

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 novembre 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

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 in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera dell’8 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS7577 del 17 ottobre 2012, volto a verificare l’esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo, da parte della società Neomobile S.p.A. e del procedimento per l’eventuale sospensione provvisoria ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell’art. 8 del Regolamento;

VISTA la delibera dell’Autorità del 17 ottobre 2012, con cui sono state autorizzate ispezioni, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi di Neomobile S.p.A. e di Telecom Italia S.p.A.;

VISTA la memoria presentata da Neomobile S.p.A. pervenuta in data 30 ottobre 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Secondo informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e le segnalazioni di numerosi consumatori¹ pervenute nel periodo luglio 2011 - ottobre 2012, la società Neomobile S.p.A. (di seguito anche "Neomobile") avrebbe proceduto all'attivazione non richiesta di servizi c.d. *premium* in abbonamento.

2. In particolare, i segnalanti hanno dichiarato che, durante la navigazione in internet in modalità *wap* e *web*, a seguito di una semplice digitazione² su *link* e *banner* promozionali presenti nelle c.d. *app* o siti internet³, avrebbero inconsapevolmente attivato abbonamenti a servizi *premium* che comporterebbero il pagamento automatico di 5,00 euro a settimana fino alla disattivazione dell'abbonamento medesimo. Alcuni consumatori hanno segnalato che, a seguito dell'involontaria digitazione dei suddetti *link* e *banner*, avrebbero cominciato a ricevere una serie di sms dalla numerazione "48028". Altri hanno dichiarato di aver avuto contezza dell'avvenuta attivazione dell'abbonamento solo controllando *ex post* il proprio credito disponibile e/o contattando il proprio operatore telefonico.

3. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 17 ottobre 2012, è stato avviato il procedimento istruttorio PS7577, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo.

4. Parte del procedimento, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo, è Neomobile S.p.A..

5. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, la Parte è stata invitata, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 5 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

¹ Nel fascicolo istruttorio sono presenti oltre 40 segnalazioni.

² Alcuni segnalanti hanno dichiarato di aver digitato sui *banner* o *pop-up* per spostarli o per farli scomparire dallo schermo del terminale mobile, altri di aver digitato sui *link* per curiosità o inavvertitamente.

³ Ad es.: il *pop-up* con "La farfallina di Belen" presente nell'*app* "ilmeteo.it"; *banner* promozionali presenti nei siti "www.dindo.it" e "www.vipmobile.it"; *banner* o *pop-up* con su scritto "Videoland" o "Play"; foto di personaggi famosi; scritta "mp3" nella pagina iniziale di Facebook; entrando, durante la navigazione *wap*, nel sito "www.soft4click.com"; visionando un'applicazione di giochi senza selezionare alcun gioco; aprendo semplicemente una *mail* che invitava a scaricare gratuitamente sfondi per il *desktop*; digitando su un'icona con su scritto "Lezioni di fitness" presente nel sito "www.euribor.it".

6. In sintesi, il professionista con le modalità di aggancio utilizzate, ovvero per mezzo di generici, ambigui e fuorvianti *banner* e *link* promozionali, non avrebbe fornito ai consumatori in maniera chiara, completa e tempestiva le informazioni necessarie al fine di: (i) rendere comprensibili le conseguenze derivanti dalla semplice digitazione dei *banner* e dei *link* in contestazione, consistenti nell'attivazione di un abbonamento a pagamento a servizi *premium* e nell'immediata decurtazione del credito disponibile; (ii) esplicitare le modalità di disattivazione dei servizi *premium*.

7. I suddetti *banner* e *link*, potrebbero risultare, altresì, aggressivi nella misura in cui inducono il consumatore che digita su di essi per spostarli dallo schermo del terminale mobile, per chiuderli o per semplice curiosità, nonché categorie di consumatori più vulnerabili, ad abbonarsi inconsapevolmente ai servizi *premium* a fronte del pagamento di 5,00 euro a settimana, prelevati dal credito telefonico in maniera automatica e reiterata.

II. ACCERTAMENTI ISPETTIVI

8. In data 17 ottobre 2012, vista la comunicazione di avvio del procedimento, l'Autorità ha deliberato di autorizzare ispezioni, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi di Neomobile S.p.A. e di Telecom Italia S.p.A. (di seguito anche "Telecom").

9. Gli accertamenti ispettivi sono stati svolti presso le sedi delle predette società in data 25 ottobre 2012.

10. Dagli accertamenti effettuati presso la sede di Neomobile, è emerso che, a seconda del canale trasmissivo utilizzato (*web* o *wap*), esistono tre differenti modalità di attivazione dei servizi *premium*, quali: "Flusso Web", "Flusso Mobile On Portal" e "Flusso Mobile Off Portal".

11. Nel primo caso, l'attivazione avviene con l'inserimento, da parte dell'utente, della propria numerazione telefonica mobile in una specifica pagina *web* (c.d. *landing page*) di Neomobile o di soggetti terzi. Successivamente l'utente riceve, sul proprio terminale mobile, un sms da Neomobile con un codice "pin" da inserire nella *landing page* per confermare la volontà di attivare il servizio *premium*.

12. In riferimento al "Flusso Mobile On Portal", che si realizza nel caso in cui l'utente navighi nel portale di specifici operatori mobili dopo essersi autenticato, accade che, se il cliente durante la navigazione digita su un *banner* che lo conduce in un sito gestito da Neomobile, la sua numerazione

telefonica mobile viene trasferita al professionista. Pertanto, se il cliente tramite digitazione conferma l'attivazione del servizio *premium*, quest'ultimo viene attivato direttamente.

13. In relazione al “*Flusso Mobile Off Portal*”, l'attivazione avviene tramite la navigazione da *smartphone* su siti *web* o *app* di terze parti. In particolare, l'utente, cliccando su *banner* presenti nei suddetti siti *web* o *app* o partendo da ricerca su Google, arriva su un dominio di proprietà di Neomobile. L'indirizzo IP associato all'utente, nella determinata sessione di navigazione, è analizzato da Neomobile e sulla base di *range* di numerazioni IP attribuibili ai diversi operatori mobili, si attivano, a seconda della tecnologia predisposta dall'operatore mobile, due differenti processi di autenticazione dell'utente. In un caso, il processo consente di associare un determinato indirizzo IP a una specifica utenza mobile la cui numerazione telefonica viene comunicata a Neomobile. Nell'altro⁴, la numerazione telefonica mobile dell'utente è incapsulata nel protocollo e, quindi, visibile a Neomobile. Pertanto, il cliente che desidera attivare un servizio *premium* digita sul tasto di conferma per abbonarsi direttamente.

14. Inoltre, sulla base della documentazione acquisita in ispezione, è emerso che, nell'arco temporale luglio 2011 – ottobre 2012, il numero di disattivazioni dei servizi *premium* eseguite da Neomobile entro le ventiquattro ore successive all'attivazione sono state pari a *[omissis]*^{*}, mentre quelle eseguite dopo settantadue ore dall'attivazione sono state pari a *[omissis]*, per un totale complessivo di *[omissis]* disattivazioni; quest'ultimo dato, in termini percentuali, è pari al *[omissis]* del totale delle attivazioni effettuate.

15. Infine, dalla documentazione ispettiva in atti è altresì emerso che, nell'arco temporale luglio 2011 – ottobre 2012, il professionista ha ricevuto *[omissis]* reclami di cui il 64% sono etichettati con la dicitura “*Flusso Poco Chiaro*”, ovvero “*Flusso di acquisizione poco chiaro secondo il cliente*”, mentre il 19,8% con la dicitura “*Mancanza Informazioni*”, ovvero “*Contestazione da parte del cliente della mancanza delle informazioni quali prezzo/natura del servizio in abbonamento*”.

16. Dagli accertamenti effettuati presso la sede di Telecom Italia, è emersa la modalità di trasmissione delle informazioni informatiche tra Neomobile e Telecom tramite canale *wap*. In particolare, Telecom ha dichiarato che

⁴ Modalità c.d. di “header enrichment”, come riportato nel verbale ispettivo.

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

utilizzando il canale *wap* come connessione dati da cellulare, a fronte della navigazione da parte di un proprio cliente sui *banner* o siti in uso a Neomobile, Telecom consente a quest'ultimo di conoscere il numero telefonico dell'utente che sta navigando in quel momento con un determinato indirizzo IP. Telecom ha dichiarato di fornire a Neomobile le suddette informazioni (indirizzo IP e numero telefonico dell'utente) ai fini dell'eventuale erogazione dei servizi *premium*. La società ha, altresì, dichiarato che Neomobile tramite Telecom, in qualità di operatore telefonico, potrebbe aver avuto accesso alle suddette informazioni anche a seguito della sola digitazione su un *banner* di Neomobile, senza che necessariamente sia stato visualizzato altro contenuto informativo.

III. MEMORIA DELLA PARTE

17. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento del 17 ottobre 2012, con riferimento al procedimento cautelare, è stata prodotta una memoria difensiva da parte di Neomobile S.p.A., pervenuta in data 30 ottobre 2012.

18. Con riferimento al *fumus boni iuris*, secondo Neomobile l'attivazione dei servizi *premium* offerti non potrebbe avvenire in maniera inconsapevole, in quanto per sottoscrivere un abbonamento l'utente deve compiere una serie di atti. In particolare, l'abbonamento non si attiverebbe a seguito della digitazione di un *banner* o di un *link* promozionale, in quanto l'utente viene condotto in una pagina mobile *web* della società (c.d. *landing page*) dove sarebbero esplicitati gli elementi essenziali dell'offerta commerciale. L'utente sottoscriverebbe l'abbonamento solo digitando il tasto "Entra" o "Clicca e attiva" presente nella *landing page*. Ogni *landing page* riporta un *link* (sottolineato e in posizione visibile) con la dicitura "Informazioni sul servizio", tramite il quale sarebbe possibile visualizzare l'informativa sul soggetto che offre il servizio, sui costi (con l'indicazione dell'esclusione del costo della connessione *wap*), sull'abbonamento (con l'indicazione dei servizi inclusi), sulle modalità di disattivazione, sul trattamento dei dati personali e sui contatti della società.

19. In relazione al *periculum in mora*, il professionista ha dichiarato che gli utenti sarebbero adeguatamente informati sui termini e sulle condizioni di sottoscrizione degli abbonamenti *premium* offerti e che sarebbe possibile disattivare i suddetti servizi tramite internet o contattando il Servizio Clienti.

20. Neomobile ha, quindi, dichiarato che entro il 31 ottobre 2012, sul tasto che permette l'attivazione dell'abbonamento *premium*, presente in tutte le *landing page* del professionista, la scritta "*Clicca e attiva*" (adottata nel 40% dei casi) sostituirà la scritta "*Entra*" e altre varianti minori. Inoltre, entro la medesima data, posizionerà il *link* "*Informazioni sul servizio*" in tutte le *landing page*, al fine di uniformarle e perfezionare tale aspetto.

21. Infine, Neomobile ha dichiarato l'intenzione di adottare le linee guida di Telecom Italia S.p.A. e di Vodafone Omnitel N.V., del 29 ottobre 2012, volte a disciplinare i rapporti tra *content service provider* e utenti. Tali linee contengono numerose disposizioni⁵ aventi ad oggetto il miglioramento della *user experience* di utenti di servizi *premium*.

IV. VALUTAZIONI

22. Con riguardo all'adozione della misura cautelare va rilevato che la società Neomobile, da quanto risulta agli atti, avrebbe provveduto solo a sostituire la scritta "*Entra*" (e altre varianti minori), riportata sui tasti di attivazione presenti nelle *landing page*, con la scritta "*Clicca e attiva*" (adottata nel 40% dei casi) e a posizionare il *link* "*Informazioni sul servizio*" in tutte le *landing page* al fine di uniformarle e perfezionare tale aspetto, a partire dal 31 ottobre 2012.

23. I profili di possibile decettività della pratica, che si sostanziano nell'elevato numero di reclami pervenuti alla sede del professionista, nonché nel rilevante numero di disattivazioni avvenute entro le prime ventiquattro ore e settantadue ore, sembrano essere attenuati in misura irrilevante dalle suddette misure adottate dal professionista. Questi, infatti, non risulta aver adottato alcuna misura efficace atta ad informare con chiarezza il consumatore delle conseguenze relative all'immediata attivazione derivante dalla semplice pressione di un tasto sullo schermo, dei costi ad esso connessi e dal vincolo derivante dall'abbonamento automaticamente attivato.

⁵ Come ad esempio: "*L'attivazione di un servizio non può essere mai effettuata direttamente a seguito di un click sulla creatività utilizzata per il primo aggancio*", "*L'attivazione del servizio deve essere solo ed esclusivamente effettuata tramite click esplicito sul tasto Conferma: qualsiasi altro spazio dedicato alla creatività non può essere considerato sfruttabile ai fini della stessa attivazione*", "*L'informativa deve essere collocata per intero al disopra e in prossimità del tasto conferma, includendo i link a Termini e Condizioni, Privacy e Modelli Compatibili (sufficientemente separati dal tasto Conferma al fine di evitare click indesiderati)*", "*Le diciture Attiva/ti e/o Abbonati devono essere sempre presenti nella scritta descrittiva del servizio*", "*Diciture ammesse per bottone/text link di attivazione servizi VAS: Clicca e Attiva, abbonati e Scarica, Attiva Abbonamento, Attiva e Scarica, proposte alternative valutabili*".

24. In particolare, l'onere di prevedere una chiara conferma della volontà dell'utente di attivare il servizio risulta particolarmente stringente e rafforzato in una fattispecie quale quella in esame, in cui il consumatore, non avendo previamente inserito alcun proprio dato identificativo (numero telefonico o anagrafico) può presumere di consultare le pagine in maniera anonima e non immagina, dunque, di poter direttamente attivare sulla propria scheda sim uno specifico servizio a pagamento semplicemente navigando attraverso i contenuti delle diverse pagine.

25. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, pertanto, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistenti *prima facie* le pratiche commerciali descritte, in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 26, lettera f), del Codice del Consumo, nella misura in cui il professionista per mezzo di generici, ambigui e fuorvianti *banner* e *link* promozionali non avrebbe fornito al consumatore medio, nonché a categorie di consumatori più vulnerabili, in maniera chiara, completa e tempestiva le informazioni necessarie al fine di renderlo edotto e consapevole sulle modalità e sulle procedure di attivazione dei servizi *premium* poste in essere.⁶ In tal senso rilevano, in particolare, la facilità con cui, per effetto della condotta sopra descritta, il consumatore può attivare in maniera totalmente inconsapevole un abbonamento, per un costo di 5 euro a settimana, decurtati dal proprio credito telefonico con modalità automatiche e invasive, di cui avrebbe piena consapevolezza solo controllando *ex post* il credito disponibile.

26. Sotto il profilo del *periculum in mora*, dagli elementi in atti risulta che la pratica in esame è tuttora in corso e che, pertanto, nelle more del procedimento, potrebbe determinare un consistente pregiudizio economico complessivo nei confronti di un elevato e crescente numero di consumatori, tenuto anche conto del costo settimanale dell'abbonamento e del mezzo di comunicazione utilizzato per la diffusione dei messaggi (c.d. *app* e siti internet raggiungibili durante la navigazione in internet in modalità *wap*). In tal senso rileva, sulla base dei dati acquisiti agli atti, che l'elevato numero di disattivazioni effettuate dal professionista, su richiesta dei consumatori, nelle successive ventiquattro ore e settantadue ore dall'attivazione, ha comportato un immediato esborso economico da parte di consumatori, che presumibilmente non hanno usufruito dei servizi, e un conseguente notevole

⁶ Si evidenzia, in proposito, l'elevato numero di disattivazioni eseguite dal professionista, nel periodo luglio 2011 – ottobre 2012, entro le ventiquattro ore e le settantadue ore successive all'attivazione, a seguito di richiesta avanzata dai consumatori; si sottolinea, altresì, in relazione ai reclami giunti a Neomobile nel medesimo periodo, che circa l'80% delle lamentele fanno riferimento al fatto che il flusso di acquisizione è poco chiaro e che mancano informazioni sul prezzo/natura del servizio in abbonamento.

guadagno per il professionista.⁷

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le pratiche commerciali sopra descritte, consistenti nella diffusione di messaggi particolarmente ingannevoli, ambigui, omissivi e fuorvianti idonei a poter arrecare rilevanti pregiudizi economici ad un vasto numero di consumatori, continuino ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento, che la società Neomobile S.p.A.:

- a) sospenda ogni attività diretta alla promozione, con le suddette modalità, dei servizi c.d. *premium*;
- b) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro dieci giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrati le misure adottate.

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla 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 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 comunicato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

⁷ Da una simulazione effettuata dalla Direzione è emerso che nel periodo luglio 2011 – ottobre 2012 il professionista potrebbe aver fatturato [omissis].

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 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 comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella