



*Autorità Garante  
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 ottobre 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI i propri provvedimenti dell’8 febbraio 2016, con i quali è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società Telepass S.p.A. e della sua controllante Autostrade per l’Italia S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 18 maggio 2016 con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie derivanti dalla necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento nonché in considerazione della tempistica resasi necessaria per la valutazione degli impegni presentati dal professionista in data 23 marzo ed integrati il successivo 22 aprile 2016;

VISTO il proprio provvedimento del 13 luglio 2016 con il quale, su istanza del professionista, è stata disposta, ai sensi del medesimo art. 7, comma 3,

del Regolamento, un'ulteriore proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

## **I. LE PARTI**

**1. TELEPASS S.p.A.** (di seguito anche Telepass o TLP), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, controllata al 96,15% da Autostrade per l'Italia S.p.A. e, per il restante 3,85%, partecipata da Autostrade Tech S.p.A., ha per oggetto sociale lo svolgimento, nei confronti del pubblico, in Italia ed all'estero, dell'attività di vendita e/o concessione in uso di apparati tecnologici, che consentono agli utenti di acquistare una limitata gamma di beni e servizi, nonché la prestazione di servizi di pagamento connessi all'uso di tali apparati. In base all'ultimo bilancio disponibile (31 dicembre 2014), Telepass ha riportato ricavi per servizi pari ad oltre [100-150]\* milioni di euro e un utile di esercizio pari a circa [50-100] milioni di euro<sup>1</sup>.

**2. FEDERCONSUMATORI** - Federazione Nazionale Consumatori e Utenti, in qualità di segnalante, è un'associazione senza scopo di lucro, costituita nel 1988 con il sostegno della Cgil, che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti<sup>2</sup>.

**3. ADUSBEF** - Associazione Difesa Utenti Servizi Bancari Finanziari Postali e Assicurativi, in qualità di segnalante, è un'associazione di tutela dei consumatori, specializzata nel settore finanziario, bancario, assicurativo, postale, delle telecomunicazioni e dei trasporti<sup>3</sup>.

---

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

<sup>1</sup> Il professionista, nella sua memoria conclusiva (cfr. doc. n. 43 di cui all'indice del fascicolo), ha fornito i dati del conto economico relativo all'anno 2015 dal quale si rileva che, nel medesimo anno, Telepass ha registrato un utile superiore a 50 milioni di euro.

<sup>2</sup> <http://www.federconsumatori.it/chisiamo.asp>.

<sup>3</sup> <https://it.wikipedia.org/wiki/Adusbef>.

## II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nell'attivazione di un nuovo servizio ai clienti sottoscrittori dell'*Opzione Premium* (e nello specifico dei moduli contrattuali denominati "*Opzione Premium*", "*Twin*", "*Unicum Telepass Family*" ed "*Unicum Telepass con Viacard*") con aumento del canone – sostanzialmente raddoppiato rispetto a quello precedentemente in vigore – senza averne chiesto preventivamente il consenso.

5. Precisamente, il professionista, dal mese di novembre 2015<sup>4</sup>, ha inviato ai sottoscrittori dei contratti summenzionati, anche tramite *e-mail*, una "*Proposta di Modifica Unilaterale del Contratto*", nella quale comunicava l'unificazione dell'*Opzione Premium* – relativa alla prestazione di un pacchetto di servizi ed agevolazioni tra cui il soccorso dell'utente in autostrada – con l'*Opzione Premium Extra*, che prevede la fornitura del servizio di soccorso anche sulla viabilità ordinaria, con conseguente aumento del canone, a partire dal 1° gennaio 2017, relativamente ai clienti sottoscrittori dell'*Opzione Premium*<sup>5</sup>.

6. TLP ha previsto, con riferimento sia agli utenti *Premium* che *Premium Extra*, l'adesione tacita alla proposta di modifica in caso di mancata risposta entro 60 giorni dal suo ricevimento, salva la possibilità per il cliente di formalizzare, nel medesimo termine, un espresso recesso dal contratto, senza, peraltro, specificare in modo chiaro che detto recesso si riferisce unicamente all'*Opzione Premium* (nella sua nuova veste unificata) piuttosto che al servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale usufruibile tramite l'apparato Telepass (che rimane comunque attivo) e senza dettagliare le modalità con le quali esercitare tale diritto.

## III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

### 1) *L'iter del procedimento*

7. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice

---

<sup>4</sup> Cfr. doc. n. 22, all. 2, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>5</sup> Mentre l'erogazione del servizio di assistenza sulla viabilità ordinaria a tutti i clienti Premium è prevista a partire dal 1° gennaio 2016, il professionista ha deciso di offrire una promozione di un anno ai sottoscrittori dell'*Opzione Premium* mantenendo invariato il canone mensile – in vigore prima della modifica - "per tutto il 2016", prevedendo che l'aumento del canone diventi effettivo a partire dal 1° gennaio 2017.

del Consumo<sup>6</sup>, nonché delle segnalazioni di consumatori<sup>7</sup> e loro associazioni rappresentative, in particolare Federconsumatori e Adusbef<sup>8</sup>, con atto del 3 febbraio 2016 è stato avviato il procedimento istruttorio PS10297 nei confronti di Telepass S.p.A. per presunta violazione degli artt. 20, 21, 22, 24, 25, 26, comma 1, lettera f) e 65 del Codice del Consumo<sup>9</sup>.

**8.** L'avvio del procedimento istruttorio è stato comunicato alle Parti in data 9 febbraio 2016, giorno in cui è stato svolto un accertamento ispettivo presso la sede del professionista e della società controllante Autostrade per l'Italia S.p.A. (di seguito, anche, ASPI)<sup>10</sup>.

**9.** In data 18 febbraio 2016 Telepass ha effettuato accesso agli atti del fascicolo PS10297<sup>11</sup>.

**10.** In data 29 febbraio 2016 è pervenuta una memoria di Telepass che ha contestualmente fornito risposta alle richieste di informazioni formulate in sede di comunicazione di avvio del procedimento<sup>12</sup>.

**11.** In data 23 marzo 2016 il professionista ha depositato una proposta di

---

<sup>6</sup> Si tratta di complessive n. 181 pagine acquisite agli atti del fascicolo in data 2 febbraio 2016, di cui n. 173 pagine scaricate a partire dall'home page del sito Internet [www.telepass.it](http://www.telepass.it), nel periodo 18-22 gennaio 2016 e n. 8 pagine relative a diversi articoli di stampa pubblicati nel periodo 22 novembre 2015 – 5 gennaio 2016. Cfr. doc. n. 7 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>7</sup> Cfr. docc. nn. 1, 2 e 4 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>8</sup> Cfr. doc. n. 3 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>9</sup> Cfr. doc. n. 9 di cui all'indice del fascicolo. In particolare, è stato rappresentato al professionista come la condotta potrebbe risultare in contrasto con le disposizioni di cui agli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo in ragione della possibile ingannevolezza e/o della sussistenza di omissioni informative nella comunicazione inviata dal professionista ai propri utenti titolari di un contratto Telepass - nelle sue diverse accezioni - "Twin", "Unicum Telepass Family" ed "Unicum Telepass con Viacard", abbinate all'Opzione Premium, in merito alla natura ed alle caratteristiche delle modifiche proposte, al prezzo del servizio, nonché agli effetti che l'esercizio del diritto di recesso produce sul contratto vigente al momento della proposta di modifica unilaterale. A quest'ultimo riguardo, i consumatori potrebbero essere indotti a ritenere che la rinuncia al servizio di soccorso sulla viabilità ordinaria comporti la perdita, non soltanto del servizio di soccorso in autostrada, ma anche del mero servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale e, dunque, la rinuncia al contratto Telepass (nelle diverse accezioni) nel suo complesso. La particolarità della proposta di modifica contrattuale adottata dal professionista potrebbe, altresì, configurare un comportamento aggressivo, in violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo, laddove induce il consumatore ad accettare l'aggiunta del nuovo servizio e/o l'aumento del canone dell'Opzione Premium, per non perdere un servizio di pagamento automatizzato, limitando considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto, nonché spingendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Inoltre, la condotta posta in essere da Telepass potrebbe altresì configurare la violazione dell'articolo 26, lettera, f, del medesimo Codice dal momento che il professionista esige il pagamento differito di un servizio che lo stesso fornisce ma che il consumatore non ha richiesto. Infine, il ricorso ad un meccanismo di adesione tacita del cliente alla proposta di modifica dell'Opzione Premium per i diversi moduli contrattuali adottati (c.d. sistema di opt-out), relativamente all'attivazione del nuovo servizio di soccorso stradale e per la conseguente richiesta di un pagamento supplementare, potrebbe configurare una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo, secondo cui l'adesione del consumatore ad un qualsiasi pagamento supplementare deve essere esplicita e deve comportare un suo consenso espresso.

<sup>10</sup> Cfr. doc. n. 15 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>11</sup> Cfr. doc. n. 21 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>12</sup> Cfr. doc. n. 22 di cui all'indice del fascicolo.

impegni, successivamente integrata il 22 aprile 2016<sup>13</sup>, che è stata rigettata dall'Autorità con delibera del 18 maggio 2016, in quanto ritenuta inidonea a rimuovere i profili di possibile scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento, sussistendo, peraltro, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione<sup>14</sup>.

**12.** In data 14 aprile il professionista è stato sentito in apposita audizione<sup>15</sup>; in tale contesto sono state richieste al professionista ulteriori informazioni, successivamente pervenute in data 3 maggio 2016<sup>16</sup>.

**13.** Il 18 maggio 2016 è stata deliberata una proroga del termine di conclusione del procedimento, comunicata alle Parti il giorno successivo<sup>17</sup>.

**14.** In data 5 luglio 2016 si è svolta una seconda audizione del professionista<sup>18</sup>; in tale contesto, Telepass ha depositato un'ulteriore integrazione ai precedenti impegni del 23 marzo e 22 aprile 2016<sup>19</sup>; anche detta integrazione è stata rigettata dall'Autorità, con delibera del 13 luglio 2016, ribadendo la sussistenza, nel caso di specie, dell'interesse a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione, nonché risultando la loro presentazione tardiva rispetto al termine di cui all'art. 9, comma 1, del Regolamento<sup>20</sup>.

**15.** Con la medesima delibera del 13 luglio 2016 è stata accolta l'istanza di proroga del termine di conclusione del procedimento avanzata da Telepass con nota del 23 giugno 2016 e comunicata alle Parti i successivi 14 e 15 luglio 2016<sup>21</sup>.

**16.** Il 22 luglio 2016 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, fissata al 11 agosto 2016<sup>22</sup>.

**17.** In data 3 agosto 2016 è pervenuta la memoria conclusiva del professionista<sup>23</sup>.

**18.** In data 12 agosto 2016, dal momento che la condotta in esame si è realizzata anche tramite l'invio della comunicazione ai clienti Telepass

---

<sup>13</sup> Cfr. docc. nn. 23 e 27 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>14</sup> Cfr. doc. n. 31 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>15</sup> Cfr. doc. n. 25 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>16</sup> Cfr. doc. n. 28 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>17</sup> Cfr. doc. n. 30 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>18</sup> Cfr. doc. n. 34 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>19</sup> L'integrazione all'impegno, che si riferisce alla clientela privata e business in possesso al 1.12.2016 del contratto Premium "ex Base" che ha ricevuto il nuovo contratto con il servizio di soccorso su viabilità ordinaria, appare garantire la possibilità per detti clienti di effettuare la scelta di adesione all'opt in in modo espresso e consapevole attraverso diverse modalità.

<sup>20</sup> Cfr. doc. n. 37 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>21</sup> Cfr. docc. nn. 33, 36 e 37 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>22</sup> Cfr. docc. nn. 40 e 41 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>23</sup> Cfr. doc. n. 43 di cui all'indice del fascicolo.

tramite *e-mail*, è stato richiesto all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di esprimere il proprio parere in merito alla condotta sopra descritta ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo<sup>24</sup>; il parere richiesto è pervenuto in data 8 settembre 2016<sup>25</sup>.

## **2) Le evidenze acquisite**

### **a) La comunicazione inoltrata da Telepass S.p.A. alla propria clientela**

**19.** Sulla base delle evidenze acquisite agli atti del fascicolo, in particolare dalle richieste di intervento pervenute nel periodo novembre – dicembre 2015 da parte di consumatori e loro associazioni rappresentative (Federconsumatori e Adusbef)<sup>26</sup>, nonché dalla documentazione fornita dal professionista e di quella acquisita nel corso dell’accertamento ispettivo del 9 febbraio 2016, è emerso che, dal mese di novembre 2015, il professionista ha inoltrato ad alcune categorie di clienti - i sottoscrittori dei contratti "*Unicum Telepass Family*", "*Unicum Telepass con Viacard*", "*Twin*", che avessero abbinato ai contratti di pagamento del pedaggio autostradale l'"*Opzione Premium*"<sup>27</sup>, relativa, in particolare, alla prestazione di soccorso

---

<sup>24</sup> Cfr. doc. n. 44 dell’indice del fascicolo.

<sup>25</sup> Cfr. doc. n. 45 dell’indice del fascicolo.

<sup>26</sup> Cfr. docc. nn. 1, 2, 3 e 4 di cui all’indice del fascicolo.

<sup>27</sup> Di seguito si sintetizza l’oggetto dei diversi contratti e dei servizi offerti dal professionista prima dell’invio della comunicazione e dell’unificazione delle opzioni Premium e Premium Extra (Cfr. doc. n. 15.1.94, di cui all’indice del fascicolo):

- 1) TELEPASS FAMILY è il servizio dedicato alle persone fisiche per il pagamento dei pedaggi su tutta la rete autostradale italiana a pedaggio, tramite l’apparato Telepass che potrà essere installato esclusivamente su autoveicoli ad uso privato adibiti al trasporto di persone e su motoveicoli di cilindrata non inferiore a 150 cc, nonché per il pagamento di beni o servizi presso esercizi convenzionati. Il servizio Telepass Family è rivolto esclusivamente a persone fisiche che siano titolari di carta di credito il cui Ente emittente sia convenzionato con TLP per tale servizio o che abbiano un conto corrente presso una filiale e/o dipendenza di un Istituto Bancario convenzionato per il servizio Telepass Family sito nel territorio italiano;
- 2) TELEPASS CON VIACARD è un servizio dedicato a clienti titolari di contratto Viacard che usano frequentemente l’autostrada sia con mezzi ad uso privato che commerciale. Non prevede limiti d’utilizzo e consente l’addebito dei transiti effettuati direttamente sul conto corrente bancario del cliente.
- 3) TELEPASS TWIN consente di usufruire di un apparato Telepass aggiuntivo, collegato al servizio Telepass Family, nonché contestualmente di attivare un’Opzione Premium sull’apparato Telepass aggiuntivo;
- 4) OPZIONE PREMIUM consente ai clienti Telepass Family che aderiscano al servizio, di usufruire delle prestazioni di assistenza e delle agevolazioni (servizi) offerti da Telepass o da società Partner, elencati nella guida ai servizi, consultabile anche on line. L’opzione può essere attivata su ciascun apparato collegato con contratto telepass family o telepass con viacard (clientela business), ma su ciascun telepass può essere attivata una sola opzione. La formalizzazione del contratto Opzione Premium dà diritto alla consegna di una Tessera Partnership (“CARD”) che riporta i dati del cliente, il codice univoco Premium la data di emissione. La tessera Premium è collegata all’apparato prescelto dal cliente ed in sua disponibilità;
- 5) OPZIONE PREMIUM EXTRA consente ai Clienti già titolari di Opzione Premium che ne facciano richiesta, di usufruire di servizi di assistenza ed agevolazioni aggiuntive a quelli offerti con l’Opzione Premium, in particolare consente ai clienti di usufruire del “Servizio di Soccorso Stradale”, secondo le



dell'utente in autostrada in caso di avaria o incidente - una **"Proposta di Modifica Unilaterale del Contratto"** riguardante l'estensione del servizio *Premium* anche al soccorso del veicolo sulla viabilità ordinaria, con conseguente aumento del canone ricollegato all'opzione contrattuale, che viene sostanzialmente raddoppiato (da 0,78€ a 1,50€) rispetto a quello precedentemente in vigore<sup>28</sup> (di seguito il testo della comunicazione):

---

modalità e i termini indicati nella Guida ai Servizi, fornita all'atto dell'adesione all'Opzione EXTRA e pubblicata nel sito [www.telepass.it](http://www.telepass.it).

Il modulo denominato Unicum Telepass Family (al quale per la clientela business corrisponde il modulo Unicum Telepass con Viacard) è un particolare formato utilizzato nel Punti blu, formulato appositamente per consentire l'adesione con firma elettronica avanzata, mediante penna digitale e tablet. Detto modulo non corrisponde ad un contratto autonomo dettato per regolamentare un servizio particolare o ulteriore e non comporta l'adesione a tutti i servizi ivi previsti, essendo comunque lasciato alla scelta libera del cliente aderire a uno o più servizi di quelli che sono disciplinati.

<sup>28</sup> Le proposte di modifica unilaterale dei contratti sono di seguito riassunte:

#### CONTRATTO OPZIONE PREMIUM

ARTICOLO PRECEDENTE - 1.5 L'adesione all'Opzione Premium prevede un canone, per ciascuna Opzione attivata, per i Servizi pari a: • 0,78 Euro (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard • 2,33 Euro (IVA compresa) a trimestre per i Clienti Telepass Family.

MODIFICA 1.5 - L'adesione all'Opzione Premium prevede un canone, per ciascuna Opzione attivata, per i Servizi pari a: • 1,50 Euro (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard • 4,50 Euro (IVA compresa) a trimestre per i Clienti Telepass Family.

#### CONTRATTO TWIN

ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1 L'adesione al TELEPASS TWIN prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 4,13, compresa IVA, così composto: a) Euro 1,80, compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio TELEPASS FAMILY b) Euro 2,33, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'OPZIONE PREMIUM.

MODIFICA 3.1 - L'adesione al TELEPASS TWIN prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 6,30, compresa IVA, così composto: a) Euro 1,80, compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio TELEPASS FAMILY b) Euro 4,50, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'OPZIONE PREMIUM.

#### CONTRATTO UNICUM TELEPASS FAMILY

ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1.2 Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione Premium attivata, è di: • euro 2,33 (IVA compresa) a trimestre, per i Clienti Telepass Family

MODIFICA 3.1.2 - Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione Premium attivata, è di: • euro 4,50 (IVA compresa) a trimestre, per i Clienti Telepass Family.

#### ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1.3

L'adesione al Telepass Twin prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 4,13 compresa IVA, così composto: a) euro 1,80 compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio Telepass Family; b) euro 2,33, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'Opzione Premium.

MODIFICA 3.1.3 - L'adesione al Telepass Twin prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 6,30 compresa IVA, così composto: a) euro 1,80 compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio Telepass Family; b) euro 4,50, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'Opzione Premium.

#### CONTRATTO UNICUM TELEPASS CON VIACARD

ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1 Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione attivata è di:

•euro 0,78 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium; • euro 4,88 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium Truck.

**Proposta di modifica unilaterale dei contratti Opzione Premium. Twin. Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard.**

Gentile Cliente, da qualche tempo siamo al lavoro per offrirti sempre più servizi ai passo con le tue esigenze di mobilità, integrando nella nostra offerta Telepass Premium nuovi Partner e ridefinendo, secondo una logica migliorativa, le agevolazioni e gli sconti già attivi. È proprio in quest'ottica che abbiamo deciso di **unificare i contratti Telepass Premium e Telepass Premium Extra**, assicurandoti la nuova offerta a **condizioni esclusive**: abbiamo esteso infatti - a tutta la clientela Premium - anche il soccorso stradale sulla viabilità ordinaria, in aggiunta al servizio già attivo di assistenza sulla rete autostradale a pedaggio. Conseguentemente, per adeguare il contratto Opzione Premium, nel quale confluisce il contratto Premium Extra, dal prossimo 01 gennaio 2016, verranno introdotte alcune modifiche che comportano un migliore utilizzo del Servizio e una variazione del canone Opzione Premium, il cui testo è riportato in calce. Ci auguriamo che questa novità, introdotta con il desiderio di rendere i nostri servizi più semplici ed efficaci, sia in linea con le tue aspettative, rispondendo quindi pienamente alle finalità migliorative con le quali è stata concepita. **E come ringraziamento per la fedeltà che ci hai dimostrato, per tutto il 2016 avrai comunque invariato il canone dell'Opzione Premium che resterà di euro 0,78 €/mese (Iva inclusa) e potrai usufruire, oltre che del pacchetto completo di sconti e agevolazioni già attive nella tua offerta Telepass Premium, anche del soccorso meccanico gratuito su tutta la viabilità ordinaria.** Ti formuliamo, pertanto, la Proposta di modifica unilaterale dei contratti Opzione Premium, Twin, Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard, limitatamente ai seguenti articoli: **Contratto Opzione Premium – Art. 1.5:** che prevede un canone per ciascuna Opzione Premium attivata, pari a euro 1,50 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard e euro 4,50 (IVA compresa) a trimestre per i Clienti Telepass Family. **Contratto Twin Art. 3.1:** che prevede un costo complessivo trimestrale di euro 6,30, compresa IVA, di cui euro 4,50 per il canone trimestrale dell'Opzione Premium, compresa IVA. **Contratto Unicum Telepass Family – Art. 3.1.2:** che prevede un canone per ciascuna Opzione Premium attivata, pari a euro 4,50 (compresa IVA) a trimestre per i Clienti Telepass Family e un costo complessivo trimestrale di euro 6,30, compresa IVA, di cui euro 4,50 per il canone trimestrale dell'opzione Premium,

---

MODIFICA 3.1 - Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione attivata è di: • euro 1,50 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium; • euro 4,88 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium Truck.



*compresa IVA, per i Clienti Telepass Twin. **Contratto Unicum Telepass con Viacard - Art. 3.1:** che prevede un canone per ciascuna Opzione Premium pari a euro 1,50 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard. A questo link è riportato il testo integrale di tutti gli articoli modificati con le variazioni evidenziate in grassetto, unitamente al relativo documento di sintesi. Ti ricordiamo che le norme e condizioni generali, nella versione integrale, sono disponibili sul sito [www.telepass.it](http://www.telepass.it). Nel ribadirti che le modifiche da noi proposte entreranno in vigore il prossimo 01 gennaio 2016, precisiamo che considereremo approvate le modifiche proposte se entro 60 giorni dalla ricezione della presente comunicazione non deciderai di recedere, senza spese, dal contratto.*

**20.** Telepass, in tale comunicazione, ha quindi precisato di provvedere ad unificare la precedente "Opzione Premium" abbinata ai contratti sopracitati<sup>29</sup> e relativa alla prestazione da parte della società di un pacchetto di servizi - tra i quali il servizio di soccorso dell'utente in autostrada - con l'opzione (più estesa e quindi più costosa) denominata "Premium Extra", che prevede la fornitura al cliente del medesimo servizio di assistenza anche sulla viabilità ordinaria, con conseguente aggiornamento del canone, lasciando all'utente la scelta tra l'accettare la nuova fornitura o recedere da ogni contratto di soccorso autostradale corrente tra le parti.

**21.** Il professionista ha previsto, infatti, l'adesione tacita del cliente alla proposta di modifica in caso di mancata risposta entro 60 giorni dal suo ricevimento, salva la possibilità per il cliente di formalizzare, nel medesimo termine, un espresso recesso dal contratto<sup>30</sup>, rinunciando però così a ogni servizio di assistenza.

**22.** Le modifiche contrattuali sono entrate in vigore a partire dal 1° gennaio 2016 per ciò che concerne l'introduzione del nuovo servizio, mentre, avuto riguardo al canone, in conseguenza di una promozione di un anno offerta da Telepass al momento del lancio dell'operazione ai già clienti Premium ([1-5] milioni), questo è rimasto invariato nel primo anno di attivazione del nuovo servizio (0,78 euro/mese dell'opzione Premium per tutto il 2016)<sup>31</sup>.

<sup>29</sup> "Twin" - "Unicum Telepass Family" - "Unicum Telepass con Viacard".

<sup>30</sup> Vedi il testo della comunicazione riportato al precedente paragrafo n. 19.

<sup>31</sup> Per i circa 400 mila clienti che hanno aderito all'opzione Premium Extra, e che quindi avevano già attivo il servizio di assistenza sulla viabilità ordinaria, il professionista ha inviato una comunicazione analoga a quella destinata agli utenti con contratto opzione Premium in cui, nell'annunciare le modifiche contrattuali, enfatizza contestualmente l'applicazione di una riduzione del canone da 1,78€/mese a 1,50€/mese IVA inclusa. In proposito, si rileva che i titolari della vecchia Opzione Premium Extra, nel primo anno di lancio dell'operazione (2016), pagheranno, per lo stesso servizio, 1,50€/mese (benché importo inferiore al canone precedente pari a 1,78€/mese) a fronte di 0,78€ pagati, in virtù della promozione attivata, dai sottoscrittori dell'Opzione Premium base.

**23.** A seguito di richieste di chiarimenti da parte di Federconsumatori relativamente alla comunicazione inviata dal professionista e di alcuni articoli di stampa pubblicati su quotidiani a rilevanza nazionale<sup>32</sup>, Telepass ha avuto necessità di chiarire in una propria nota esplicativa che l'Opzione Premium concerne "(..) un contratto assolutamente separato dal contratto Telepass che si può sottoscrivere in maniera autonoma". (...) Il cliente Premium, infatti, può decidere di disdire l'opzione Premium in qualsiasi momento, senza alcuna penale e mantenendo attivo il Telepass per il pagamento del pedaggio autostradale<sup>33</sup>.

**b) I contratti in essere al momento dell'invio della comunicazione. Tipologia e dati quantitativi.**

**24.** Secondo le informazioni fornite dal professionista<sup>34</sup>, a far data dal 18 novembre 2015 e fino al 1° dicembre successivo, TLP ha inoltrato complessivamente circa n. [1.000.000-2.000.000] comunicazioni tramite e-mail ai titolari dei diversi contratti.

**25.** Al momento dell'invio della comunicazione, il numero dei contratti (per ogni servizio singolarmente offerto TLP ha predisposto un autonomo testo contrattuale)<sup>35</sup>, corrispondente al numero di utenze attive, è quello riportato nella seguente Tabella 1.

**Tab. 1**

Prodotto	Numero Contratti*	Dispositivi circolanti (telepass e viacard)	Opzione Premium al 18/11/15	Opzione Premium Extra al 18/11/15
FAMILY	[1-5 milioni]	[5- 10 milioni]	[1-5 milioni]	[100-500 mila]
VIACARD	[1- 5 milioni]	[1 - 5 milioni]	[100 - 500 mila]	[50 - 100 mila]
TOTALE	[5-10 milioni]	[5 - 10 milioni]	[1 - 5 milioni]	[100 - 500 mila]

\* A ciascun contratto può essere abbinata una o più targhe: dai dati forniti da TLP il numero di targhe attive è [10 -15 milioni]; inoltre ad alcuni contratti possono essere abbinati più dispositivi (telepass e tessere).

<sup>32</sup> Cfr. docc. nn. 7 e, a titolo esemplificativo, docc nn. 15.1.10, 15.1.14, 15.1.26, ecc., di cui all'indice del fascicolo. Vedi anche il doc. n. 15.1.27 Richiesta chiarimenti importo canone Telepass 2016 da parte del CNA FITA - Unione Nazionale Imprese di Trasporto.

<sup>33</sup> Cfr. doc. n. 5 di cui all'indice del fascicolo. Le modalità con le quali il professionista ha risposto alle richieste di informazioni pervenutegli dopo il lancio dell'operazione hanno riguardato il contact center, la pagina facebook ufficiale ad eccezione del comunicato stampa e della comunicazione della news su telepass.it in risposta alla stampa che riportava l'aumento del canone Telepass e non Premium. Cfr. all. 2 al doc. n. 22 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>34</sup> Cfr. doc. n. 22, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>35</sup> A titolo esemplificativo TLP richiama: il contratto TLP Family, destinato alle persone fisiche, finalizzato al pagamento dei pedaggi autostradali e dei beni e servizi in ambito della mobilità registrati con apparato TLP (TLP con Viacard, stesso servizio ma rivolto agli utenti business); il contratto TLP Twin, che consente al titolare del servizio TLP Family di usufruire di un apparato aggiuntivo e di collegare ad esso un contratto Opzione Premium; il contratto Opzione Premium (che consente alla clientela TLP di fruire dei servizi di assistenza stradale e delle agevolazioni).

26. I dati inerenti al numero dei nuovi contratti di servizio Telepass attivati nel secondo semestre 2014 e nell'anno 2015 (suddivisi per tipologia in: *Telepass Family* e *Telepass con Viacard*) e le *Opzioni Premium* e *Premium Extra* attivate nello stesso periodo, sono quelle risultanti dalla seguente Tabella n. 2<sup>36</sup>.

Tab. 2  
2° sem 2014

TIPOLOGIA PRODOTTO	CTR APERTI NEL PERIODO*	PREMIUM**	PREMIUM EXTRA
TELE PASS FAMILY	[100 mila – 500 mila]	[50 mila – 100 mila]	[100 mila – 500 mila]
TELEPASS CON VIACARD	[10 mila – 50 mila]	[1000 – 10 mila]	[10 mila – 50 mila]
TOTALE	[100 mila – 500 mila]	[50 mila – 100 mila]	[100 mila – 500 mila]

2015

TIPOLOGIA PRODOTTO	CTR APERTI NEL PERIODO*	PREMIUM**	PREMIUM EXTRA
TELE PASS FAMILY	[100 mila – 500 mila]	[100 mila – 500 mila]	[100 mila – 500 mila]
TELEPASS CON VIACARD	[100 mila – 500 mila]	[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila]
TOTALE	[500 mila – 1 milione]	[100 mila – 500 mila]	[100 mila – 500 mila]

\*CTR APERTI NEL PERIODO suddivisi tra family e con viacard (indipendentemente dalla chiusura del contratto stesso).

\*\*PREMIUM: vendite lorde del periodo, a prescindere che siano state fatte da nuovi clienti o in fase di *upselling*.

27. Il valore complessivo dei ricavi derivanti dal pagamento dei canoni relativi ai contratti e quello derivante dal pagamento dei canoni relativi all'attivazione dell'*Opzione Premium* e *Premium Extra*, è rappresentato nella seguente Tabella 3.

Tab. 3 €/000

	2013	2014	2015
Totale Ricavi Telepass Family	[50 mila – 100 mila]	[50 mila – 100 mila]	[50 mila – 100 mila]
Totale Ricavi Premium (Family)	[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila] di cui extra [1 - 1000]	[10 mila – 50 mila] di cui extra [1.000 – 5 mila]
Totale Ricavi Telepass con Viacard (Business)	[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila]
Totale Ricavi Premium (Business)	[1.000 – 5 mila]	[1.000 – 5 mila] di cui extra [1 – 100]	[1.000 – 5 mila] di cui extra [1 – 1000]

<sup>36</sup> Cfr. doc. n. 28, di cui all'indice del fascicolo.

***c) La piena consapevolezza circa l'offerta del nuovo servizio e il sistema di opt-out scelto***

**28.** Il collegamento tra l'aumento del canone dell'*Opzione Premium* e l'introduzione del nuovo servizio di assistenza sulla viabilità ordinaria è chiaramente provato da numerose evidenze agli atti, in particolare, dalla copiosa documentazione acquisita presso le unità funzionali della società nel corso dell'accertamento ispettivo del 9 febbraio 2016, dalla quale emerge la portata dell'operazione posta in essere da TLP, nonché le relative modalità della sua predisposizione e attuazione; quanto esposto è confermato, a titolo esemplificativo:

- da un documento predisposto in replica al comunicato pubblicato sui siti *internet Helpconsumatori* e *Federconsumatori* in data 20 novembre 2015, in cui, oltre a ribadirsi, tra l'altro, l'unificazione del *contratto Opzione Premium*, (..) con il prodotto *Opzione Premium Extra* che prima aveva una *autonomia contrattuale*, può leggersi che *“La manovra posta in essere da Telepass (...), ha comportato la estensione a tutti i clienti Premium del soccorso in città e su tutta la viabilità ordinaria, in aggiunta a quello che prima era limitato alla sola rete autostradale. Tale aumento del servizio ha portato ad un lieve ritocco del costo mensile del Premium (..)”*<sup>37</sup> (sottolineatura aggiunta);

- da uno scambio di *mail*, sempre in replica al comunicato di *Federconsumatori*, in cui si rileva che *“Gli aumenti comunicati nella lettera riguardano esclusivamente un pacchetto di servizi aggiuntivi (chiamati PREMIUM) che si sottoscrivono su base volontaria: soccorso meccanico gratuito in autostrada, sconti su carburante, sconti in Autogrill, autonoleggio etc. (...). Il motivo degli aumenti è dovuto al fatto che si è deciso di aggiungere al Premium il Soccorso Meccanico Gratuito anche fuori autostrada, cioè in città e su tutta la viabilità ordinaria italiana”*<sup>38</sup> (sottolineatura aggiunta).

**29.** Da alcuni *report* in cui sono state effettuate - prima del lancio dell'operazione (ottobre 2015) - delle proiezioni di introiti post modifica contrattuale che evidenziano la redditività derivante dall'unificazione dei contratti (*Premium* e *Premium Extra*) nel breve/medio termine (2016-2020) sulla base di diversi scenari simulati (*No Unione Premium* e *Premium Extra – Si Unione - Unione con promo a 6 e 12 mesi*). Ad esempio, il margine

<sup>37</sup> Cfr., a titolo esemplificativo, il doc. n. 15.1.123, esposto\_federconsumatori\_DEF, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>38</sup> Cfr., a titolo esemplificativo, il doc. n. 15.1.15, mail per federconsumatori, di cui all'indice del fascicolo.

operativo previsto nell'ipotesi di Unione con promo a 12 mesi (che è quella effettivamente posta in essere da TLP) è rappresentato nella seguente Tabella 4<sup>39</sup>, dalla quale si riporta anche la sintesi del tasso di *churn* (abbandono/perdita di clientela) – sia con riferimento all'*Opzione Premium* che al contratto relativo al pagamento automatizzato del pedaggio autostradale (l'apparato Telepass in sé) - ipotizzato dal professionista come possibile conseguenza dell'operazione.

**Tab. 4 Scenario "Unione con Promo a 12 mesi " €/000**

Margine 2016	Margine 2017	Margine 2018	Margine 2019	Margine 2020	Margine cumulato 2016-2020
[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila]	[10 mila – 50 mila]	[50 mila – 100 mila]
Churn % da Unione	[15-20%]				
Churn Apparati % da Unione	[1-5%]				

**30.** Ulteriori evidenze confermano, infatti, come lo stesso professionista abbia contemplato la possibilità che l'operazione posta in essere, in virtù dell'aumento del canone, avrebbe generato effetti di restituzione dell'apparato telepass (*Churn %* variabile dal [15-20%] al [25-30%] a seconda degli scenari ipotizzati), certificando la consapevolezza dei rischi indotti dall'operazione in esame. In particolare, da una *mail* dei primi di febbraio 2016, acquisita in ispezione, si rileva quanto segue: *“Questi i dati di chiusura del mese di gennaio per il Premium (...) il primo mese si è chiuso molto molto bene...(…). Non si continuano ad evidenziare per il Premium restituzioni anomale. Aspettiamo i dati della ricerca sui Punto Blu per capire se invece stanno trainando le restituzioni dei telepass (..)”<sup>40</sup> (sottolineatura aggiunta).*

**31.** Da un'indagine commissionata a società esterna il cui obiettivo era sia di *“stimare la propensione ad attivare la nuova versione di Telepass Premium”*, sia di *“valutare il rischio che gli attuali clienti Telepass Premium non accettino il passaggio automatico alla versione Premium arricchita del nuovo servizio”*<sup>41</sup>. Da tale indagine emerge la *“propensione a mantenere il Telepass Premium a fronte dell'aumento di costo per il soccorso stradale urbano ed extraurbano”* e si evidenzia che, nell'ipotesi di aumento compreso tra [50-100] e [50-100] centesimi di euro, il [35-40%] dei clienti *Telepass Premium* non avrebbe aderito alla variazione del prezzo del canone e/o

<sup>39</sup> Cfr., tra gli altri, doc. nn. 15.1.7 Impatto eco PU\_19102015.xls, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>40</sup> Cfr. doc. n. 15.1.142, PREMIUM CONSUMER - Chiusura gennaio, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>41</sup> Cfr., a titolo esemplificativo, il doc. n. 15.1.9, Unione\_Premium\_report\_def, di cui all'indice del fascicolo.

avrebbe restituito anche l'apparato Telepass; dall'indagine si rileva, altresì, che il [40-45%] del campione analizzato “*non [vuole] pagare un canone mensile più alto*”<sup>42</sup> (sottolineatura aggiunta).

**32.** Invece, le analisi condotte dal professionista sui propri *competitors* per il servizio di soccorso meccanico su tutte le strade italiane<sup>43</sup> sono state dirette alla definizione del prezzo e del posizionamento su tale mercato rispetto ai principali concorrenti, concludendo che *Il Premium con l'estensione del soccorso meccanico alla rete ordinaria al prezzo di [1-5]€/mese risulta essere, nello scenario analizzato, altamente competitivo offrendo un'ampia gamma di servizi legati al soccorso meccanico con un costo mensile concorrenziale.*

**33.** Tra le attività propedeutiche alla realizzazione del progetto Unione del Premium rientra infatti anche la gara effettuata da TLP per il passaggio dalla precedente compagnia assicurativa ad Allianz per quanto riguarda il servizio di soccorso stradale per i clienti *Premium*. Allianz è stato selezionato tramite indagine in base al rapporto prezzo/servizi erogati, che ha rafforzato ulteriormente il *Premium* prevedendo, rispetto alla precedente offerta, diverse migliorie valide sia sulla rete autostradale che sulla viabilità ordinaria<sup>44</sup>, nonché consentendo un risparmio sui costi sostenuti €/mese tessera (autostrada + rete ordinaria)<sup>45</sup>.

**34.** Ulteriori evidenze hanno messo in luce come il professionista, nella fase propedeutica all'invio della comunicazione, si sia effettivamente posto il problema della sua conformità alla normativa vigente in tema di tutela del consumatore e dei possibili impatti legali originanti dall'operazione in sé e, in particolare, della necessità di acquisire un consenso espresso da parte degli utenti destinatari della comunicazione inviata<sup>46</sup>.

**35.** In particolare, da una *mail* acquisita agli atti, il responsabile della struttura organizzativa Consulenza Legale di TLP, si esprime come segue: “(...) sono in staff ed è stato presentato il progetto in oggetto. (...) mi è stata sollevata l'eccezione che per la modifica di norme inerenti variazione di prezzo, sia necessaria l'accettazione firmata dal cliente anziché la proposta

---

<sup>42</sup> Cfr. il doc. n. 15.01.09, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>43</sup> L'analisi dei competitor di Telepass, per il servizio di soccorso meccanico su tutte le strade italiane, è stata condotta su una selezione di società di rilevanza nazionale. Ad ogni società è stato attribuito un punteggio in base alle varie tipologie di offerta, (gamma di servizi forniti e il loro livello es: per il traino: limite km, n. soccorsi annui, limite rimborsi) che insieme al costo mensile, ne ha determinato il posizionamento su una mappa. Cfr. doc. n. 15.1.2, Benchmark 2015, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>44</sup> Cfr. doc. n. 15.1.37, \_\_UNIONE PREMIUM - INGRESSO ALLIANZ\_\_ e doc. n. 15.1.29, Rif\_ Offerta per servizio assicurativo assistenza - Telepass.eml, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>45</sup> Cfr. doc. n. 15.1.32, Rif\_ Re\_ COSTI SOCCORSO.eml, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>46</sup> Cfr. doc. n. 15.1.75, Rif\_ In\_ Unione Premium - impatti legali.pdf, di cui all'indice del fascicolo.



di modifica unilaterale con relativo recesso! (...). Mi fai x favore una verifica di dottrina e giurisprudenza, xché (...) nn vorrei sorprese! (...)"<sup>47</sup>.

**d) I reclami, le richieste di chiarimenti e i recessi dei consumatori**

**36.** Nel corso dell'attività ispettiva è stata altresì acquisita documentazione relativa al numero di reclami e richieste di chiarimenti dei consumatori e loro associazioni pervenuti sul tema a partire dalla data di invio della comunicazione (18 novembre 2015), nonché sul numero di recessi.

**37.** La seguente Tabella 5 riporta il numero dei contatti telefonici attivati dai clienti nel periodo immediatamente successivo all'invio della comunicazione; lo stesso schema riporta il dettaglio della richiesta di chiarimenti ed informazioni ("*no reclamo*") nonché il dettaglio del numero dei reclami ("*si reclamo*"). E' riportata nello stesso allegato la tabella relativa ai contatti scritti, con indicazione del dato del numero dei reclami ("*si reclami*") e delle mere richieste di informazioni ("*no reclami*").

**Tab. 5**

	CONTATTI TELEFONICI			CONTATTI SCRITTI		
	No recl	Si recl	Totale	No recl	Si recl	Totale
2015 nov	[1.000- 5.000]	[1 - 50]	[1.000 - 5.000]	[100- 500]	[1 - 50]	[100 - 500]
2015 dic	[1.000- 5.000]	[1 - 50]	[1.000- 5.000]	[100- 500]	[1 - 50]	[100- 500]
2016 gen	[100 - 500]	[1 - 50]	[100- 500]	[50 - 100]		[50 - 100]
2016 feb	[50 - 100]		[50 - 100]	[1 - 50]		[1 - 50]
Totale	[1.000 - 5.000]	[1 - 50]	[1.000- 5.000]	[500- 1000]	[50- 100]	[500- 1000]

**38.** Quanto alle richieste relative al numero dei recessi pervenuti successivamente alla data di invio delle comunicazioni di modifica unilaterale del contratto, il dato è riportato nella seguente Tabella 6.

**Tab. 6**

	<i>Premium</i>	<i>Extra</i>
<b>RESTITUZIONI</b> <i>dal 18/11/2015 al 31/01/2016</i>		
<b>FAMILY</b>	[10 mila - 50 mila]	[1.000 - 5 mila]
<b>TELEPASS CON VIACARD</b>	[5 mila - 10 mila]	[100 - 1.000]

**39.** Alcune *mail* acquisite agli atti del fascicolo riassumono efficacemente la potenziale (ed effettiva) percezione dei consumatori circa la comunicazione in esame, oggetto di avvio del procedimento, in particolare avuto riguardo alla sua ambiguità, alla scarsa chiarezza, all'intendimento circa l'avviso relativo ad una nuova offerta aggiuntiva ed al timore di dover rinunciare, una

<sup>47</sup> Cfr. doc. n. 15.1.119, Premium unicum.pdf, di cui all'indice del fascicolo.

volta esercitato il recesso, al telepass inteso come strumento di pagamento automatizzato del pedaggio:

1. *Ho appena ricevuto vs email su proposta modifica unilaterale contratto; gradirei capire il costo totale, A REGIME, del nuovo contratto che mi viene imposto (...); inoltre cosa fare per rifiutare questa proposta mantenendo comunque il contratto Telepass, qualora la giudicassi non interessante;*

2. *Ho ricevuto proposta unilaterale modifica contratto; potete per cortesia specificare **DI QUANTO** andrà ad essere maggiorato il servizio? La mail non è per niente chiara (..);*

3. *Vorrei per cortesia spiegazioni in merito alla segnalazione ricevuta perché non intendo aderire a nessuna offerta aggiuntiva.*

*(...) ho provato ad avere alcune informazioni sullo stato del mio contratto telepass tramite call center ... ma poco è servito, (..) Sono titolare dal 22/12/2000 di un contratto TELEPASS FAMILY (..), questa mattina ricevo una mail che mi informa che il mio contratto era variato. (...). In conclusione io volevo sapere solo: è possibile togliere OPZIONE PREMIUM? se tolgo l'opzione cosa succede? Quanto pago? (..). (sottolineature aggiunte)*

**40.** *Peraltro, altre mail acquisite denotano il disorientamento dei consumatori circa le modalità con cui effettuare l'eventuale recesso<sup>48</sup>: Buongiorno, ho ricevuto la comunicazione di modifica unilaterale dell'opzione premium (..), volevo sapere le modalità di recessione dell'opzione (mantenendo comunque attivo il contratto telepass family). Nell'email inviata non sono esplicitate infatti le modalità con cui recedere per cui vi chiedo supporto (sottolineatura aggiunta).*

### **3) Le argomentazioni difensive della Parte**

**41.** *In corso di istruttoria il professionista ha depositato proprie note difensive<sup>49</sup> in cui ha preliminarmente evidenziato che per ogni servizio singolarmente offerto ai clienti è predisposto un autonomo testo contrattuale<sup>50</sup> e che il modulo denominato *Unicum* (sia *Telepass Family* che *Telepass con Viacard*) “non corrisponde ad un contratto autonomo dettato*

---

<sup>48</sup> In ordine alla modalità di comunicazione dei recessi, TLP ha precisato di aver indicato che si potesse operare il "recesso senza spese come da contratto". Il contratto Opzione Premium stabilisce che il cliente può recedere recandosi presso i Punti blu, ovvero inviando una comunicazione tramite Raccomandata AR a Telepass SPA. Le informazioni al riguardo sono disponibili sui contratti, sul sito telepass.it, presso i Punti blu e mediante contatto con i contact center.

<sup>49</sup> Cfr. docc. nn. 22 e 44 dell'indice del fascicolo.

<sup>50</sup> Cfr. precedente nota n. 35.

*per regolamentare un servizio particolare*”, ma è un particolare formato utilizzato nei Punti blu per consentire l’adesione con firma elettronica avanzata, finalizzata ad ottimizzare e rendere più economico il processo di adesione contestuale ma disgiunta ad uno o più servizi Telepass (*Telepass family, Twin, Opzione Premium*) e disciplina ogni singolo servizio con norme specifiche, senza che l’adesione ad uno di tali servizi comporti automaticamente adesione agli altri, ovvero che la cessazione per qualsiasi causa di uno di questi comporti l’automatica cessazione degli altri (fatta eccezione per la cessazione del contratto *Telepass Family*, comunque intervenuta, che determina il venir meno dei contratti *Opzione Premium e Twin*).

**42.** Il professionista ha precisato che le condizioni generali del contratto *Opzione Premium* (nella versione 2014, vigente al momento della proposta della modifica) stabiliscono (art. 2) che il cliente *Premium* può usufruire dei servizi offerti da Telepass e/o da *Partner*, così come indicato nella specifica Guida ai Servizi. Telepass si riserva la facoltà di variare e aggiornare i servizi<sup>51</sup>, così come i *Partner* facenti parte dell’offerta.

**43.** E’ indicato, infatti nel contratto che Telepass può modificare le norme e condizioni *Opzione Premium* per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale, dandone comunicazione al cliente mediante almeno uno dei canali di comunicazione prescelti da Telepass (posta elettronica, comunicazione in fattura, telefono, sms, posta ordinaria, [www.telepass.it](http://www.telepass.it), ecc.). In caso di variazione dei servizi offerti è riservata al cliente la facoltà di recesso dall’*Opzione Premium* senza addebiti.

**44.** Pertanto, TLP sottolinea come il contratto è dettato per offrire un insieme non scindibile di servizi, ai quali non è dato un valore economico singolarmente quantificato<sup>52</sup>. Nel caso in esame, la modifica contrattuale è stata introdotta in considerazione delle esigenze di ampliamento delle caratteristiche generali dei servizi già erogati e di un miglioramento dell’offerta contrattuale.

---

<sup>51</sup> E’ indicato, infatti nel contratto: “5.5 Telepass S.p.A. può modificare le Norme e Condizioni Opzione Premium per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale, dandone comunicazione al cliente presso il suo domicilio. In tali casi sarà precisata la data di entrata in vigore della modifica, ferma restando la possibilità per il cliente di recedere dal servizio senza alcun onere aggiuntivo.”

<sup>52</sup> Per connotazione propria del contratto Opzione Premium, per il soccorso stradale, come per le altre agevolazioni che corrispondono all’offerta in generale, non è possibile indicare né il valore economico singolo della singola agevolazione, né è possibile per la stessa struttura del contratto, così come accettato dai clienti, aderire ad una di esse, disattivandone un’altra, ovvero scegliendo quale accettare espressamente o tacitamente.

**45.** Il Contratto *Opzione Premium Extra*, destinato a chi fosse già titolare di *Opzione Premium* e sottoscrivesse l'apposito modulo, prima della sua cessazione, consentiva la fruizione di servizi aggiuntivi a quelli previsti dall'*Opzione Premium* ed era diretto a disciplinare il singolo servizio di soccorso stradale sulla intera rete viaria<sup>53</sup>.

**46.** Per una scelta aziendale, TLP ha deciso di procedere alla soppressione del nuovo contratto e ad una razionalizzazione e revisione generale dell'offerta *Premium*, tendendo al perseguimento di un obiettivo generale di miglioramento qualitativo dell'offerta. Detto obiettivo è stato comunicato con chiarezza ai clienti per dare loro le motivazioni che erano alla base della necessità, dopo molti anni, di procedere ad un aumento del canone dell'*Opzione Premium* richiamando, nella comunicazione della modifica contrattuale inoltrata, il miglioramento qualitativo dell'offerta con ampliamento dei servizi resi<sup>54</sup>.

**47.** TLP rileva che, secondo la segnalazione di Adusbef e Federconsumatori, l'azienda avrebbe dovuto chiedere ai clienti di accettare in maniera preventiva ed espressa il servizio "aggiunto" nell'offerta, soluzione non possibile in relazione alla struttura del contratto che prevede una offerta di servizi complessiva senza che per ciascuno sia possibile la precisazione del prezzo<sup>55</sup>.

**48.** Per quanto sopra, non configurandosi la fattispecie dell'attivazione automatica di un nuovo servizio, l'azienda ha ritenuto opportuno optare per la soluzione della "*modifica unilaterale del contratto opzione Premium*", come previsto dalla norma contrattuale (art. 5.5) e nel rispetto del Codice del Consumo (art. 33, comma 2, lettere *m* e *o*), procedendo ad una mera variazione di singole clausole e non alla introduzione di un nuovo e diverso

---

<sup>53</sup> TLP si riservava di offrire ulteriori servizi opzionali ed aggiuntivi ai Clienti titolari dell'Opzione Extra; in tal caso, TLP aveva facoltà di prevedere un canone, a titolo di corrispettivo, ulteriore rispetto al canone mensile dell'Opzione Premium, per la fornitura di ciascun servizio opzionale. L'adesione aveva il costo di un euro al mese, iva inclusa, sia per la clientela Family, che per la clientela Viacard. Il contratto era stato pertanto strutturato in modo che l'offerta di servizi in favore dei clienti potesse essere successivamente implementata con "servizi aggiuntivi" a pagamento, i quali sarebbero stati attivati, come prescritto, a richiesta espressa dei clienti che avrebbero potuto aggiungerli, a seguito di accettazione formale.

<sup>54</sup> Indicando che "... siamo al lavoro per offrirti sempre più servizi al passo con le tue esigenze di mobilità, integrando nella nostra offerta telepass Premium nuovi partner e ridefinendo, secondo una logica migliorativa, le agevolazioni e gli sconti già attivi".

<sup>55</sup> Attualmente le agevolazioni offerte da partner commerciali di Telepass SpA ed inserite nella guida ai servizi consistono in: i) Accordo con Allianz "Soccorso meccanico gratuito di Allianz Global Assistance in città e in autostrada; ii) Accordo con Eni Station, in caso di rifornimento di carburante nelle stazioni Eni, agevolazioni sul costo del pedaggio autostradale; iii) Accordo con Pirelli - agevolazioni economiche per acquisto di pneumatici; iv) Accordo con Direct Line - agevolazione economica per l'acquisto di polizze assicurative; v) Accordi con società di noleggio auto - sconti sul noleggio auto; vi) Sconti presso bar e ristoranti aderenti ad alcune catene; vii) Sconti in alcune aree parcheggio; viii) Sconti per acquisto di biglietti per viaggi in nave.

regolamento contrattuale.

**49.** TLP ritiene pertanto che non si tratti di una novazione contrattuale<sup>56</sup>, bensì di una ridefinizione del contratto (è stata soppressa l'opzione *extra* e modificato il pacchetto *premium*), cioè dell'aggiunta di un'agevolazione per un servizio nell'ambito di un contratto in cui è ammesso che i servizi possano cambiare, ma l'opzione offerta sarebbe sempre la stessa. *Premium* è dunque un prodotto aggiuntivo rispetto al servizio base, composto di un pacchetto di agevolazioni su servizi per le quali non è possibile aderire ad una sola di esse. L'aumento del canone *Premium* e l'introduzione del nuovo servizio di soccorso sulla viabilità ordinaria sono stati contestuali, ma vanno visti come eventi separati<sup>57</sup>.

**50.** Di contro, la modifica unilaterale del contratto, nel caso specifico, può essere legittimamente esercitata ove operi su elementi del contratto che non ne determinino una efficacia novativa. La variazione contrattuale ha inciso esclusivamente sul valore del canone e sulla qualità dell'offerta resa.

**51.** In relazione alla contestazione relativa alla violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo, TLP richiama i provvedimenti sanzionatori adottati in argomento dall'Autorità, ritenendo che essi non siano assimilabili alla modifica unilaterale del contratto *Opzione Telepass Premium* posta in essere dal professionista<sup>58</sup> in quanto, nel caso in esame, il contratto è rimasto sempre lo stesso, semplicemente variando una delle agevolazioni allo stesso connesse ed essendo posta in essere una rimodulazione dell'offerta *Opzione Premium*, con unificazione di due contratti, implementazione dell'offerta stessa con un ulteriore servizio, non autonomamente proposto o attivabile, destinato a migliorare il contenuto globale dell'offerta medesima.

**52.** Quanto alle contestazioni relative alla violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in ragione del fatto che i clienti sarebbero stati indotti a ritenere che la rinuncia al servizio di soccorso sulla viabilità ordinaria comporti una perdita non soltanto del servizio di soccorso in

---

<sup>56</sup> Secondo TLP, in base a norme e principi di ordine generale, si potrebbe verificare un fenomeno novativo allorché, a norma dell'art. 1230 c.c., oggetto della variazione fossero stati l'oggetto ed il titolo, quali elementi caratterizzanti del contratto Opzione Premium ("...l'obbligazione si estingue quando le parti sostituiscono all'obbligazione originaria una nuova obbligazione con oggetto e titolo diverso" art. 1230 c.c.).

<sup>57</sup> Cfr. il verbale dell'audizione del 14 aprile 2016, doc. n. 25, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>58</sup> In proposito, TLP segnala, tra gli altri, le pratiche di taluni operatori di telefonia dove sono stati riconosciuti rilevanti ai fini della irrogazione delle sanzioni le pratiche consistenti nell'aver operato la trasformazione dei cosiddetti "servizi di reperibilità" da gratuiti in servizi a pagamento (PS9545 - WIND-ATTIVAZIONE UNILATERALE SERVICE CARD). Secondo TLP, nel caso riportato era stato attivato un autonomo servizio, avente un costo singolo e determinato ("mera Opzione aggiuntiva"). O, ancora, con riferimento al servizio Vodafone Exclusive (PS10186), TLP rileva trattarsi di modifiche contrattuali tali da far effettivamente ritenere intervenuta una novazione contrattuale e per i quali, di conseguenza, occorre espressa accettazione.

autostrada, ma anche del mero servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale, TLP ritiene sussistere un fraintendimento, dal momento che ciascun titolare del servizio *Opzione Premium* ha singolarmente richiesto ed ha accettato il relativo contratto in maniera espressa ed autonoma rispetto al contratto che regola il servizio di pagamento mediante l'utilizzo dell'apparato Telepass; inoltre, mai nelle comunicazioni inviate alla clientela coinvolta è fatto riferimento al servizio di pagamento dei pedaggi autostradali con apparato Telepass (che non è nemmeno citato) e a una possibile "rinuncia" al servizio stesso ed all'apparato Telepass, connessa o conseguente alla mancata accettazione delle modifiche che riguardano il diverso contratto di *Opzione Premium*.

**53.** Secondo TLP tale comunicazione è stata recepita in modo corretto dai clienti, dato il numero minimo di reclami pervenuti nei giorni successivi alla comunicazione inviata; peraltro, non pare rilevabile, in relazione ai rapporti tra i vari contratti, alcun elemento sulla base del quale possa ritenersi che al cliente sia "suggerito" che un recesso dall'*Opzione Premium*, in relazione alla mancata accettazione delle clausole modificate quanto al prezzo, possa determinare un venir meno del contratto Telepass (in modalità "*Telepass Family*" o "*Telepass con Viacard*") e dunque del servizio di pagamento automatizzato dei pedaggi autostradali.

**54.** Il rapporto tra i vari contratti è formalmente indicato e descritto nei testi delle condizioni generali e nelle comunicazioni effettuate ai clienti anche tramite il sito; se è ben possibile essere titolari di Telepass e non avere un contratto di *Opzione Premium*, è scritto chiaramente che il venir meno del contratto di Telepass comporta la cessazione del contratto *Opzione Premium*; mai però, viceversa, la cessazione del contratto *Opzione Premium* può determinare la cessazione del contratto di Telepass<sup>59</sup>.

**55.** I testi delle comunicazioni inviate ai clienti indicano infatti la decisione di unificare i contratti *Telepass Opzione Premium* ed *Opzione Premium Extra* ("*abbiamo aggiunto - a tutta la clientela Premium - anche il soccorso stradale sulla viabilità ordinaria, in aggiunta al servizio già attivo di*

---

<sup>59</sup> Per quanto riguarda i rapporti tra *Opzione* e contratto Telepass è indicato con chiarezza nel testo delle condizioni generali: "1.1 L'Opzione è riservata ai Clienti che abbiano attivo con Telepass S.p.A. un regolare contratto Telepass con Viacard o Telepass Family, limitatamente ai veicoli rientranti nelle classi di pedaggio A e B fino a 35 quintali, esclusi autobus..." - "1.6 L'Opzione è collegata all'apparato Telepass prescelto in disponibilità del Cliente in forza del contratto Telepass Viacard o Family indicato nel presente modulo. In caso di sostituzione dell'apparato l'Opzione viene automaticamente trasferita sul nuovo apparato consegnato al Cliente..." - "4.1 L'Opzione verrà automaticamente risolta: a) in tutti i casi di risoluzione del contratto Telepass o restituzione definitiva dell'apparato Telepass sul quale è attivata l'Opzione".



assistenza sulla rete autostradale a pedaggio”)<sup>60</sup>.

**56.** Infine, nella propria memoria conclusiva, TLP, oltre a richiamare quanto depositato ad esito dell’audizione tenutasi in data 5 luglio 2016, in cui, tra l’altro, ha evidenziato che nel 2016 il numero dei sinistri su viabilità ordinaria è raddoppiato e che dei [1.000-5.000] sinistri su rete ordinaria riscontrati tra gennaio e aprile 2016, per [1.000-5.000] servizi venivano richiesti da clienti *ex Base* ([30-35%] del totale sinistri su rete ordinaria) i quali, pertanto, non solo dovevano ritenersi aver utilizzato il servizio ma, averlo anche accettato; ha ribadito, nel merito, che la variazione di costo non è da rapportare alla nuova agevolazione introdotta bensì al fatto che per oltre un decennio il prezzo contrattuale non aveva subito modifiche e che l’eventuale mancata adesione al contratto *Opzione Premium* non fa venire meno il contratto Telepass base, che rimane valido ed efficace tra le Parti.

**57.** TLP, sulla base di quanto sopra esposto, ha richiesto che l’Autorità voglia dichiarare la non scorrettezza della pratica commerciale intrapresa o, in via subordinata, l’accoglimento dell’impegno consolidato - quale formulato ad esito dell’audizione del 5 luglio 2016 e comportante la realizzazione di un meccanismo di adesione alla modifica contrattuale basato sull’*opt in* che, data la necessità di adottare specifiche modifiche tecniche attualmente non previste nei sistemi Telepass, verrà posto in essere a decorrere dal mese di [omissis] e ultimato nel corso del [omissis] - o, in ulteriore subordine, di valorizzarlo quale ravvedimento operoso ritenendo di aver diritto alla riduzione della sanzione in virtù della sua condotta collaborativa<sup>61</sup> o, ancora in ulteriore subordine, in relazione all’asserita

---

<sup>60</sup> Il riferimento alla implementazione del servizio (e non offerta di servizio aggiuntivo ed autonomo) è stato espressamente indicato al fine di dare piena attuazione dell’art. 5.5 del contratto *Opzione Premium*. Conseguentemente, nello specchio riportato nelle comunicazioni erano chiaramente indicate le clausole modificate, ed erano stati riportati i testi delle stesse precedenti e successive.

<sup>61</sup> TLP ha ribadito le condizioni del Ravvedimento Operoso, sostanzialmente coincidenti con la proposta di impegno consolidato depositata in allegato al verbale di audizione del 5 luglio 2016 con le quali mira a garantire la possibilità per i clienti sottoscrittori dell’*Opzione Premium* di effettuare la scelta di adesione all’*opt in* in modo espresso e consapevole attraverso modalità da adottarsi consequenzialmente l’una rispetto all’altra qualora la precedente non abbia risposta entro un termine massimo da definirsi. Le condizioni alle quali TLP si è impegnata sono le seguenti:

A. il prezzo dell’offerta *Opzione Premium*, come modificata nel "pacchetto" di agevolazioni a far data dal 1° gennaio 2016, rimarrà il medesimo per tutto l’anno 2016. Il prezzo verrà incrementato dal 1° gennaio 2017;

B. per i suddetti clienti, essendo già operativo l’effetto giuridico della modifica del contratto *Opzione Premium* a decorrere dal 1° gennaio 2016, come previsto dalle Norme e Condizioni che disciplinano il contratto, è possibile in ogni momento recedere dal contratto stesso senza costi aggiuntivi;

C. quanto sopra rimarrà valevole anche a far data dal 1° gennaio 2017, cosicché i clienti, che non vogliano continuare a fruire dell’offerta *Opzione Premium*, potranno recedere dal contratto senza costi aggiuntivi;

D. il recesso dall’*Opzione Premium* non comporterà in alcun caso la cessazione del servizio Telepass di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale e degli altri servizi di mobilità cui i clienti avessero aderito; allo stesso modo, la mancata sottoscrizione dell’*Opzione Premium*, non comporta la caducazione del contratto Telepass Base del quale il cliente rimarrebbe comunque titolare.

violazione *ex art.* 65 del Codice del Consumo, che le misure che l'Autorità riterrà di adottare trovino applicazione unicamente per i contratti *Premium* sottoscritti dal 13 giugno 2014 in poi, con salvezza integrale di quelli anteriori alla data indicata, vista la chiara disposizione transitoria riportata che fa decorrere l'efficacia delle nuove disposizioni da un termine ben definito.

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

**58.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche via *e-mail*, in data 12 agosto 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo<sup>62</sup>.

**59.** Con parere pervenuto in data 8 settembre 2016<sup>63</sup>, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha limitato le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica, esprimendo il proprio parere nel senso che la comunicazione, effettuata dal professionista per mezzo di posta elettronica, sottopone il soggetto contattato, virtuale fruitore dei servizi offerti, a una sollecitazione non richiesta, peraltro creando un rapporto fondato su quanto comunicato dal professionista stesso e che, dunque, essa è suscettibile di ingenerare una ragionevole fiducia nell'interlocutore, rendendo in tal modo possibile l'omissione di informazioni ovvero la fornitura di informazioni fuorvianti o non corrispondenti al vero.

**60.** Pertanto, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che, nel caso di specie, la comunicazione via *e-mail* sia idonea a influenzare

---

E. L'impegno doveva intendersi riferito alla clientela privata e business in possesso al 1.12.2016 del contratto *Premium* "ex Base" che avesse ricevuto la comunicazione di modifica del contratto con il servizio di soccorso su viabilità ordinaria;

F. TLP garantirà la possibilità per detti clienti di effettuare la scelta di adesione all'opt in in modo espresso e consapevole attraverso le seguenti modalità da adottarsi consequenzialmente l'una rispetto all'altra qualora la precedente non abbia risposta entro un termine massimo da definirsi: *[omissis]*.

In questa sede si rileva che se, da un lato, le misure proposte da TLP appaiono consentire l'attivazione di quel meccanismo virtuoso comportante l'adesione consapevole alle modifiche contrattuali proposte da parte dei consumatori, dall'altro esse non chiariscono quali conseguenze si determineranno sui contratti *Opzione Premium ex Base* nel caso in cui i titolari non rispondano alle sollecitazioni del professionista nei tempi indicati per accettare dette modifiche.

<sup>62</sup> Cfr. doc. n. 44 dell'indice del fascicolo.

<sup>63</sup> Cfr. doc. n. 45 dell'indice del fascicolo.

significativamente la realizzazione della condotta oggetto della richiesta di parere.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**61.** Il presente provvedimento concerne il comportamento posto in essere da TLP consistente nell'attivazione di un nuovo servizio (il servizio di soccorso anche sulla viabilità ordinaria) ai propri clienti sottoscrittori del contratto *Opzione Premium* (abbinato ai moduli contrattuali denominati “*Twin*”, “*Unicum Telepass Family*” ed “*Unicum Telepass con Viacard*”) applicando, a partire dal 1° gennaio 2017, una variazione in aumento del canone - sostanzialmente raddoppiato rispetto a quello precedentemente in vigore (da 0,78€ a 1,50€ mensili) -, senza averne chiesto preventivamente il consenso espresso dei clienti, bensì prevedendone la tacita adesione.

**62.** In particolare, il nuovo servizio *Opzione Premium*, derivante dall'unificazione dell'*Opzione Premium* (un pacchetto di servizi all'interno dei quali è ricompreso il soccorso dell'utente in autostrada) con l'*Opzione Premium Extra* (con il quale si prevedeva anche il soccorso sulla viabilità ordinaria), dal 1° gennaio 2016 è stato automaticamente attivato in caso di mancata risposta dei consumatori entro 60 giorni dal ricevimento della “*Proposta di Modifica Unilaterale del Contratto*” che è stata inviata ai sottoscrittori dei summenzionati contratti, anche tramite *e-mail*, nel mese di novembre 2015.

**63.** Per i motivi che di seguito si esporranno, la condotta oggetto del presente provvedimento non risulta rispettosa dei canoni minimi di diligenza richiesti ad un operatore quale TLP, ed è caratterizzata da un'aggressività tale da condizionare indebitamente le scelte economiche dei consumatori e, pertanto, da porsi in violazione degli articoli 20, 24, 25 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo; inoltre, per i nuovi contratti sottoscritti a far data dal 13 giugno 2014, si rileva anche la violazione dell'articolo 65 del medesimo Codice nella formulazione assunta a seguito del recepimento della direttiva 2011/83/UE (c.d. *Consumer Rights*).

### **a) *La pratica commerciale aggressiva***

**64.** Dall'analisi della condotta sopra descritta emergono diversi elementi che, nel loro complesso, denotano il carattere particolarmente scorretto e aggressivo dell'operazione posta in essere dal professionista.

**65.** In via preliminare, si rileva come TLP abbia sostanzialmente proceduto all'attivazione di un nuovo servizio richiedendo un consistente aumento (pari a quasi il 100%) del canone precedentemente corrisposto dai clienti, e adottando un meccanismo che non prevede una consapevole ed espressa adesione ed accettazione da parte dei propri clienti (*opt in*), bensì obbligandoli, *a contrario*, entro un termine dallo stesso professionista prestabilito, ad attivarsi, in caso di assenza di interesse, per formalizzare un espresso recesso dal contratto (*opt out*).

**66.** Le evidenze raccolte nel procedimento hanno dimostrato che l'unificazione del servizio *Premium* con il servizio *Premium Extra* determina l'attivazione di un nuovo servizio - soccorso stradale sulla viabilità ordinaria - e la corresponsione di un consistente aumento del canone a carico dei consumatori.

**67.** In proposito, basti considerare quanto richiamato al precedente paragrafo n. 28 in cui si rileva, in particolare da uno scambio di *mail* in replica al comunicato stampa di Federconsumatori, che “ (...). Il motivo degli aumenti è dovuto al fatto che si è deciso di aggiungere al Premium il Soccorso Meccanico Gratuito anche fuori autostrada, cioè in città e su tutta la viabilità ordinaria italiana” (sottolineatura aggiunta).

**68.** Del resto, tutte le attività propedeutiche e preparatorie alla definizione ed al lancio dell'operazione (*report* delle proiezioni di introiti *post modifica* contrattuale; ipotesi sugli effetti di restituzione dell'apparato Telepass - cd. *churn*; indagine commissionata al fine di “*valutare il rischio che gli attuali clienti Telepass Premium non accettino il passaggio automatico alla versione Premium arricchita del nuovo servizio*”; analisi condotte dal professionista sui propri *competitors*)<sup>64</sup> appaiono preordinate proprio alla definizione del prezzo e del posizionamento di TLP sul mercato dei servizi di soccorso stradale rispetto ai principali concorrenti, così da stabilire e quantificare la portata dell'operazione in termini di margini operativi nel breve-medio termine, conseguenti all'aumento del canone vigente ed alla nuova struttura contrattuale prevista.

**69.** La stessa gara effettuata da TLP per il passaggio dalla precedente compagna assicurativa ad Allianz, per quanto riguarda l'esternalizzazione del servizio di soccorso stradale per i clienti *Premium*, rientra tra dette attività propedeutiche, come certificato da taluna documentazione agli atti del fascicolo in cui si rileva che “(...) *nell'ambito del progetto di Unione del Premium, (...) ci sarà il passaggio da [omissis] ad Allianz per quanto*

---

<sup>64</sup> Cfr. precedente paragrafo n. 32.

*riguarda il soccorso stradale per i clienti Premium. Allianz è stato selezionato tramite indagine in base al rapporto prezzo/servizi erogati offerto. Il passaggio (...) rafforza ulteriormente il Premium in quanto prevede, rispetto all'offerta attuale, diverse migliorie valide sia sulla rete autostradale che sulla viabilità ordinaria, (...)*<sup>65</sup> (sottolineatura aggiunta).

**70.** Ciò premesso, l'attivazione di un nuovo servizio necessita di un consenso espresso dei consumatori (*opt-in*) in quanto modalità in grado di consentire una scelta consapevole circa l'acquisto e la prestazione richiesta. A questo riguardo, come rilevato dallo stesso professionista, l'*Opzione Premium* e/o l'*Opzione Premium Extra* erano state in precedenza (cioè prima della *Proposta di modifica unilaterale del contratto*) attivate secondo un analogo meccanismo di *opt-in* proprio perché entrambe prevedono un corrispettivo ulteriore (e ben determinato da TLP in termini di costo/unità) rispetto al canone richiesto per il servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale e ad esso inscindibilmente connesse.

**71.** Pertanto, nel caso in esame, il professionista ha attivato un nuovo servizio (*Nuova Opzione Premium* con soccorso stradale sulla viabilità ordinaria) e richiesto un significativo incremento del canone (da 0,78 a 1,50 euro/mese)<sup>66</sup>, senza che al consumatore venisse data la possibilità di esprimere il proprio consenso in maniera esplicita (come era avvenuto in precedenza).

**72.** Peraltro, la condotta del professionista presenta un ulteriore profilo di scorrettezza. Va infatti rilevato che la proposta di modifica in esame adottata dal professionista non comporta solo l'attivazione automatica di un nuovo servizio e un aumento del canone, ma prevede altresì, in caso di espresso rifiuto del consumatore, si determini la perdita secca del pacchetto di servizi già in essere (tra i quali, in particolare, il soccorso e l'assistenza in autostrada). Si tratta evidentemente di una modalità in grado di condizionare ulteriormente - oltre al meccanismo di *opt out* - le scelte del consumatore e indurlo ad accettare, per non perdere i servizi espressamente già richiesti ed attivati su base volontaria, l'aggiunta del nuovo servizio e il collegato aumento del canone.

**73.** In questa prospettiva, priva di pregio appare quindi la difesa del professionista basata essenzialmente sul fatto che l'operazione posta in essere - avviata con l'inoltro della comunicazione *de quo* - non rappresenti,

---

<sup>65</sup> Cfr. doc. n. 15:01:37, \_\_UNIONE PREMIUM - INGRESSO ALLIANZ\_\_.eml, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>66</sup> In proposito, relativamente ai sottoscrittori dell'*Opzione Premium Extra*, si consideri quanto riportato alla precedente nota n. 32.

stante la struttura del contratto, una novazione, ma semplicemente una rideterminazione del *bouquet* di servizi previsti al suo interno, che inciderebbe esclusivamente sul valore del canone e sulla qualità dell'offerta. Le evidenze hanno infatti ampiamente dimostrato che l'unificazione dei servizi *Premium* e *Premium Extra*, tramite l'aggiunta del servizio di soccorso stradale e l'aumento del canone, non sono modifiche marginali per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale<sup>67</sup>, bensì sono collegate all'offerta di un nuovo servizio. Parimenti, le evidenze e le stesse comunicazioni di TLP provano come tali modifiche sono contestuali e, appunto, funzionalmente collegate, e non possono quindi essere considerate come eventi separati<sup>68</sup>.

**74.** Anche in merito all'affermazione del professionista secondo la quale sarebbe impossibile separare il *servizio di soccorso stradale su rete viaria in forma autonoma perché detto servizio non esiste in tale modalità e non è singolarmente attivabile, né esiste una quantificazione per esso*", basti osservare, da un lato, che proprio il professionista offriva tale servizio in forma separata attraverso, appunto, l'opzione *Premium Extra*; dall'altro, che i numerosi *report* acquisiti nel corso dell'accertamento ispettivo dimostrano, al contrario, la concreta possibilità di un'esatta quantificazione del costo del servizio aggiunto<sup>69</sup>.

**75.** La particolarità della proposta (scorretta) di modifica unilaterale del contratto adottata dal professionista, realizzatasi attraverso l'invio di una *e-mail* ad oltre [1-5] milioni di utenti, presenta inoltre numerosi profili di scorrettezza laddove si consideri che il professionista non specifica in modo chiaro ai propri clienti il contenuto e la natura del nuovo servizio offerto, in particolare l'aggiunta del servizio di soccorso stradale, ma soprattutto che l'eventuale recesso si riferisce unicamente all'*Opzione Premium* - nella sua nuova veste unificata - piuttosto che al servizio di pagamento automatizzato

---

<sup>67</sup> Nel contratto Opzione Premium (art. 5.5) è indicato, infatti che TLP può modificare unilateralmente le Norme e Condizioni Opzione Premium - secondo le modalità di cui all'art. 7.3 delle Norme e Condizioni del servizio Telepass con Viacard e dell'art. 8.3 del servizio Telepass Family - per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale, dandone comunicazione al cliente presso il suo domicilio. In tali casi sarà precisata la data di entrata in vigore della modifica, ferma restando la possibilità per il cliente di recedere dal servizio senza alcun onere aggiuntivo.

<sup>68</sup> Cfr. verbale di audizione del 14 aprile 2016, doc. n. 25 di cui all'indice del fascicolo. Tale affermazione, come riportato nel testo, risulta smentita dalla circostanza che, in precedenza, il servizio di soccorso stradale sulla rete ordinaria veniva offerto in modo autonomo e a fronte di autonomo pagamento (con la c.d. Opzione Premium Extra).

<sup>69</sup> Cfr. precedente paragrafo n. 29 e la mail di cui al doc. n. 15:01:32 "Re: COSTI SOCCORSO", del 27 novembre 2015, in cui si rileva come il professionista conoscesse esattamente quali fossero i costi €/mese tessera (solo autostrada) e €/mese tessera (autostrada + rete ordinaria) da sostenersi in termini di compensi richiesti dalle società di assicurazione in lizza per l'esternalizzazione del servizio di soccorso al momento del lancio dell'operazione.



del pedaggio autostradale usufruibile tramite l'apparato Telepass, che rimane comunque attivo. Oscure appaiono anche le modalità con le quali esercitare tale diritto di recesso<sup>70</sup>, elementi tutti che rendono difficile la comprensione della reale natura dell'operazione in esame.

**76.** A tutti questi elementi, espressione del *modus operandi* particolarmente aggressivo del professionista, se ne aggiungono di ulteriori, laddove si analizzi il testo della comunicazione inviata da TLP alla propria clientela che, dato il suo tenore, contribuisce ad amplificare le ambiguità e la scarsa trasparenza sia delle sue modalità di proposizione che dell'operazione nel suo complesso.

**77.** Nella sua comunicazione il professionista non chiarisce infatti adeguatamente il contenuto della proposta modifica, genericamente riferendosi all'offerta *Telepass Premium*, all'unificazione dei contratti *Telepass Premium* e *Telepass Premium extra*, ai miglioramenti, alle agevolazioni e ai vantaggi esclusivi riservati al consumatore. Contrariamente a quanto sostenuto da TLP - che, nelle sue difese, rivendica che *mai*, nei messaggi inoltrati alla clientela, è fatto riferimento al servizio di pagamento dei pedaggi autostradali con apparato Telepass (che non è nemmeno citato) e a una possibile "rinuncia" al servizio ed all'apparato stesso -, si osserva che proprio l'assenza di qualsiasi chiara specificazione circa la modifica apportata - limitata all'*Opzione Premium* base - ha comportato una comunicazione altamente ambigua e ingannevole, preordinata a produrre un effetto confusorio in grado di condizionare indebitamente i consumatori allo scopo di indurli ad accettare passivamente l'aggiunta del nuovo servizio e l'aumento di prezzo.

**78.** In particolare, già dall'oggetto stesso della *e-mail* (*Proposta di modifica unilaterale dei contratti Opzione Premium. Twin. Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard*)<sup>71</sup>, TLP fa riferimento non soltanto al contratto denominato *Opzione Premium*, ma anche ai contratti "*Twin*", "*Unicum Telepass Family*" ed "*Unicum Telepass con Viacard*", rendendo fin dal primo momento difficoltoso per i consumatori destinatari comprendere a quale di tali contratti la modifica concretamente si riferisca.

**79.** Peraltro, lo stesso professionista ha chiarito, nella risposta alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento, che il modulo denominato *Unicum* (sia *Telepass Family* che *Telepass con Viacard*) è un particolare formato utilizzato nei Punti blu per consentire

---

<sup>70</sup> Vedi, al riguardo, i reclami/richieste di chiarimenti dei consumatori riportate al precedente paragrafo n. 39.

<sup>71</sup> Vedi precedente paragrafo n. 19.

l'adesione con firma elettronica avanzata e “*non corrisponde ad un contratto autonomo dettato per regolamentare un servizio particolare*”<sup>72</sup>, ciò che conferisce alla comunicazione *de quo* un evidente carattere di ambiguità, confusorietà e incertezza per i destinatari.

**80.** Assume particolare rilevanza anche il fatto che a seguito delle contestazioni avanzate dalle associazioni di consumatori<sup>73</sup> e degli articoli di stampa apparsi successivamente al lancio dell'operazione - che avevano associato l'aumento proposto proprio alla variazione del prezzo del canone Telepass<sup>74</sup> - TLP ha proceduto a pubblicare un comunicato stampa per chiarire l'effettivo contenuto e le caratteristiche dell'operazione stessa, precisandole nel senso sopra indicato<sup>75</sup>.

**81.** In particolare, proprio in merito alla chiarezza della comunicazione circa il contenuto del nuovo servizio *Premium* e specificamente all'aggiunta del nuovo servizio di soccorso stradale sulla viabilità ordinaria – ed al conseguente aumento del canone – come emerso dalla stessa analisi effettuata dal professionista, trattasi di servizio offerto sul mercato da una pluralità di *competitors* e, in particolare, dalle numerose compagnie di assicurazione che, unitamente alla copertura obbligatoria assicurativa per

---

<sup>72</sup> Cfr. doc. n. 22 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>73</sup> Cfr. doc. n. 3 di cui all'indice del fascicolo (segnalazione Federconsumatori/Adusbef), nonché la numerosa corrispondenza acquisita in ispezione tra TLP e Federconsumatori (vedi precedente nota n. 32)

<sup>74</sup> Cfr. doc. n. 7 di cui all'indice del fascicolo, in particolare le n. 8 pagine relative a diversi articoli di stampa pubblicati nel periodo 22 novembre 2015 – 5 gennaio 2016.

<sup>75</sup> Si riporta un ampio stralcio del testo del comunicato stampa di TLP: “Telepass: ecco come cambia il prodotto Premium nel 2016 - Dopo le notizie emerse in questi giorni, Telepass ci tiene a chiarire alcuni aspetti relativi alle informazioni riprese dagli organi di stampa. La società Telepass S.p.A. (.....) ha deciso di riorganizzare i servizi e i pacchetti opzionali presenti nel prodotto Premium. L'Opzione Premium consente infatti ai clienti che abbiano un contratto Telepass Family o Telepass con Viacard o contratto Twin di avvalersi, su base volontaria, di una serie di sconti e servizi aggiuntivi a condizione di favore. Si tratta di un contratto assolutamente separato dal contratto Telepass che si può sottoscrivere in maniera autonoma. Nel dettaglio la società ha deciso, dal 1 gennaio 2016, di apportare delle modifiche ai seguenti moduli contrattuali Premium denominati: Opzione Premium, Twin, Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard. I contratti Premium e Premium Extra saranno unificati, estendendo a tutta la clientela Premium anche il soccorso stradale sulla viabilità ordinaria in aggiunta al servizio già attivo di assistenza sulla rete autostradale a pedaggio. Ovviamente tutto ciò avverrà contestualmente ad un aumento dei costi relativi all'Opzione Premium, ma a una riduzione del canone mensile per i 400mila clienti che hanno aderito all'Opzione Premium Extra (da 1,78€/mese a 1,50€/mese IVA inclusa). Nel dettaglio le variazioni che saranno applicate da gennaio 2016: Opzione Premium da 0,78 a euro 1,50 euro mensili per i clienti telepass con Viacard; Opzione Premium da 2,33 Euro a Euro 4,50 a trimestre per i clienti Telepass Family; Telepass Twin passa da un costo trimestrale complessivo di Euro 4,13 a Euro 6,30. Non è previsto di conseguenza nessun aumento del canone del Telepass, inteso come sistema di pagamento del pedaggio, per gli oltre 8 milioni di utilizzatori. Se le modifiche contrattuali relative ai servizi erogati entreranno in essere a partire dal 1 gennaio 2016, ciò non vale per l'aumento del canone. Telepass infatti ha deciso di offrire una promozione di 1 anno ai già clienti Premium (1,5 milioni) mantenendo invariato il prezzo di 0,78 euro/mese dell'Opzione Premium per tutto il 2016. Si precisa inoltre che il cliente Premium può decidere di disdire l'Opzione Premium in qualsiasi momento, senza alcuna penale e mantenendo attivo il Telepass per il pagamento del pedaggio autostradale. [sottolineatura aggiunta].

“ – Cfr. doc. n. 5 e 6 di cui all'indice del fascicolo.

Responsabilità Civile, offrono in abbinamento proprio il servizio di assistenza stradale. Pertanto, è plausibile ritenere che una buona percentuale dei destinatari della comunicazione non fosse interessato all'operazione *de quo* e che non abbia espresso la volontà di recedere dal contratto, come esplicitato *supra*, proprio nel timore di perdere il servizio di pagamento automatizzato del pedaggio.

**82.** Si consideri, inoltre, che ad oggi non è possibile determinare quanti degli utenti titolari dell'*Opzione Premium* (pari ad oltre [1-5] milioni), dopo l'invio della comunicazione sulla unificazione dei servizi *Premium* e *Premium Extra*, abbiano aderito volontariamente ed effettuato una scelta consapevole alla proposta di TLP e quanti, invece, l'abbiano subita passivamente.

**83.** In proposito, si rileva che il numero dei contatti (tra richieste di chiarimenti/informazioni e reclami, scritti e orali) e dei recessi registrati nel periodo immediatamente successivo all'invio della comunicazione, acquisiti agli atti nel corso dell'accertamento ispettivo e comunicate dallo stesso professionista, contrariamente a quanto affermato da TLP, oltre a non apparire *esiguo* in considerazione del breve periodo di tempo preso a riferimento, appare comunque tale da confermare che non si è trattato di casi sporadici ma di un comportamento scorretto del professionista, che denota una evidente potenzialità lesiva per le scelte dei consumatori, tale da consentire di ascrivere la condotta nel quadro dell'illecito di mero pericolo<sup>76</sup> (vedi precedenti paragrafi nn. 36 e segg.).

**84.** Occorre considerare che la condotta del professionista si palesa come aggressiva nella misura in cui esige il pagamento, da parte dei consumatori, per un servizio che effettivamente viene fornito, ma che i clienti non hanno richiesto, dal momento che, come visto, è stata predisposta una clausola di *opt-out* e non di *opt-in*.

**85.** Quanto alla diligenza professionale, non si riscontra da parte di TLP il normale grado di competenza ed attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista ed alle caratteristiche dell'attività svolta. Ciò con particolare riferimento all'indebito condizionamento riscontrato nelle modalità di rappresentazione ai consumatori dei contenuti dell'operazione posta in essere ed alla sua natura,

---

<sup>76</sup> Cfr., Cons. Stato n. 4753/2012, cit., per cui, in base alla definizione di pratica commerciale, di cui al Codice del Consumo, "l'elemento materiale della pratica commerciale scorretta può estrinsecarsi anche in condotte che nei fatti poi risultano soggettivamente identificabili, senza necessità che la stessa debba dirigersi, numericamente, contro una consistente percentuale di consumatori, o clienti, dell'impresa, ovvero concretarsi in condotte reiterate nel tempo". In senso conforme cfr. Corte di Giustizia del 6 aprile 2015, causa C-388/13.

nonché nella carente esplicitazione delle concrete possibilità di rinunciare al mero servizio di assistenza stradale e non anche a quello di pagamento automatizzato del pedaggio.

**86.** Alla luce di quanto esposto, la condotta posta in essere dal professionista, con riferimento alla totalità dei contratti “*Opzione Premium*”, “*Twin*”, “*Unicum Telepass Family*” ed “*Unicum Telepass con Viacard*” stipulati con la propria clientela, si pone in violazione degli articoli 20, 24 e 25 e 26 lettera f), del Codice del Consumo, in quanto appare idonea a configurare una pratica aggressiva del professionista, suscettibile di condizionare indebitamente il consumatore medio e indurlo ad accettare tacitamente la modifica proposta, nonché idonea a limitare considerevolmente la sua libertà di scelta o di comportamento in relazione al prodotto, spingendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

**a) *La violazione dell’art. 65 del Codice del Consumo***

**87.** In merito al procedimento in oggetto, con esclusivo riferimento ai contratti *Opzione Premium* base sottoscritti nel periodo successivo al 13 giugno 2014 (circa n. [100– 500 mila]), è necessario prendere in considerazione, quale parametro di valutazione della condotta del professionista, il novellato art. 65 del Codice del Consumo, il quale prevede che “*Prima che il consumatore sia vincolato dal contratto o dall’offerta, il professionista chiede il consenso espresso del consumatore per qualsiasi pagamento supplementare oltre alla remunerazione concordata per l’obbligo contrattuale principale del professionista. Se il professionista non ottiene il consenso espresso del consumatore ma l’ha dedotto utilizzando opzioni prestabilite che il consumatore deve rifiutare per evitare il pagamento supplementare, il consumatore ha diritto al rimborso di tale pagamento*”.

**88.** La *ratio* dell’intervento normativo – che costituisce fedele trasposizione dell’art. 22 della direttiva 2011/83/UE (c.d. *Consumer Rights*) – consiste dunque nella tutela dell’effettiva libertà di scelta del consumatore, la quale risulta compromessa laddove non si richieda, per il sorgere del vincolo, l’espressione di un consenso attivo ad una proposta del professionista relativa a qualsiasi pagamento supplementare.

**89.** Il legislatore, quindi, ha sancito, con tale disposizione, il divieto dello strumento comunemente denominato *opt-out*, a vantaggio dell’opposto sistema dell’*opt-in*, ritenuto, per evidenti ragioni, maggiormente rispettoso

dell'autonomia di scelta del consumatore.

**90.** In particolare, l'accessorietà dell'offerta *Premium* rispetto al servizio di pagamento automatico del pedaggio autostradale risulta *per tabulas*: infatti l'*Opzione Premium*, sia nella vecchia che nella nuova veste, costituisce un servizio (o pacchetto di servizi) supplementare e servente rispetto al contratto principale (l'utilizzo del sistema di pagamento del pedaggio autostradale tramite l'apparato Telepass), fruibile attraverso le distinte formule contrattuali *Twin* o *Unicum TLP Family* o *Unicum TLP con Viacard*, con relativa richiesta di un pagamento supplementare avvenuta, nel caso che ci occupa, predisponendo una tipica clausola di *opt-out*.

**91.** L'art. 4, lettera a), delle *Norme e Condizioni relative all'Opzione Premium* precisa, infatti, che tale *Opzione* è strettamente legata all'esistenza del contratto principale, con conseguente risoluzione nel caso in cui questo, per qualunque ragione, venga meno<sup>77</sup>.

**92.** Alla luce delle evidenze istruttorie e delle conseguenti valutazioni sopra espresse circa il comportamento adottato dal professionista nel caso di specie, appare inconfutabile che l'operazione posta in essere si qualifichi come un servizio aggiuntivo e, quale che sia la qualificazione dell'*Opzione Premium*, la predisposizione di una clausola c.d. *opt-out* a fronte di un pagamento supplementare per la fruizione di detto ulteriore servizio costituisce, per le ragioni sopra esposte e con riferimento ai contratti sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo.

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**93.** Ai sensi dell'art. 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**94.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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

---

<sup>77</sup> Cfr. art. 4– Risoluzione del rapporto del contratto Opzione Premium: “in tutti i casi di risoluzione del contratto Telepass o restituzione definitiva dell'apparato Telepass sul quale è attivata l'opzione”, quest'ultima viene automaticamente risolta.

delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

**95.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione del professionista, società controllata da ASPI, che può vantare una posizione dominante nel settore delle attività relative all'emissione, commercializzazione e gestione dei sistemi di pagamento elettronico Telepass e Viacard nelle modalità *post* pagato e che gode di crescente notorietà presso il pubblico con, attualmente, oltre [5-10] milioni di apparati Telepass in circolazione. TLP, in base all'ultimo bilancio disponibile (31 dicembre 2014), ha riportato nel medesimo anno ricavi per servizi pari ad oltre [100-150] milioni di euro e un utile di esercizio pari a circa [50-100] milioni di euro<sup>78</sup>, potendosi ritenere, pertanto, un'impresa *leader* nell'attività di vendita e/o concessione in uso di apparati tecnologici.

**96.** Sempre con riguardo alla gravità, si tiene conto che, al momento dell'invio della comunicazione, il numero dei contratti *Opzione Premium* sui quali incide la variazione del relativo canone è risultato pari ad oltre [1 – 5] milioni (di cui circa [100 mila - 500 mila] sono i nuovi contratti di servizio Telepass con *Opzione Premium* attivati nel secondo semestre 2014 e nell'anno 2015) e che il numero di comunicazioni inviate a far data dal 18 novembre 2015 e fino al 1° dicembre successivo è di circa [1.000.000-1.500.000].

**97.** In merito al pregiudizio economico per i consumatori, si deve inoltre tener conto della circostanza che l'aumento del canone decorrerà dal 1° gennaio 2017 e non ha comportato, allo stato, alcun esborso aggiuntivo a carico dei consumatori.

**98.** Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta, ai fini del presente procedimento, è stata posta in essere da TLP a decorrere dal mese di novembre 2015 ed i relativi effetti risultano tuttora in corso, atteso che le misure proposte da TLP verranno realizzate a partire dal [omissis] e non è chiaro quali conseguenze si determineranno sui contratti *Opzione Premium* nel caso in cui i clienti non rispondano alle sollecitazioni del professionista nei tempi indicati per accettare le modifiche proposte.

**99.** Sulla base di tali elementi, e considerato il diverso impatto della condotta posta in essere da TLP sui contratti *Opzione Premium*, per la violazione degli articoli 20, 24, 25 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo, in relazione ai contratti sottoscritti prima del 13 giugno 2014, nonché, per la violazione dell'articolo 65 del medesimo Codice, in relazione ai contratti

---

<sup>78</sup> Vedi anche precedente nota n. 1.



sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Telepass S.p.A., nella misura di 300.000 € (trecentomila euro).

**100.** Nel caso di specie sussiste inoltre una circostanza attenuante in quanto il professionista, oltre a dimostrare un atteggiamento collaborativo per tutta la durata del procedimento, ha dichiarato di attuare, a partire dal mese di dicembre 2016, una serie di azioni volte all'acquisizione del consenso dei consumatori alla modifica contrattuale proposta secondo un meccanismo di *opt-in*, in base al quale in assenza di una dichiarazione espressa da parte del cliente, Telepass non procederà ad alcun addebito ai consumatori <sup>79</sup>. Tali procedure appaiono *prima facie*, tali da permettere una scelta consapevole circa l'attivazione del nuovo servizio e la loro effettiva implementazione sarà oggetto di analisi nella successiva fase di ottemperanza alla presente decisione. Pertanto, si ritiene di rideterminare l'importo della sanzione nella misura di 200.000 € (duecentomila euro).

CONSIDERATO che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel parere espresso ha rilevato che lo strumento utilizzato per diffondere la pratica commerciale (*e-mail*) oggetto del procedimento sia idonea a influenzare significativamente la realizzazione della condotta oggetto della richiesta di parere;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta posta in essere dal professionista, in relazione ai contratti sottoscritti prima del 13 giugno 2014, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25 e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo in quanto idonea a condizionare indebitamente le scelte economiche dei consumatori comportando, altresì, per coloro che hanno sottoscritto il contratto *Opzione Premium*, l'attivazione di un servizio non richiesto, nonché, in relazione ai contratti sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, risulta in violazione dell'articolo 65 del Codice del Consumo, in quanto l'adesione del consumatore ad un qualsiasi pagamento supplementare non si è realizzata in modo esplicito e attraverso un suo consenso espresso;

---

<sup>79</sup> Vedi sopra nota 61.

## DELIBERA

- a) che la condotta descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Telepass S.p.A., integra, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, in relazione ai contratti sottoscritti prima del 13 giugno 2014, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 24, 25, e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, nonché, in relazione ai contratti sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;
- b) che alla società Telepass S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro);
- c) 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 al precedente punto a).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata 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](http://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'art. 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.

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 notificazione 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'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*