%	9,15€
Totale	41,60€		50,75€

Figura 4

Estratto prima fattura successiva all'adesione all'offerta (n.d.r.: nell'esempio, fattura del 1° ottobre 2024)

Completa la richiesta

Condizioni Generali e Informativa Privacy

Per proseguire con la nuova offerta devi accettare i seguenti Termini e Condizioni

pagamento utilizzato per i attuali abbonamenti.

Manterrai la tecnologia di fruizione e i materiali Sky (decoder, Smart Card, telecomando e/o alimentatore) ricevuti in comodato d'uso gratuito con il tuo attuale contratto di abbonamento al Servizio Sky con Profilo Sky Smart; saranno regolati ai sensi e per gli effetti di quest'ultimo contratto.

Per tutte le informazioni sul diritto di recesso, inclusi tempi, costi, modalità e relativi moduli è possibile consultare la documentazione all'interno della pagina "Moduli contrattuali" di Sky.it

☒ Ho letto e accetto le Condizioni generali di abbonamento Sky al Servizio Sky applicabili ai Profili Sky Open e Sky Smart, in caso di adesione all'offerta Intrattenimento plus, ho letto e accetto anche i termini e condizioni della formula Intrattenimento plus offerta ai clienti Sky applicabili ai profili Sky Open e Sky Smart.

☒ Ho letto e accetto specificamente le clausole degli artt. 4.21 (Condizioni per il Downgrade), 9 (Omesso pagamento e clausola penale), 11 (Durata del Contratto, rinnovo e Disdetta), 13 (Importi da corrispondere in caso di Recesso Anticipato), 20 (Cessione del contratto e dei crediti) delle Condizioni Generali di Abbonamento al Servizio Sky applicabili ai Profili Sky Open e Sky Smart.

☒ Ho letto e accetto specificamente le clausole degli artt. 5 (Durata di Intrattenimento plus), 9 (Garanzie e limitazioni di responsabilità) dei termini e condizioni della formula Intrattenimento plus offerta ai clienti Sky applicabili ai Profili Sky Open e Sky Smart.

☒ Ho preso visione dell'informativa sulla privacy

RIEPILOGO COSTI

Nuovi costi mensili

Sky TV	14,90 € anziché 25,00€ fino al 14/03/2026
Sky Sport	22,90 € anziché 26,90€ fino al 14/03/2026
Sconto Sky Sport	-5,00€
Sky Calcio	8,00 € fino al 14/03/2026
Sconto Sky Calcio	-2,00€
Sky Cinema	10,00 € anziché 14,00€ fino al 14/03/2026
Sky Ultra HD	5,00 € fino al 14/03/2026
Sky Go Plus	Incluso
Sconto 30%	-18,24€

TOTALE COSTI 35,56 €

Costi da sostenere una sola volta

Attivazione profilo Sky Smart	0€ anziché 19,00€
-------------------------------	----------------------

TOTALE COSTI 0€

Conferma acquisto

Nella prima fattura utile avrai visibilità della nuova offerta a cui hai aderito

Figura 5

Pagina di sottoscrizione online (n.d.r.: nell'esempio, offerta sottoscritta il 14 settembre 2024)

	Periodo di riferimento	IVA	Prezzo IVA inclusa
Abbonamento			103,91€
Opzione Tecnologia HD 4K	18/08/24-31/08/24	22	4,47€
Opzione Tecnologia HD 4K	01/09/24-30/09/24	22	9,90€
Mese parziale Sky TV + Famiglia + Cinema + Sport	14/09/24-30/09/24	22	25,38€
Sky TV	15/09/24-30/09/24	22	13,07€
Sky TV + Famiglia + Cinema + Sport	01/10/24-20/10/24	22	44,70€
Opzione Tecnologia HD 4K	01/10/24-20/10/24	22	6,39€
Totale da pagare			103,91€
La fattura emessa ai sensi del DPR 633/1972, art. 21 è stata inviata elettronicamente al Sistema d'Interscambio dell'Agenzia delle Entrate. Contributo Ambientale Conai Assolto. Eco-contributo RAEE assolto ove dovuto - N° Registro A.E.E IT 08020000002150.			
RIEPILOGO IVA	Imponibile IVA	Aliquota IVA	Importo IVA
Sky TV	85,17€	22%	18,74€
Totali	85,17€		18,74€
			Prezzo IVA Inclusa
			103,91€
			103,91€

Figura 6

Prima "fattura utile" successiva all'accettazione dell'offerta sub Figura 5 (n.d.r.: nell'esempio, fattura del 1° ottobre 2024)



Figura 7

Estratto email contenente la proposta di sconto (nell'esempio, email del 29 agosto 2024)



Figura 8

Dettagli dell'offerta proposta con prospettazione di sconto "destrutturato" in due componenti (nell'esempio, fattura emessa il 1° ottobre 2024 – Andr enfasi aggiunta).

	Periodo di riferimento	IVA	Prezzo IVA inclusa
Abbonamento			35,43€
Sky TV + Sport	01/11/24-30/11/24	22	51,90€
Sconto Abbonamento Sky	01/11/24-30/11/24	22	-16,00€
Sconto aggiuntivo Sky TV	01/11/24-01/11/24	22	-0,34€
Sconto aggiuntivo Sky Sport	01/11/24-01/11/24	22	-0,13€
Totale da pagare			35,43€
La fattura emessa ai sensi del DPR 633/1972, art. 21, è stata inviata elettronicamente al Sistema d'Interscambio dell'Agenzia delle Entrate. Contributo Ambientale Conai Assolto. Eco-contributo RAEE assolto ove dovuto - N° Registro A.E.E IT 08020000002150.			
RIEPILOGO IVA	Imponibile IVA	Aliquota IVA	Importo IVA
Sky TV	29,04€	22%	6,39€
Totali	29,04€		6,39€
			35,43€

Figura 9

Estratto fattura successiva all'adesione all'offerta dalla quale si evince che è stata applicata solo una delle due scontistiche prospettate (nell'esempio, fattura emessa il 1° novembre 2024).

33. Altre segnalazioni, infine, riferiscono di promesse telefoniche, parimenti disattese in fattura una volta ottenuta l'adesione del consumatore.

34. Nel corso delle attività ispettive Sky ha fornito informazioni relative alla gestione dei *call center* ([*omissis*]) da cui promanano le offerte che i segnalanti affermano non essere poi mantenute.

35. In particolare, il Professionista ha dichiarato che tutti gli operatori dei *call center* vengono formati tramite video illustrativi e linee guida, che sono state acquisite ([*omissis*]). Esse contengono le istruzioni impartite agli operatori dei *call center* sia per la gestione del cliente che chieda di esercitare il diritto di recesso (o il cui contratto sia prossimo alla scadenza) sia per la gestione dei reclami, in particolare quelli relativi all'esercizio del diritto di recesso o sfociati in una richiesta di disdetta. Dalle linee guida si evince che agli operatori viene richiesto di indagare il/i motivo/i della disdetta richiesta dal cliente⁴⁴ e, una volta comprese le ragioni del recesso (es. prezzo troppo elevato, disservizi tecnici o amministrativi, scarso utilizzo, trasloco...), il *call center* [*omissis*] formulare – [*omissis*] – l'offerta di *retention*. Nel caso il cliente accetti la proposta, l'operatore deve procedere con la lettura del *vocal order* o tramite firma digitale e deve bloccare la lavorazione della eventuale richiesta di recesso precedentemente inviata dal consumatore. [*omissis*].

36. Dagli ulteriori reclami acquisiti in sede ispettiva risulta che in alcuni casi la difformità tra le condizioni promesse e quelle effettivamente applicate sia stata gestita dal singolo operatore - difformemente dalle linee guida - applicando uno storno *una tantum* ([*omissis*]). In altri casi sembra che il singolo operatore abbia promesso più di quanto fosse possibile (es. condizioni promozionali promesse per un periodo più lungo di quello consentito dall'offerta)⁴⁵ o che, per errore, il singolo operatore abbia applicato due volte il medesimo sconto (es. a causa di un doppio *click* sull'offerta), con conseguente prospettazione di offerte svantaggiose per la stessa Sky⁴⁶. In tali casi Sky ha fatto presente che il dipendente preposto all'attività di coordinamento dei *call center* ha dato indicazione di mantenere comunque le condizioni promesse e di avviare delle indagini interne.

37. La maggior parte degli episodi segnalati di non applicazione delle promozioni "promesse" sono stati ricondotti, nella prospettazione del professionista fornita in sede ispettiva e nei chiarimenti forniti in relazione alle singole segnalazioni dei consumatori, a problemi di carattere tecnico (disallineamenti del sistema), cioè difficoltà connesse al *software* di gestione delle offerte e relativa fatturazione, o a sporadici errori imputabili ai singoli operatori⁴⁷.

38. Da ultimo, si rileva, con riguardo a tutte e tre le condotte contestate, che tutte le segnalazioni acquisite al fascicolo istruttorio cui Sky ha avuto accesso sono state da Sky gestite adottando iniziative di *caring* a favore dei singoli consumatori⁴⁸.

IV. LE CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADEBITI

39. Il 13 ottobre 2025⁴⁹ la società ha presentato le controdeduzioni alla comunicazione di contestazione degli addebiti del 10 settembre 2025⁵⁰.

40. Preliminarmente, Sky ha contestato la legittimità della reiezione della propria proposta di impegni. Anzitutto, Sky ha ritenuto la motivazione di tale decisione insufficiente con riguardo alle ragioni che giustificano l'interesse all'accertamento. Inoltre, Sky ha lamentato il difetto di valutazione in ordine all'idoneità, congruità e adeguatezza degli impegni proposti e il mancato bilanciamento tra l'interesse all'accertamento e l'interesse dei consumatori alla tutela che gli sarebbe stata accordata in caso di accoglimento degli impegni.

41. Nel merito delle condotte contestate il professionista rileva che, con riguardo a tutte e tre le pratiche contestate, non sussisterebbero i "presupposti sanzionatori di cui all'articolo 27 Codice del consumo".

42. Quanto alla **pratica sub a)**, Sky ha affermato che la propria condotta sarebbe **i.** diligente, **ii.** inidonea ad alterare il comportamento economico del consumatore medio e **iii.** inidonea a configurare anche solo un illecito di pericolo. In particolare, secondo Sky:

i. il proprio agire sarebbe diligente in quanto **a)** il contenuto delle comunicazioni di aumento di prezzo sarebbe pienamente conforme alla normativa di settore (alla quale il professionista si sarebbe *sua sponte* conformato nel redigere le comunicazioni in discorso, pur ritenendosi estraneo all'ambito di applicazione di tale normativa) e **b)** avrebbe utilizzato "ogni canale disponibile" per comunicare alla propria *customer base* la modifica delle condizioni contrattuali";

ii. la pratica in discorso sarebbe "priva di idoneità distorsiva del comportamento economico del consumatore medio" perché secondo Sky la nozione di "consumatore medio" si riferirebbe a un "individuo razionale che si attiva per ottenere tutte le informazioni rilevanti, elabora in modo razionale le informazioni fornite ed è in grado di adottare

⁴⁴ [*omissis*]

⁴⁵ [Cfr. es. allegato 2 a verbale ispettivo (Doc. 68), doc. rif. 27-29.]

⁴⁶ [Cfr. es. allegato 2 a verbale ispettivo (Doc. 68), doc. rif. 30.]

⁴⁷ [Cfr. allegato 1 a verbale ispettivo (Doc. 68), riscontro di Sky relativo alle segnalazioni agli atti (Docc. 109 e 114) e Memoria conclusiva (Doc. 131).]

⁴⁸ [Cfr. Doc. 109 e 114.]

⁴⁹ [Doc. 131.]

⁵⁰ [Doc. 122.]

decisioni consapevoli”, mentre gli Uffici si sarebbero a suo dire discostati da tale parametro fino a estendere la tutela derivante dagli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo anche a un consumatore disinteressato, disattento o negligente o addirittura opportunisti. Infatti, sottolinea Sky, solo un numero irrisorio di abbonati impattati dall’aumento dei prezzi hanno “*manifestato criticità*”, peraltro risolte da Sky a titolo di *caring*, e nel mese successivo all’invio della comunicazione di aumento dei prezzi si sarebbe registrato un “*picco di richieste di recesso*” dai pacchetti interessati dall’aumento di prezzo;

iii. la pratica, in ragione della inidoneità ad alterare le scelte del consumatore, non potrebbe configurarsi “neppure” – secondo Sky – come un illecito di pericolo.

43. In relazione alla **pratica sub b)**, Sky ritiene la propria condotta conforme al canone della diligenza professionale e inidonea a falsare le scelte del consumatore. In particolare:

i. Sky, in relazione alle offerte pubblicizzate con il *claim* “*finché non disdici*”, avrebbe: **a)** mantenuto invariato il prezzo ove le CGC non prevedessero lo *ius variandi* e **b)** variato il prezzo solo con riguardo alle offerte le cui CGC prevedessero espressamente tale facoltà, fermo restando “*il mantenimento di una percentuale di sconto rispetto al prezzo di listino pari a quella originariamente fruita*”;

ii. la condotta sarebbe priva di idoneità decettiva del comportamento economico del consumatore perché il *claim* “*finché non disdici*” sarebbe stato chiaramente riferito “*alla durata e al rinnovo dell’offerta, non all’immutabilità del prezzo in termini assoluti*”. Infatti, Sky sottolinea che le offerte Now prevedono un abbonamento a rinnovo automatico mensile che però garantirebbe al cliente una assoluta flessibilità in uscita, essendo possibile il recesso in qualsiasi momento senza costi, il che – sempre secondo il professionista – renderebbe l’informazione su futuri possibili aumenti di prezzo non determinante per la decisione iniziale di acquisto.

Quanto alla **pratica sub c)**, i rilievi di Sky si concentrano sulla non configurabilità di una pratica scorretta in quanto i “disallineamenti” contestati avrebbero natura “tecnica” o “episodica” e quindi non rivelerebbero un intento ingannevole né la negligenza del professionista e sarebbero in quanto tali ininfluenti sulle scelte economiche dei consumatori e parimenti inidonei a configurare anche solo un illecito di pericolo. In particolare, le eventuali difformità sopravvenute nella fase esecutiva inciderebbero sui rimedi contrattuali, ma non retroagirebbero alla fase in cui si esplica la libertà di autodeterminazione negoziale del consumatore e comunque sarebbe assente l’elemento soggettivo richiesto dall’articolo 3 della legge 689/1981, attesa l’assenza di istruzioni da parte del professionista relative alla prospettazione alla clientela di offerte destinate a essere disattese.

Inoltre, ogni reclamo presentato dagli utenti sarebbe stato risolto mediante iniziative di *caring*.

Infine, secondo Sky la pratica in discorso sarebbe cessata alla luce delle specifiche misure organizzative poste in essere (implementazione di un apposito *team*, acquisizione di servizi professionali e *software* onerosi volti a prevenire i disservizi in oggetto). In particolare, [omissis]⁵¹.

44. Per tutte e tre le pratiche, Sky chiede il riconoscimento di circostanze attenuanti per: i) aver sistematicamente accolto e risolto i reclami ricevuti; ii) aver adottato “*iniziative correttive*” in corso di istruttoria, avendo “*formulato e poi rafforzato un pacchetto di Impegni di rilevanza significativa (...) già sostanzialmente implementati in via spontanea*”; iii) aver deciso, [omissis], di “*affiancare all’esistente programma di compliance Antitrust [...] un programma di compliance che ha ad oggetto le norme a tutela del consumatore*”. Tale programma – di cui Sky ha prodotto la rispettiva documentazione⁵² – contempla misure [omissis], volte alla diffusione di una cultura aziendale improntata all’integrità, alla trasparenza e alla centralità del cliente. Il professionista ha già effettuato [omissis] (fase 1) e ha già effettuato [omissis] (fase 2)⁵³.

V. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

45. Poiché le condotte in questione riguardano il settore dei servizi televisivi a pagamento e le pratiche commerciali sono diffuse attraverso mezzi di telecomunicazione, il 13 ottobre 2025 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (“AGCOM”), ai sensi dell’articolo 27, comma 1-*bis* del Codice del consumo e comma 6, del Codice del consumo.

46. Con parere pervenuto il 12 novembre 2025, la suddetta Autorità ha evidenziato, in sintesi, di ritenere opportuno rendere il parere solamente ai sensi dell’articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del consumo, ritenendo la materia di cui al procedimento riconducibile alla propria “*specificata*” competenza regolamentare e di vigilanza (cfr. delibera 278/04/CSP, allegato A, in particolare articolo 4, commi 1, 3 e 5). L’AGCOM ha fatto presente di aver svolto attività di vigilanza a seguito di segnalazioni ricevute e ad esito di procedimenti di definizione delle controversie tra utenti e fornitori di servizi ai sensi dell’articolo 40 del TUSMAR e di aver conseguentemente avviato nei confronti di Sky un procedimento sanzionatorio tuttora in corso ai sensi dell’allegato A alla Delibera 278/04/CSP, in materia di rispetto degli obblighi di trasparenza delle offerte *pay-tv* commercializzate dalla stessa società e dei relativi termini contrattuali. L’AGCOM, pertanto, si è riservata, all’esito di tali attività istruttorie, di adottare i provvedimenti conclusivi di competenza.

⁵¹ [Cfr. allegati [omissis] a Doc. 131.]

⁵² [Cfr. allegati [omissis] a Doc. 131.]

⁵³ [Sono ancora in corso [omissis] (fase 3).]

VI. VALUTAZIONI

VI.1. Valutazioni

i) Valutazioni preliminari

47. Preliminarmente, quanto alle censure del professionista relative al rigetto della propria proposta di impegni si osserva che – come riconosciuto dalla stessa Sky nella propria memoria⁵⁴ – per pacifico orientamento della giurisprudenza amministrativa la valutazione da parte dell'Autorità degli impegni presentati dal professionista ha natura ampiamente e pienamente discrezionale⁵⁵. Tale valutazione rientra nell'ambito dell'autonomia di cui l'Autorità dispone relativamente alla determinazione delle proprie priorità d'intervento e si estrinseca nella facoltà di scegliere se proseguire il procedimento con l'adozione di un provvedimento sanzionatorio, questo essendo, per essa, il modo più appropriato per enunciare principi e regole di condotta utili a prevenire future pratiche commerciali scorrette, analoghe a quelle già in istruttoria⁵⁶.

ii) Valutazioni nel merito

48. L'avvio del procedimento ipotizzava tre violazioni da parte di Sky in relazione alle pratiche commerciali descritte alla sezione **II**, la cui scorrettezza è confermata alla luce delle evidenze istruttorie. In particolare:

Pratica a) - Le comunicazioni di aumento di prezzo

49. Le modalità di invio e il contenuto delle comunicazioni con cui Sky ha veicolato all'utenza, nei mesi di aprile e maggio 2024⁵⁷, gli aumenti di prezzo degli abbonamenti tv, descritte *sub a*), sono ingannevoli ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo per i seguenti motivi.

50. Quanto alla comunicazione in fattura, il collocamento della comunicazione di aumento di prezzo solo nell'ultima (quarta) facciata della stessa fattura, dopo il riepilogo dei costi e il totale da pagare (prime due pagine) nonché dopo una locandina di carattere pubblicitario (terza pagina), rende assai scarsamente visibile l'informativa resa. Nessun rinvio a tale informativa in quarta pagina viene efficacemente anticipato all'interno della fattura, essendo anche il titolo "COMUNICAZIONE IMPORTANTE" relegato in seconda posizione, al di sotto di altro titolo recante "INFORMAZIONE IMPORTANTE", ma avente ad oggetto tutt'altra tematica, e veicolando esso solo un sintetico *warning* sulla decorrenza dell'aumento, comunque redatto in caratteri minori e non nerettati, senza indicazione delle tempistiche da rispettare affinché il recesso sia gratuito.

Inoltre, la comunicazione di aumento contenuta nell'ultima pagina della fattura sebbene sia intitolata "Variazioni delle condizioni contrattuali (...)", consta di un paragrafo molto lungo in cui sono date numerose informazioni del tutto ultronee (di carattere promozionale sulle Coppe europee visibili con Sky Sport, sui tornei di tennis e le gare di Formula 1), mentre l'informativa relativa all'aumento di prezzo, alla rispettiva facoltà di recesso e alle modalità con cui questa può essere esercitata è relegata nelle ultime righe di tale paragrafo, senza alcuna enfasi grafica, bensì con gli stessi caratteri del testo che la precede, senza grassetti, né sottolineature, né cambi di colorazione (cfr. **Figura 2**). L'informativa risulta quindi *diluata* e *posticipata* rispetto numerose altre informazioni sui contenuti dell'abbonamento, e pertanto è verosimilmente oggetto di attenzione solo da parte del consumatore – più avveduto della media – che abbia la pazienza e/o l'interesse di leggere l'intero messaggio promozionale.

In ogni caso, anche il consumatore più avveduto che arrivi a tale informativa di quarta pagina si trova dinanzi ad un messaggio dal contenuto quantomeno ambiguo: infatti, ivi si legge che l'abbonato ha la facoltà di recedere gratuitamente "in qualunque momento ... fino al 30 giugno 2024". Tale enunciato appare intrinsecamente contraddittorio e quindi confusorio, in quanto giustappone un'indicazione di assenza di limiti temporali ("in qualunque momento") all'indicazione contestuale di un termine (nell'esempio, 30 giugno 2024). Il messaggio aggiunge poi un altro enunciato di non immediata comprensibilità, secondo cui "In caso di richiesta di disattivazione successiva alla data di modifica contrattuale [nell'esempio, 1° giugno 2024] si applicheranno le nuove condizioni". Non è chiaro, infatti, se il professionista intenda limitarsi ad avvisare il consumatore del fatto che, in caso di richiesta di recesso tempestiva (es. entro il 30 giugno) ma successiva alla data di entrata in vigore delle modifiche contrattuali (es. 1° giugno) esse si applicheranno, *medio tempore*, fino a tale richiesta di recesso gratuito (mentre andrebbe da sé che esse non si applichino laddove il contratto venga sciolto prima della loro entrata in vigore) e se quindi il consumatore dovrà comunque sostenere il maggior costo del contratto, almeno sino alla data di gestione del recesso, oppure se la

⁵⁴ [Doc. 131.]

⁵⁵ [Es., ex multis, Consiglio di Stato, VI, 25 ottobre 2024, n. 8520 - PS11770 – Unieuro-Monclick vendite online -Problemi vari; Cons. Stato, sez. VI, 18 giugno 2020, n. 3907, PS10125 – Otis – Garanzia e responsabilità.]

⁵⁶ [Cfr. ex multis Consiglio di Stato, VI, 25 ottobre 2024, n. 8520 cit.: "Se è vero, infatti, che gli impegni assunti dall'operatore possono essere in grado di ridurre od eliminare completamente gli effetti negativi della pratica scorretta è altrettanto innegabile che accanto a questo obiettivo l'Autorità persegue anche quello di scoraggiare per il futuro ogni tentativo di pratica scorretta. L'irrogazione della sanzione può essere, da questo punto di vista, più efficace rispetto alla correzione di un comportamento inizialmente censurabile e solo per l'intervento dell'Autorità riportato nell'alveo della correttezza" (conformi: Consiglio di Stato, Sez. VI, 12 gennaio 2022, sez. VI n. 203; Consiglio di Stato, VI, 18 giugno 2020, n. 3907, cit., Consiglio di Stato, VI, 21 marzo 2018, n. 1820, PS7245 – Ryanair – Assicurazione Viaggio).]

⁵⁷ [Mesi in cui sono state inviate le comunicazioni di aumento di prezzo con le modalità contestate.]

differenza gli sarà restituita. Al contempo, non è presente alcuna indicazione, peraltro assai più rilevante per il consumatore, circa il fatto che l'esercizio effettivamente "tardivo" del diritto di recesso – ossia oltre trenta giorni dall'entrata in vigore delle modifiche contrattuali – è, a differenza di quello entro il termine, oneroso, e cioè comporta dei costi a carico del consumatore. Quali siano tali eventuali oneri, poi, non è specificato.

51. Passando agli altri mezzi (rispetto alla fattura) coi quali Sky veicola la comunicazione, si rileva che anche l'invio per *email* dell'avviso di avvenuta emissione della fattura (che deve essere appositamente richiesto dall'utente in *opt-in*) non appare idoneo a sanare l'insufficienza della comunicazione: l'avviso, infatti, avverte il consumatore del fatto che è stata emessa una nuova fattura e solo dopo, in carattere minore e non evidenziato, fa presente che all'interno della fattura è presente una comunicazione relativa alla variazione delle condizioni contrattuali, senza peraltro alcuna indicazione circa la tempistica di variazione e la connessa necessità, per recedere senza costi, di attivarsi entro la data indicata.

52. L'alert sulla variazione unilaterale è meglio veicolato in caso l'utente non abbia optato per l'invio dell'avviso di emissione fattura: in tal caso Sky comunica la variazione unilaterale in apposita *email* in cui l'oggetto ("*...Variazione delle condizioni contrattuali dei pacchetti...*") e la prima frase contenuta ("*Ti invitiamo a leggere la comunicazione relativa alla variazione delle condizioni contrattuali dei pacchetti...*") sono un chiaro invito a prender visione della comunicazione relativa alle variazioni contrattuali e alla facoltà di recedere, con indicazione della data da cui le modifiche unilaterali diventeranno effettive. Tuttavia, anche in questo caso - dopo tale prima frase - viene riprodotta, con tutti i suoi limiti, la comunicazione di cui alla **Figura 2**, a seguito peraltro di locandina pubblicitaria sui contenuti offerti.

53. Così consegnate, dati i descritti contenuti e le modalità con cui sono state veicolate, le comunicazioni di aumento di prezzo risultano inidonee a informare compiutamente il consumatore e quindi inidonee a consentirgli di scegliere consapevolmente se esercitare tempestivamente il diritto di recesso in modo gratuito, evitando così di incorrere nei relativi costi e/o di sopportare l'aumento di prezzo dell'offerta, ovvero se continuare consapevolmente a fruire del servizio di *pay tv* nonostante i rincari.

Da ultimo, quanto all'affermazione del professionista relativa all'asserita conformità della propria condotta al canone di "diligenza professionale" consumeristico derivante dall'asserita conformità alla normativa di settore, ci si limita a osservare l'autonomia e la complementarietà dei due plessi normativi e dei relativi *enforcement*. Ciò implica che il rispetto delle sole norme di settore non preclude comunque l'applicazione della generale disciplina consumeristica⁵⁸.

Pratica b) Gli aumenti delle offerte "finché non disdici"

54. Quanto alla pratica *sub b)*, l'utilizzo del *claim* "finché non disdici" in relazione alla categoria di offerte Now commercializzate da aprile 2021 a giugno 2023, cui Sky ha applicato, per sua esplicita ammissione, aumenti di prezzo a luglio 2024, integra una ulteriore violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo.

55. L'argomento del professionista secondo cui egli avrebbe agito secondo "diligenza professionale" avendo esercitato la facoltà di aumentare il prezzo in presenza di CGC che prevedevano lo *ius variandi* (e, viceversa, di non aver esercitato tale facoltà in relazione alle offerte le cui CGC non la prevedevano) non coglie nel segno, atteso che oggetto di contestazione non è la discrepanza tra un'azione concreta e quanto previsto nella disciplina contrattuale bensì la discrepanza tra il *claim* utilizzato per promuovere le offerte in discorso e l'aumento di prezzo che Sky ha in concreto esercitato a luglio 2024, in quanto facoltà che il professionista si è riservato nelle CGC.

56. Infatti, l'uso del citato *claim* – che costituisce strumento di aggancio e veicolo di informazione in fase pre-contrattuale – suggeriva al consumatore che le condizioni dell'offerta e, nella specie, il "prezzo promozionale" sarebbero rimaste invariate in costanza del vincolo contrattuale.

57. L'ingannevolezza non è sanata dalle note legali cui il professionista fa riferimento. Infatti, anche in alcuni degli esempi di note legali sottoposte al consumatore (e comunque accessibili solo cliccando appositamente il link "*scopri di più*" inserito nel processo di registrazione, dunque a consultazione eventuale e pertanto inidonee a colmare la lacuna informativa derivante dal *claim*) il professionista non sembra fare riferimento alla possibilità *tout-court* di esercitare lo *ius variandi* sul prezzo d'offerta in presenza di mutate condizioni di mercato (come contemplato dalle CGC), ma solo all'eventuale modificazione di prezzo derivante da una variazione delle aliquote IVA e/o sopravvenienze normativo-regolatorie e/o, tutt'al più, indirettamente derivante da un mutamento del prezzo di listino. Ne risulta confermato, pertanto, un quadro connotato da scarsa chiarezza, trasparenza e immediatezza.

58. Parimenti irrilevante è l'obiezione di Sky secondo cui la possibilità di disdire l'abbonamento ogni mese, senza alcun costo, renderebbe "*l'informazione su futuri possibili aumenti di prezzo non determinante per la decisione finale di acquisto*". L'effetto distorsivo, infatti, nel caso *de quo*, si produce nel momento in cui il consumatore compie la scelta se sottoscrivere o meno il contratto e tale scelta viene influenzata dall'utilizzo di un *claim* che lo induce a ritenere che il corrispettivo dovuto al professionista resterà sostanzialmente invariato nel tempo.

⁵⁸ [Cfr., per es., Consiglio di Stato, VI, 5 Aprile 2024, n. 3175 - PS11563 - Poste Italiane – mancata consegna raccomandata.]

Pratica c) - La diffinitività tra le condizioni prospettate e quelle concretamente applicate

59. La pratica descritta *sub c)*, oggetto di diverse segnalazioni pervenute a partire dall'ottobre 2024⁵⁹, alla stregua della quale tale professionista è solito prospettare – in particolare a clienti il cui abbonamento sia in prossimità di scadenza ovvero a clienti che abbiano manifestato l'intenzione di esercitare il diritto di recesso – offerte vantaggiose (a scopo, quindi, di *retention*) che non vengono poi in concreto applicate, parimenti è idonea a integrare una pratica ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo.

60. In particolare, in molti casi il vantaggio per l'utente viene prospettato quale sconto fruibile in caso di aggiunta di servizi diversi (ad es., Sky Wi-fi o Sky Mobile) da quello dell'abbonamento tv o pacchetti aggiuntivi all'interno dell'abbonamento tv (ad es. sport, cinema), salvo poi non essere mantenuto nelle fatture emesse successivamente all'adesione all'offerta.

61. Peraltro, i casi documentati in cui ciò è avvenuto denotano modalità comunicative artatamente volte ad esaltare la convenienza delle condizioni prospettate, nonché pretesti e rappresentazioni contabili dei prezzi finali in concreto applicati tali da agevolare Sky nel disattendere quanto promesso. Ad esempio, nel processo *online* che consente di sottoscrivere una delle offerte in discorso vengono utilizzate modalità comunicative dell'entità degli sconti che enfatizzano i vantaggi (ad esempio: prezzo più basso "anziché" prezzo "pieno"; prezzo pieno o prezzo più basso "anziché" prezzo pieno "meno" uno sconto; sconto percentuale sulla somma dei prezzi, scontati e non, di singole componenti dell'offerta). Nelle proposte di rinnovo contrattuale a condizioni vantaggiose, poi, il professionista evidenzia gli sconti praticati, mentre nella successiva comunicazione/proposta in calce alla fattura si riserva la possibilità di variare unilateralmente ed entro brevi termini l'entità dello sconto promesso, peraltro mediante un pretesto contabile che potrebbe risultare di non immediata comprensibilità (destrutturazione dello sconto in due componenti con riserva di variare unilateralmente *in peius* l'entità di una delle parti, financo azzerandola).

62. Conseguentemente, il consumatore intenzionato a interrompere il proprio rapporto con il professionista – nel caso di recesso – o non interessato a proseguirlo – nel caso di contratto in scadenza – potrebbe essere indotto ad una scelta commerciale diversa ed opposta (non recedere più e/o rinnovare e/o stipulare un nuovo contratto) proprio a seguito della prospettazione, nei modi descritti, di condizioni molto vantaggiose poi concretamente disattese anche attraverso artifici contabili.

In generale, quanto alla prospettazione di offerte di *retention* in modo ingannevole (destinate cioè a essere in disattesa in fattura), ciò che emerge è una colpevole cattiva gestione di tali offerte caratterizzata da disallineamenti tecnici dei sistemi *software* attraverso cui esse vengono gestite e poi fatturate, rimanendo quindi confermate le molteplici segnalazioni agli atti.

iii) Valutazioni sulla posizione dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

63. L'AGCOM ha ritenuto di procedere al rilascio del parere richiesto solamente ai sensi dell'articolo 27, comma 1-*bis* del Codice del consumo, affermando che la "condotta oggetto del parere attiene a profili di specifica competenza regolamentare e di vigilanza dell'Autorità, avuto riguardo alla trasparenza delle informazioni rese ai consumatori in relazione alle condizioni giuridiche ed economiche delle offerte proposte da Sky e alla disciplina applicabile anche in caso di modifiche unilaterali di contratto". Tale Autorità ha fatto presente che è in corso di svolgimento un procedimento sanzionatorio nei confronti di Sky in materia di rispetto degli obblighi di trasparenza delle offerte *pay-tv* commercializzate da Sky e dei rispettivi termini contrattuali e si è riservata l'adozione dei provvedimenti conclusivi di competenza.

64. Al proposito si rammenta che l'affermata attinenza a profili di competenza "specifica", tutt'al più valevole con riferimento alla sola pratica *sub a)*, non implica l'esclusività di tale competenza: infatti, l'articolo 27 comma 1-*bis* del Codice del consumo individua un criterio generale di ripartizione preventiva delle competenze tra AGCM e Autorità di Vigilanza in tutti i settori regolati, assegnando in via esclusiva all'AGCM l'enforcement rispetto a tutte le condotte che danno luogo a una pratica commerciale scorretta, comprese quelle che potrebbero al contempo integrare la violazione di una norma di settore. La disciplina consumeristica non trova applicazione "unicamente quando disposizioni estranee a quest'ultima, disciplinanti aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, impongono ai professionisti, senza alcun margine di manovra, obblighi incompatibili con quelli stabiliti dalla direttiva 2005/29"⁶⁰.

VI.2. Conclusioni

65. Alla luce delle evidenze riportate in fatto e delle considerazioni che precedono, risultano confermate le tre pratiche commerciali scorrette contestate in avvio.

66. La pratica *sub a)* integra una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo in quanto le comunicazioni di aumento dei costi degli abbonamenti a servizi TV Sky veicolate agli utenti nei mesi di aprile e maggio 2024 risultano effettivamente ingannevoli e idonee a incidere sulla decisione relativa alla prosecuzione in alternativa all'eventuale cessazione del rapporto contrattuale.

⁵⁹ [Data della prima segnalazione sulla problematica in discorso (Doc. 30).]

⁶⁰ [Corte di Giustizia UE, 13 settembre 2018, cause riunite C-54/17 e C-55/17. Tale principio ha trovato ampia conferma anche nella giurisprudenza amministrativa nazionale, cfr. Consiglio di Stato 1° ottobre 2021, n. 6596; Consiglio di Stato 27 dicembre 2021, n. 8620; Consiglio di Stato 27 febbraio 2023, n. 1953.]

67. La pratica *sub b)* integra una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo in quanto il professionista, in relazione a offerte Now TV commercializzate a partire da aprile 2021 e fino a giugno 2023, ha effettivamente applicato, nel mese di luglio 2024, aumenti di prezzo, esercitando lo *ius variandi* che si era riservato nelle CGC malgrado avesse promosso le offerte mediante il *claim* “*finché non disdici*”, *claim* induceva a pensare che esse fossero a prezzo fisso in costanza di rapporto.

68. La pratica *sub c)* integra una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo in quanto il professionista, sinora e almeno a partire dal mese di ottobre 2024⁶¹, prospetta alla clientela offerte confezionate in particolare mediante l’attivazione di pacchetti Tv aggiuntivi o servizi accessori (Sky Wi-Fi) e l’enfaticizzazione dei connessi vantaggi, con finalità di *customer retention*, le cui condizioni promesse risultano sistematicamente disattese in fattura.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

69. Ai sensi dell’articolo 27, comma 9, del Codice del consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta l’Autorità dispone l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

70. In caso di procedimento che abbia a oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come, laddove le condotte siano dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico.

71. 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.

72. Ai fini della valutazione di gravità delle tre pratiche si tiene conto del fatto che il fatturato di Sky Italia S.r.l., al 31 dicembre 2024, risulta pari a 2.348.180.000 euro, con un risultato operativo (in perdita) pari a circa -241.1620.000 euro.

73. Con riguardo alla gravità della **pratica sub a)** va altresì tenuto conto del pregiudizio che la pratica è stata idonea a produrre sui consumatori, potendo le comunicazioni degli aumenti di prezzo, per come congegnate e veicolate, avere impedito il recesso tempestivo dagli abbonamenti, l’unico che sarebbe stato gratuito.

74. Quanto alla diffusione della pratica, si deve tener conto che la stessa ha riguardato circa [500.000-5 milioni] di clienti di Sky⁶². Al contempo, va rilevato che, in concreto, soltanto un numero esiguo di consumatori impattati dall’aumento di prezzo in discorso ha presentato reclamo lamentando criticità ([500-1.500] consumatori, pari a [omissis]) e che il mese successivo all’invio della comunicazione di aumento di prezzi Sky ha registrato un maggior numero di recessi ([omissis]) rispetto alla media del periodo precedente⁶³.

75. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere nei mesi di aprile e maggio 2024, periodo in cui sono state trasmesse le comunicazioni di aumento di prezzo ingannevoli.

76. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l’importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Sky Italia S.r.l. nella misura di 2.500.000 (*due milioni e cinquecentomila*) euro.

77. In considerazione del fatto che sussistono, nel caso di specie, più circostanze attenuanti in quanto il professionista ha risolto con idonee iniziative di *caring* le segnalazioni agli atti e i reclami sporti, anche tramite il riconoscimento di rimborsi ai consumatori, e ha deliberato l’adozione di un programma di *compliance* avente a oggetto la normativa a tutela del consumatore si ritiene di determinare l’importo della sanzione nella misura di 2 milioni (*due milioni*) di euro.

78. Con riguardo alla gravità della **pratica sub b)** va tenuto conto del fatto che il *claim* “*finché non disdici*” si è rivelato ingannevole, atteso che a luglio 2024 il professionista esercitava la facoltà di *ius variandi* che si era riservato nelle CGC: l’utilizzo di tale *claim* è stato dunque idoneo a indurre i consumatori a sottoscrivere le offerte in discorso nella errata convinzione che le relative condizioni economiche sarebbero invece rimaste invariate.

79. Quanto alla diffusione di tale pratica, va considerato che le offerte in discorso venivano proposte ai clienti personalmente (*one-to-one*) tramite *e-mail* e non erano rese pubbliche sul sito di Now o su altri mezzi di comunicazione⁶⁴ e che, nel momento in cui Sky ha aumentato il prezzo delle offerte in discorso (luglio 2024), il numero di consumatori impattati è stato relativamente esiguo (circa [10.000-50.000], pari a [omissis] del totale), specie se confrontato col numero totale di clienti del professionista (oltre [1-5 milioni]). Da ultimo, risulta che Sky abbia ricevuto in merito a tale pratica un numero di reclami non trascurabile (più di [1.500-5.000], circa il [omissis])

⁶¹ [Doc. 30.]

⁶² [Doc. 89.]

⁶³ [Cfr. doc. 131.]

⁶⁴ [Cfr. Doc. 58.]

dei clienti interessati)⁶⁵, specie se comparato col numero totale di consumatori contrattualizzati e quindi impattati dall'aumento di luglio 2024 (circa [10.000-50.000]).

80. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dall'aprile 2021, data in cui è iniziata la commercializzazione (poi protrattasi per più di due anni) delle offerte con il *claim* indicato, sino a luglio 2024, data in cui Sky, diversamente da quanto prospettato ai consumatori mediante il *claim* utilizzato, ha applicato un aumento tariffario a tali offerte.

81. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Sky Italia S.r.l. nella misura di 1.000.000 (*un milione*) di euro.

82. In considerazione del fatto che sussistono, in relazione a tale pratica, più circostanze attenuanti in quanto il professionista ha adottato iniziative di *caring* non solo a favore dei segnalanti presenti nel fascicolo, ma alla quasi totalità dei clienti che abbiano sporto un reclamo, in specie tramite il riconoscimento di *voucher*, e ha deliberato l'adozione di un programma di *compliance* avente a oggetto la normativa a tutela del consumatore, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 800.000 (*ottocentomila*) euro.

83. Con riguardo alla gravità della pratica *sub c)* va considerato che la prospettazione delle vantaggiose offerte di *retention*, poi non applicate, sia in grado di indurre a mantenere in vigore il rapporto contrattuale che altrimenti si sarebbe voluto interrompere, obbligando i consumatori a sostenere maggiori costi.

84. Quanto alla diffusione di tale condotta, va tenuto conto del numero dei consumatori potenzialmente interessati dalla pratica, attesa la capillarità della diffusione delle relative comunicazioni effettuate attraverso il ricorso ai *call center*. Va altresì considerato che in relazione a tale pratica Sky ha dichiarato di avere ricevuto circa [1500-5000] reclami⁶⁶.

85. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere almeno a partire da ottobre 2024⁶⁷ e risulta ancora in corso.

86. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Sky Italia S.r.l. nella misura di 2.000.000 (*due milioni*) di euro.

87. In considerazione del fatto che sussistono, nel caso di specie, più circostanze attenuanti in quanto il professionista ha in primo luogo adottato iniziative di *caring* e in particolare rimborsi, riconosciuti ai segnalanti presenti nel fascicolo, in secondo luogo ha deliberato l'adozione di un programma di *compliance* avente a oggetto la normativa a tutela del consumatore, e in terzo luogo ha intrapreso iniziative aziendali nel corso del procedimento istruttorio volte a incidere positivamente sui disallineamenti sopra descritti, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 1.400.000 (*un milione e quattrocento mila*) euro.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub a)* consistente nell'invio di comunicazioni di aumento di prezzo con le sopra descritte modalità e contenuti, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale;

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub b)* consistente nell'aver effettivamente applicato, nel mese di luglio 2024, aumenti di prezzo, esercitando lo *ius variandi* che si era riservato nelle CGC malgrado avesse promosso le offerte mediante il *claim* "*finché non disdici*", *claim* che induceva a pensare che esse fossero a prezzo fisso in costanza di rapporto, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo;

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub c)*, consistente nel prospettare alla clientela di offerte vantaggiose, con finalità di *customer retention*, le cui condizioni promesse risultano sistematicamente disattese in fattura, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub a)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sky Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo, e ne vieta la reiterazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub b)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sky Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo, e ne vieta la reiterazione;

⁶⁵ [Cfr. Doc. 89.]

⁶⁶ [Doc. 89.]

⁶⁷ [Doc. 30.]

c) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub c)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sky Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo, e ne vieta la continuazione;

d) di irrogare alla società Sky Italia S.r.l. in relazione alla pratica di cui al punto II *sub a)* una sanzione amministrativa pecuniaria di 2.000.000€ (*due milioni* di euro);

e) di irrogare alla società Sky Italia S.r.l. in relazione alla pratica di cui al punto II *sub b)* una sanzione amministrativa pecuniaria di 800.000€ (*ottocentomila* euro);

f) di irrogare alla società Sky Italia S.r.l. in relazione alla pratica di cui al punto II *sub c)* una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.400.000€ (*un milione e quattrocentomila* euro);

g) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui alla lettera c).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato 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.

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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lett. *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 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli