

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 PS8055 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 Tekka Lab S.r.l., 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 Tekka Lab S.r.l. e di Vodafone Omnitel N.V.;

VISTA la delibera dell’Autorità del 23 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 Tekka S.r.l.;

VISTA l'integrazione soggettiva della comunicazione di avvio del procedimento PS8055 del 30 ottobre 2012, volta a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo, da parte della società Pure Bros Mobile S.r.l., 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 memoria presentata da Tekka Lab S.r.l., pervenuta in data 30 ottobre 2012, e la documentazione integrativa del 12 novembre 2012;

CONSIDERATO quanto segue

## I. FATTO

1. Secondo informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e le segnalazioni di numerosi consumatori<sup>1</sup> pervenute nel periodo febbraio-ottobre 2012, le società Tekka Lab S.r.l. (di seguito anche "Tekka Lab") e la società Pure Bros Mobile S.r.l., (di seguito anche "Pure Bros") avrebbero proceduto all'attivazione non richiesta di servizi di messaggistica e *chat* a pagamento denominati "OKWIT".

2. In particolare, i segnalanti hanno dichiarato che, durante la navigazione in internet in modalità *wap* e *web*, a seguito di una semplice digitazione di generici *banner* o *pop-up* presenti nelle c.d. *app* o siti internet<sup>2</sup>, avrebbero aderito inconsapevolmente ad un abbonamento a servizi c.d. *premium* che comporta il pagamento automatico di 5 euro a settimana fino alla disattivazione dell'abbonamento medesimo. La maggior parte dei consumatori, inoltre, ha segnalato di aver avuto contezza dell'avvenuta attivazione dell'abbonamento solo controllando *ex post* il proprio credito disponibile e/o contattando il proprio operatore telefonico. Altri, invece, hanno dichiarato che a seguito dell'involontaria digitazione dei suddetti *banner* o *pop-up* avrebbero cominciato a ricevere, dalla numerazione "4885502", un sms che informava dell'avvenuta attivazione di un servizio *premium* in abbonamento, al costo di 5 euro a settimana, che, però, non

---

<sup>1</sup> Nel fascicolo istruttorio sono presenti oltre 60 segnalazioni.

<sup>2</sup> Alcuni hanno dichiarato di aver cliccato sui banner o pop-up per spostarli o per farli scomparire dallo schermo del terminale mobile, mentre altri hanno riferito che su di esso era presente un messaggio pubblicitario che prometteva la vincita di una ricarica telefonica da 10 euro.

forniva indicazioni circa le relative modalità di disattivazione.

3. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 17 ottobre 2012, è stato avviato il procedimento istruttorio PS8055, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, nei confronti di Tekka Lab e, in data 30 ottobre 2012, è stata effettuata l'integrazione soggettiva della comunicazione di avvio del procedimento nei confronti di Pure Bros, 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. Parti del procedimento, in qualità di professionisti ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo, sono Tekka Lab S.r.l. e Pure Bros Mobile S.r.l..

5. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, e alla integrazione soggettiva, le Parti sono state rispettivamente invitate, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 5 giorni dal ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

6. In sintesi, il professionista con le modalità di aggancio utilizzate, ovvero per mezzo di generici, ambigui e fuorvianti *banner* o *pop-up* 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 suddetti *banner* o *pop-up* 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* o *pop-up*, potrebbero risultare, altresì, aggressivi nella misura in cui inducono il consumatore medio, che digita semplicemente su di essi per spostarli dallo schermo del terminale mobile, per chiuderli o per cercare di vincere delle ricariche telefoniche, nonché categorie di consumatori più vulnerabili, ad abbonarsi inconsapevolmente ai servizi *premium* a fronte del pagamento di 5 euro a settimana, prelevati dal credito telefonico in maniera automatica e reiterata.

## II. ACCERTAMENTI ISPETTIVI

8. In data 17 e 23 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 Tekka Lab S.r.l. (di seguito anche “Tekka Lab”), Tekka S.r.l. (di seguito anche “Tekka”) e Vodafone Omnitel N.V. (di seguito anche “Vodafone”).

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

10. Dagli accertamenti effettuati presso le sedi di Tekka Lab e di Tekka, in relazione alla procedura di attivazione dei servizi *premium* durante la navigazione *wap*, è emerso che il professionista si avvale della collaborazione della società Pure Bros Mobile S.r.l. che svolge attività di normalizzazione dei dati. Una volta che l’utente digita sull’apposito *banner*, il flusso dei dati è analizzato dalla società Pure Bros al fine di verificare se l’utente opera in rete 3G (c.d. *enrichment*). Solo in tale circostanza, il flusso dei dati, che contiene anche il numero telefonico, è reindirizzato sulla pagina *web* in cui l’utente può attivare il servizio *premium* cliccando su un tasto. Con tale modalità, la procedura prescinde dall’inserimento del numero da parte dell’utente.

11. I messaggi pubblicitari sono realizzati da Tekka secondo le linee guida indicate da Tekka Lab, la quale sottopone i modelli di comunicazione alla società Pure Bros che li approva secondo le linee guida degli operatori telefonici.

12. Dagli accertamenti effettuati presso la sede di Vodafone Omnitel N.V., è emerso che il servizio di c.d. *enrichment*, fornito da Vodafone alla società Pure Bros consiste nell’automatica comunicazione delle numerazioni delle sim degli utenti di Vodafone che navigano sotto connessione mobile (non WiFi) su determinati indirizzi URL, condivisi sulla base di un accordo commerciale. In particolare, la numerazione telefonica dell’utente è fornita esclusivamente quando quest’ultimo accede alle pagine *web* corrispondenti ai predetti indirizzi URL.

## II. MEMORIE DELLE PARTI

13. 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 Tekka Lab S.r.l., pervenuta in data 31 ottobre 2012 e integrata in data 12 novembre 2012.

14. Secondo il professionista, con riferimento al *fumus boni iuris*, il consumatore, quale che sia la modalità di trasmissione dati utilizzata (*web* o *wap*) è posto nella condizione di comprendere che sta attivando un servizio *premium* in abbonamento.

15. In particolare, in navigazione *web* l'utente visualizza un *banner* pubblicitario oppure un *pop up* che può avere contenuti vari (come la pubblicità di un concorso a premi, una suoneria, un quiz). Se l'utente digita sul *banner* o sul *pop up* "atterra" in una c.d. *landing page*, ove compare la scritta "Abbonati" con la specificazione del costo del servizio e della frequenza di addebito. In essa, inoltre, è presente un *link* all'informativa sui termini e sulle condizioni del servizio, nonché un *link* all'informativa sulla *privacy*. In questa *landing page* è presente anche un box nel quale l'utente, per attivare il servizio, deve scrivere il proprio numero di telefono. Fornito il numero, l'utente riceve un sms contenente un codice "pin", inserendo il quale, in un apposito box, e digitando il tasto "Conferma" attiva l'abbonamento al servizio *premium*.

16. In navigazione *wap*, se è attiva una connessione in 3G, (c.d. "Flusso 3G") l'utente, dopo aver digitato sul *banner* o sul *pop up*, "atterra" in una *landing page*, in cui, come riportato nel paragrafo precedente, attiva il suddetto servizio digitando un apposito tasto.

17. Se l'utente, al contrario, non sta navigando su una rete 3G (c.d. "Flusso WiFi") o l'*apn* non è in grado di sopportare la trasmissione dei dati, perché ad esempio vi sono dei limiti tecnici, la procedura di attivazione segue la modalità descritta per la navigazione *web*.

18. In relazione al *periculum in mora*, il professionista ha dichiarato di avere proceduto alla cessazione dei *banner* relativi ai concorsi a premi e di aver adottato le nuove Linee guida sui servizi *premium*, comunicate, in data 29 ottobre 2012, dai gestori mobili Vodafone Omnitel N.V. e Telecom Italia S.p.A. (di seguito anche "Telecom").

19. In relazione al primo punto, il professionista ha dichiarato di aver cessato definitivamente, in data 29 ottobre 2012, la pubblicazione di *banner* pubblicitari aventi ad oggetto un concorso a premi, denominato "Il regalo dei tuoi sogni 2012-2013" (il cui termine di validità scade il 14 settembre 2013), finalizzati a promuovere l'adesione al servizio "OKWIT". La società ha dichiarato altresì di prefiggersi per il futuro di non fare ricorso ad alcun *banner* promozionale relativo a concorsi a premio per promuovere il suddetto servizio.

20. In riferimento alla seconda misura, Tekka Lab ha dichiarato di dare piena e immediata attuazione alle Linee guida di Vodafone e di Telecom in relazione: *a)* alla descrizione del servizio, che deve contenere le informazioni essenziali (c.d. “*main info*”) per consentire al consumatore di comprendere la tipologia di servizio che sta attivando (natura in abbonamento del servizio, prezzo, nome commerciale del servizio, frequenza di addebito); *b)* alla comunicazione delle suddette informazioni, che devono essere chiare (con caratteri e colori che consentano una lettura agevole) e sempre visibili, anche in caso di eventuale *scroll* della pagina; *c)* al *link* “*Info&costi*” (ovvero “*Termini e condizioni*” del servizio), che deve essere sempre presente e visualizzabile nella pagina di attivazione, anche durante un eventuale *scroll* della pagina. Il professionista ha dichiarato che, a seguito dell’immediata implementazione delle Linee guida, le modifiche che saranno apportate riguardano sia il “*Flusso WiFi*” che il “*Flusso 3G*”.

21. Con nota pervenuta in data 12 novembre 2012, Tekka ha comunicato di aver implementato le suddette misure. In particolare, il professionista, ha fornito l’elenco dei *link* alle pagine che ha provveduto a rimuovere (apparendo così “oscurate”), in quanto in esse erano originariamente pubblicati i *banner* promozionali relativi al concorso a premi.

22. Si rileva che la società Pure Bros Mobile S.r.l. non ha fornito memoria in merito al procedimento per l’eventuale sospensiva provvisoria.

### III. VALUTAZIONI

23. Nel merito si rileva che non appaiono sussistere i presupposti per l’adozione della misura cautelare, con specifico riferimento al requisito del *periculum in mora*. Rispetto alla fattispecie oggetto di contestazione, infatti, la società Tekka Lab ha provveduto alla tempestiva ed immediata sospensione dei *banner*, e si è impegnata per il futuro a non ricorrere ad alcun *banner* promozionale, relativo a concorsi a premio, per promuovere il servizio “*OKWIT*”. In tal modo, si è apprezzabilmente ridotto il rischio che il consumatore possa ritrovarsi, in modo involontario, sulla *landing page* da cui si attiva il servizio (residuando solo la possibilità che il consumatore possa accedere alla suddetta pagina a seguito di una ricerca attiva sulla rete). Per tale ragione, non pare necessario, nell’ambito dell’attuale valutazione d’urgenza, procedere all’esame delle misure adottate dal professionista in relazione alle suddette *landing page*, riguardo alle quali l’onere di prevedere

una chiara conferma della volontà dell'utente di attivare il servizio risulta, in ogni caso, particolarmente stringente e rafforzato, dal momento che il consumatore, non avendo previamente inserito alcun proprio dato identificativo (numero telefonico o pin), può presumere di consultare le pagine in maniera anonima e non immaginare, dunque, di poter direttamente attivare sulla propria scheda sim uno specifico servizio a pagamento semplicemente navigando attraverso i contenuti delle diverse pagine.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da escludere la sussistenza del requisito della particolare urgenza;

### DELIBERA

di non adottare la misura cautelare ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento.

Il presente provvedimento verrà comunicato ai soggetti interessati.

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.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*