



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 aprile 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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 gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Fastweb S.p.A. (di seguito, anche Fastweb), in qualità di Professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b), del Codice del Consumo, avente sede legale a Milano e operante nel settore delle comunicazioni elettroniche; presenta, al 31 dicembre 2016, un fatturato pari a 1,7 miliardi di euro (risultante dall’ultimo bilancio certificato e pubblicato).

2. Telecom Italia S.p.A. (di seguito, anche Telecom), Open Fiber S.p.A. (di seguito anche Open Fiber o OF), operatori del settore delle comunicazioni elettroniche.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nell'aver utilizzato, in relazione alle campagne pubblicitarie realizzate a mezzo Internet, attraverso gli spot televisivi e altri canali, *claim* volti ad enfatizzare l'utilizzo integrale ed esclusivo della fibra ottica e/o il raggiungimento delle massime prestazioni in termini di velocità e affidabilità della connessione, omettendo di informare adeguatamente i consumatori circa le caratteristiche della tecnologia di trasmissione utilizzata e le connesse limitazioni, nonché le reali potenzialità del servizio in fibra offerto (inclusa l'effettiva velocità di navigazione, i servizi fruibili e i limiti derivanti dallo sviluppo geografico della rete). Inoltre, nelle offerte commerciali della connettività in fibra, non è stata data adeguata visibilità all'opzione aggiuntiva, a pagamento dopo un primo periodo di gratuità, che consente di ottenere la massima velocità pubblicizzata.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 11 novembre 2017 è stato comunicato a Fastweb S.p.A., con atto prot. 84555, l'avvio del procedimento istruttorio PS11003, per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22, del Codice del Consumo.

5. In sede di avvio veniva, in particolare, ipotizzata l'ingannevolezza della condotta descritta sub sezione II) in quanto la pubblicità dell'offerta in fibra di Fastweb, così come formulata, veicolando immediatamente l'idea della performance massima del servizio offerto e omettendo, al contempo, di indicarne le limitazioni di fruibilità, avrebbe lasciato intendere ai consumatori di poter raggiungere sempre o quanto meno ordinariamente le prestazioni apicali reclamizzate. Più specificatamente, tale prospettazione avrebbe indotto l'utenza a ritenere di poter fruire, pagando il prezzo pubblicizzato, di una connessione a internet ad alta affidabilità e massima velocità in quanto sviluppata integralmente in fibra ottica, fino alla propria unità immobiliare. Circostanza, invece, non sempre ricorrente.

6. È stato evidenziato, inoltre, che le campagne pubblicitarie dei servizi in fibra di Fastweb omettevano di indicare, o indicavano in modo non

sufficientemente chiaro che, per raggiungere le massime velocità pubblicizzate, era necessario attivare un'opzione aggiuntiva a pagamento (gratuita solo per un periodo limitato di 12 mesi). Tale circostanza vanificava, dunque, l'indicazione del prezzo dell'offerta contenuta nei *claim* principali, nonché l'affermazione “*senza costi aggiuntivi*”, riportata nel sito Internet, e il *claim* “*Prezzo sempre uguale*”, riportato nello spot televisivo all'epoca esaminato.

7. In data 1° dicembre 2017, Telecom ha formulato istanza di partecipazione all'istruttoria, accolta con comunicazione del 6 dicembre 2017.¹

8. Con comunicazione del 4 dicembre 2017, Fastweb ha prodotto le memorie difensive².

9. In data 21 dicembre 2017, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato una proposta di impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

10. La proposta di impegni è stata rigettata dall'Autorità nella sua Adunanza del 17 gennaio 2018, in quanto relativa a condotte che, ove accertate, avrebbero potuto integrare fattispecie di pratiche commerciali “*manifestamente scorrette e gravi*”, per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, non avrebbe potuto trovare applicazione. L'esito della valutazione del Collegio è stato comunicato al Professionista in data 17 gennaio 2018.

11. Con comunicazione dell'11 gennaio 2018 la società Open Fiber è stata ammessa a partecipare all'istruttoria, dopo avere formulato istanza il 10 gennaio 2018.³

12. In data 6 febbraio 2018, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

13. In data 22 febbraio 2018 si è svolta, su richiesta della Parte, l'audizione del Professionista.

14. In data 26 febbraio 2018, la società Fastweb ha presentato la memoria finale⁴.

¹ Docc. 14 e 17.

² Docc. 15 e 16 e relativi allegati.

³ Docc. 23 e 26.

⁴ Doc. 44.

15. In data 27 febbraio 2018, è stata inoltrata richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, commi 1 bis e 6, del Codice del Consumo.

16. Il 23 marzo 2018 è pervenuto il parere espresso dall’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito AGCOM).

2) *Le evidenze acquisite*

17. Nel corso del procedimento istruttorio sono state acquisite evidenze documentali che confermano e precisano le contestazioni relative alla condotta posta in essere da Fastweb. Oltre alle acquisizioni d’ufficio di documenti agli atti del procedimento (in particolare affissioni, spot e pagine web)⁵, ulteriori elementi fattuali a supporto della valutazione finale sono stati forniti da Fastweb stessa.⁶ In particolare, vengono confermate e precisate le modalità con cui, nel periodo osservato, Fastweb ha pubblicizzato le offerte di connettività in fibra tramite i diversi canali di comunicazione (TV, affissioni, internet, *below the line*, ed altri mezzi di comunicazione), la durata di ciascuna campagna promozionale e la sussistenza di limitazioni che incidono sulla performance di connessione in funzione della tecnologia utilizzata. Emerge, da questo punto di vista, l’utilizzo prevalente, da parte di Fastweb, della tecnologia FTTC rispetto alla FTTH⁷: la percentuale di clienti Fastweb residenziali attivi con tecnologia FTTH, all’epoca delle condotte contestate (14 novembre 2017), era di circa [10-35%]* del totale di contratti per la fornitura di servizi internet a banda ultralarga. Invece, nel medesimo periodo, la percentuale di clienti Fastweb residenziali attivi con tecnologia FTTS (Fibra To The Street, così definita dall’operatore, alias FTTC – Fiber to the Cabinet) è pari al [45-75%] sul totale dei titolari di contratti per la fornitura di servizi internet a banda ultralarga.

⁵ Doc. 1 e relativi allegati 7 e 8 (affissionali) e all. 9 (spot TV dei mesi di giugno e luglio 2017).

⁶ Doc. 15 e 16 e relativi allegati – Memorie pervenute da Fastweb in data 4 dicembre 2017.

⁷ Doc. 15– Memoria pervenuta da Fastweb in data 4 dicembre 2017, p. 12: la percentuale di clienti Fastweb residenziali attivi con tecnologia FTTS (Fibra To The Street, così definita dall’operatore, alias FTTC – Fiber to the Cabinet), all’epoca delle condotte contestate (14 novembre 2017), era di circa [10-35%] del totale di contratti per la fornitura di servizi internet a banda ultralarga. Invece, nel medesimo periodo, la percentuale di clienti Fastweb residenziali attivi con tecnologia FTTS è pari al [45-75%] sul totale dei titolari di contratti per la fornitura di servizi internet a banda ultralarga.

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

Campagne pubblicitarie

18. Alla luce, anche, di quanto acquisito nel corso dell'istruttoria, si descrivono, di seguito, distinti per canale di comunicazione, alcuni dei principali messaggi pubblicitari, diffusi da Fastweb almeno a partire dal mese di gennaio 2017, nell'ambito delle proprie campagne pubblicitarie realizzate in tale periodo e di quelle in corso⁸.

*i. Spot televisivi*⁹

19. La pubblicità televisiva riporta criticità riguardanti l'assenza di informazione o perlomeno di avvisi circa la sussistenza dei limiti tecnici e geografici di fruizione dei servizi Fibra offerti da Fastweb. Uno spot, ad esempio, andato in onda sulle principali emittenti nazionali nei primi mesi del 2017¹⁰, contiene un'immagine fissa a grandi caratteri: *“20 euro al mese fibra fino a 200 mega”*, mentre una voce fuori campo recita: *“La connessione più potente è l'emozione... oggi a soli 20 euro al mese tutta la potenza della Fibra è nel nuovo modem Fastweb”*. Sul video, invece, compare la dicitura *“Nuovo modem super potente incluso”*, seguito dall'indicazione: *“tutti connessi, in tutta casa in totale controllo”*. Alla fine dello spot compare la dicitura, che permane a video per pochi secondi, in cui viene indicato in maniera pressoché illeggibile che si tratta di: *“Opzione Ultrafibra (fino a 200 mega) disponibile su tecnologia Fibra e previa verifica tecnica inclusa per un anno....”*. Negli ultimi secondi di trasmissione della pubblicità televisiva seguono le informazioni sulle condizioni economiche dell'offerta, sulla validità contrattuale minima per 24 rinnovi e sulle condizioni di recesso anticipato prima della durata contrattuale minima, che prevedono l'addebito dei costi di attivazione. L'esistenza di limiti tecnici e geografici e di opzioni economiche per raggiungere le velocità apicali e la massima performance non viene indicata o lo è in maniera affatto chiara.

20. Un altro spot diffuso a settembre 2017¹¹ (5 settembre 2017 nella fascia serale su Canale 5), nel pubblicizzare la Fibra con Modem Ultra gate, riporta che quest'ultima comprende *“fino a 1 GIGAbit/s e Fuori casa WOW FI con*

⁸ Doc. n. 16 da all. n. 1 a n. 4, e docc. n. 31 e n. 32, comprensivi di pubblicità diffusa da Fastweb a mezzo Internet e attraverso gli spot televisivi, nonché attraverso altri mezzi di comunicazione commerciale (below the line, affissionali).

⁹ Doc. 1, all. 9 (segnalazione -Telecom); Doc. 2, all.1 e 2 (acquisizione d'ufficio degli spot diffusi nel periodo gennaio-marzo 2017) e Doc. 4, allegati nn. 1,2 e 3.

¹⁰ Doc. 1, all. 9: spot diffuso nei primi mesi dell'anno 2017.

¹¹ Doc.2, all. 1: il giorno 5 settembre 2017 nella fascia serale su Canale 5.

GIGA Illimitati”, al prezzo “*SEMPRE UGUALE*” di “24,95€”. Nell’ultima sequenza della pubblicità televisiva, compare un banner in sovrainpressione della durata di pochi secondi a caratteri bianchi su sfondo nero che riporta affermazioni quali: “*Offerta valida fino all’11/11/2017*” e “*Il prezzo è sempre uguale*” e “*l’offerta non è soggetta a promozioni*”, seguite dalle info sulle province in cui è possibile usufruire del servizio alla velocità indicata (quali, MI, MN, TO, BO, NA, ecc.) e sul fatto che decorsi 12 mesi, si pagherà 35€ogni quattro settimane. Inoltre nel banner a caratteri illeggibili è indicato il contributo di attivazione e il vincolo contrattuale minimo di 24 mesi. Nell’ambito delle campagne pubblicitarie televisive diffuse nel corso del 2017, il professionista ha trasmesso altri spot contenenti *claim* pubblicitari, quali: “*Velocità, stabilità e potenza*”, a cui si unisce “*Tutta la libertà di andare dove vuoi*”, poiché per “*Farti volare come una freccia ci vuole tutta la nostra fibra che ti da sempre la connessione più veloce possibile*”, anche accompagnati da immagini che esaltano la velocità e la potenza della connessione (quali la figura di un noto atleta giamaicano centometrista, oppure le Frecce tricolori)¹².

21. La versione della campagna pubblicitaria televisiva diffusa nel mese di gennaio 2018 è stata modificata nelle affermazioni relative ai servizi di connettività in fibra ottica, con uno spot¹³ in cui è stata eliminata l’indicazione di ‘Ultrafibra’ e sostituita con il *claim* “*Internet a casa*”, nella scenetta ambientata durante un colloquio tra coniugi in carcere, la moglie mostra la bolletta telefonica al marito ergastolano: “*connessione di casa...Questa prova è da ergastolo!*”. Sullo sfondo dello schermo televisivo compare la scritta a grandi caratteri “*Quando una promozione finisce è sempre una brutta notizia*” e la moglie propone: “*Dobbiamo trovare il modo di evadere!*”, con un chiaro gioco di parole allusive del notevole esborso economico del servizio Internet. Alla fine della scena con i due protagonisti che si allontanano dal penitenziario, compare la scritta: “*Quello che vedi=Quello che paghi*”, con la voce fuori campo che afferma: “*Con Fastweb quello che vedi è quello che paghi*”. Lo spot della nuova campagna pubblicitaria non riporta più i termini allusivi a “*Ultrafibra*” o affermazioni evocative di massime velocità di connessione raggiungibili. Le sopra descritte modifiche apportate da Fastweb nelle proprie comunicazioni commerciali della nuova campagna pubblicitaria televisiva risultano contraddette dagli *screen shot* prodotti dalla società nelle memorie

¹² Doc: 4, verbale n. 2: Spot televisivo diffuso a livello nazionale nei primi mesi del 2017.

¹³ Doc. 32, relativo allo spot.

conclusive, laddove si indica in modo generico la connessione ad Internet, senza fare riferimento alla tecnologia utilizzata, per quanto concerne il servizio base, mentre è mantenuto il riferimento al servizio ‘Ultrafibra’, laddove si pubblicizza il costo del modem per fruire della suddetta opzione. Sono state inserite, altresì, con elementi grafici di marcate dimensioni, le indicazioni circa le condizioni economiche delle nuove promozioni (valide fino alla mese di marzo 2018), quali ad esempio, il contributo di attivazione, il prezzo aggiuntivo del servizio “Ultrafibra”, applicato alla scadenza dei 12 mesi, nonché i costi di recesso anticipato, prima della scadenza del vincolo contrattuale¹⁴. Non sono presenti dunque indicazioni sull’esistenza di limiti tecnologici e geografici alla performance del servizio.

ii. Sito web dell’operatore¹⁵

22. Riguardo al sito del professionista (http://www.fastweb.it/adsl-fibra-ottica/internet/?from=home_offerta_res) si rileva che la pagina iniziale presentava le diverse offerte Fastweb che prevedono tutte la “*navigazione internet illimitata 24h/24h fino a 1 Gbit/s*”. Alla data del 7-09-2017 il sito non riportava alcun riferimento sulla velocità di trasmissione dati eccetto l’indicazione “*fino a 1 Gbit*”. La locuzione “*Navigazione Internet Illimitata*” non risultava essere accompagnata da ulteriori indicazioni riguardo la velocità raggiungibile in *uploading* e *downloading* per tutti i servizi pubblicizzati nella *Home page*. Soltanto nella sezione del sito, dedicata alla descrizione in generale della Fibra Ottica Fastweb, alla voce “*Copertura della rete Fibra Ottica Fastweb*” (<http://www.fastweb.it/adsl-fibra-ottica/rete-fibra-ottica/?from=menu>), erano indicate in modo generico le caratteristiche tecniche del servizio, con la velocità di “*200 megabit*” della Fibra di Fastweb, presentata come “*fibra ottica potenziata a 200megabit*”. La copertura geografica era inserita di seguito¹⁶.

23. Per l’offerta base si indicava che la navigazione Internet era illimitata, senza *alert* sulla necessità di verifica della copertura nella zona d’interesse.

¹⁴ Doc. 44, allegati nn.1 e 2.

¹⁵ Docc. 5, 6 e 7: estrazioni effettuate il 6 e 13 settembre 2017, del 9 e 23 ottobre 2017, nonché il 7 novembre 2017.

¹⁶ Si leggeva infatti che: “Nell’aprile 2016 la società ha annunciato (comunicato stampa) un nuovo piano per l’ulteriore estensione della rete a banda ultralarga con cui Fastweb lancia il potenziamento della propria rete in fibra fino a 200 megabit al secondo e la sua estensione al 50% della popolazione, cioè 13 milioni di famiglie e imprese in oltre 500 città, entro il 2020. Arezzo, Viterbo, Riccione, Rimini, Trento, Massa, Pistoia, Caserta sono le prime città già raggiunte dalla rete in fibra ottica potenziata a 200 megabit di Fastweb. Ad oggi sono connesse alla banda ultralarga di Fastweb le seguenti città” [... Seguiva elenco città interessate].

Dal link *“la tua offerta”* si apriva a tendina il link *“Internet senza limiti fino a 1 Gigabit/s in download”*, veniva indicato *“la velocità di connessione con l’opzione Ultrafibra (inclusa per 12 mesi)”*. Di seguito, si specificava che: *“L’opzione prevede una velocità di connessione fino a 1 Gigabit al secondo in download e fino a 200 Mbit/s in upload su tecnologia Fibra Ottica e potrà essere erogata previa verifica tecnica. Qualora non sia possibile accedere all’opzione, questa si considererà decaduta ed il cliente sarà comunque attivato alla velocità di connessione fino a 30 Mbit/s in download e fino a 10 Mbit/s in upload. L’opzione è in promozione gratuita per 12 mesi, dopodiché ha un costo di 5€ ogni 4 settimane”*.

24. Dalla *home page*, nella sezione Internet, Telefono e Sky, compariva una finestra a tendina e il link *“Indeciso su quale offerta fa per te? Confrontale in un click”* (indirizzo:<http://www.fastweb.it/adsl-fibra-ottica/confronta-offerte-adsl-fibra/?from=menu>). Il confronto delle offerte appariva generico e dai link *“Tutti i dettagli”* il consumatore era rinviato alla pagina delle singole offerte. Nulla veniva indicato sui limiti geografici e tecnologici delle offerte.

25. La versione del sito acquisita il 30 gennaio 2018 presenta modifiche in quanto nella *home page* in corrispondenza di ciascuna offerta in fibra sono rimaste invariate le diciture rilevate in precedenza, in quanto vi è indicato quanto segue: *“Velocità di connessione con l’opzione Ultra fibra”*, mentre in merito alle limitazioni tecnologiche e geografiche, attraverso il link *“tecnologia”*, sotto la voce *“fibra ottica”*- link *“come funziona la tecnologia fibra ottica”*, continua ad essere inserita la descrizione generica sulla differenze tecnologiche tra FTTS (ossia FTTC) ed FTTH. Inoltre è mutata la dizione collocata sul bottone per verificare la tecnologia con la quale è raggiunta l’abitazione del potenziale cliente interessato ad aderire all’offerta: *“Verifica la copertura con cui sei coperto nella tua abitazione”*¹⁷.

26. L’attuale versione del sito, seppur modificata e depurata di molte affermazioni evocative di velocità apicali raggiungibili però solo in determinate zone geografiche rispetto alla tecnologia effettiva ivi disponibile, risulta contenere ancora indicazioni simili alle precedenti in ordine al riferimento al servizio *“Ultrafibra”*, alla possibilità di navigazione Internet illimitata *“fino ad 1 Giga”*¹⁸ ed alle caratteristiche e differenze tecniche sul tipo di tecnologia utilizzata (FTTH rispetto alla FTTC). Con riferimento a quest’ultimo aspetto, l’attuale versione del sito, nella scheda di

¹⁷ Doc. 31, estrazione del 30 gennaio 2018.

¹⁸ Doc. 48, estrazione d’ufficio del 27 marzo 2018.

dettaglio “*la tua offerta*”, sottotitolata “*Internet Illimitato incluso, fino a 1 Gigabit/s*”, riporta ancora le descrizioni generiche sulle capacità trasmissive di ciascuna tecnologia impiegata. Peraltro, laddove si indica la tecnologia FTTS (*Fiber to the street*), non è dato conoscere a cosa ci si riferisca, e in particolare se si tratta come sembra dalla descrizione della medesima tecnologia definita comunemente come FTTC (*Fiber To the Cabinet*)¹⁹. Inoltre, nell’ultima versione del sito risultano modificate le modalità di verifica della copertura, attraverso l’inserimento di un bottone fisso con l’invito “*verifica il tuo indirizzo*”, preceduto dall’affermazione “*la tua zona risulta coperta da Internet Superveloce di Fastweb*”.

27. Sotto il profilo delle condizioni economiche di fruibilità delle offerte, l’attuale versione del sito riporta affermazioni quali “*prezzo unico tutto incluso*”, “*niente costi nascosti e niente sorprese*”, in contrasto con quanto riportato negli spot della nuova campagna pubblicitaria, trasmessi dalla società. Si fa riferimento, ad esempio, alle indicazioni che richiamano i contributi di attivazione (1,95€ per 48 rate).

iii. Below the line²⁰

28. Anche gli opuscoli distribuiti dai punti vendita Fastweb promuovono il servizio “*UltraFibra 1GIGA a 25€ ogni quattro settimane. Joy Internet illimitato senza telefono. Nuovo modem WI-FI. La super potenza di internet in tutta la casa. In più scegli il servizio digitale in esclusiva per te*”²¹. Nulla viene indicato sui limiti tecnologici e geografici, né sulle condizioni di validità dell’offerta promozionale per l’opzione di velocità massima. Solo nell’ultima pagina della brochure vi è un riferimento indiretto alla copertura geografica della rete, in quanto è indicato che “*A Milano la connessione più potente sarà sempre l’emozione*”.

iv. Affissionali²²

29. Gli affissionali diffusi in modo differenziato in alcune città d’Italia nel corso dell’anno 2017 contengono *claim* pubblicitari incentrati sulla

¹⁹ Delibera AGCOM n. 33/18/CONS, da cui non risulta alcun riferimento alla tecnologia FTTS nella parte descrittiva delle “Architetture di rete di accesso” (p. 10-11).

²⁰ Doc. 1 e relativi allegati - Segnalazione pervenuta da parte di Telecom Italia; nonché le brochure fornite dallo stesso professionista, come il Doc. 16 all. 1.

²¹ Doc. 1.

²² Doc. 1 e relativo allegato n. 7, confermati dal doc.16, all. 2 copia degli affissionali prodotti da Fastweb e, come dichiarato, distribuiti da gennaio ad ottobre 2017, in modo differenziato in diverse città dove è reso disponibile il servizio in Fibra.

capacità di connessione della Fibra perché la “*Connessione più potente sarà sempre l’emozione*”. Si precisa che “*A Milano Ultrafibra fino a 1 GIGA*” è una “*Promo per 1 anno*” al prezzo di “*20€ ogni 4 settimane*”. In calce ai cartelloni, si riportano i limiti e le condizioni economiche di fruibilità del servizio: “*Offerta valida per chi si abbona entro il 07/05/2017. Al termine della promo: opzione UltraFibra 5€ ogni 4 settimane ed offerta Jet con chiamate a consumo 35€ ogni 4 settimane. Contributo di attivazione Modem 119 euro, promozionato a 70,20 euro, pagabile ad 1,95 euro per 36 rinnovi se rimani abbonato per 24 mesi. Chiedi la brochure al rivenditore Fastweb per avere maggiori dettagli su offerta, costi e condizioni. Verifica la copertura su www.fastweb.it/velocità”.*

30. Gli affissionali prodotti in atti dalla stessa società²³ confermano quanto sopra descritto. La documentazione pubblicitaria allegata alle memorie non riporta, infatti, alcuna avvertenza circa le limitazioni tecnologiche e geografiche dell’offerta reclamizzata, né alcuna avvertenza sulle differenti tecnologie disponibili.

3) Le argomentazioni difensive del professionista²⁴

Considerazioni preliminari

31. Fastweb svolge, in via preliminare, considerazioni sul quadro normativo-regolatorio, evidenziando il recente intervento del legislatore che, con la legge n. 172/2017, ha modificato l’art. 71 del Decreto Legislativo n. 259/2003, recante Codice delle Comunicazioni elettroniche, con l’inserimento del comma 1-bis che impone alle imprese che operano nel settore delle comunicazioni elettroniche specifici obblighi informativi in merito alle caratteristiche dell’infrastruttura fisica utilizzata per l’erogazione dei servizi.²⁵ La società ritiene, in particolare, di aver impostato, fino ad oggi,

²³ Doc. 16, all. 2, affissionali distribuiti in modo geo-localizzato in località ove è disponibile la Fibra ottica.

²⁴ Docc. 15 e 16 e relativi allegati, memorie del 4 dicembre 2017 e Doc. 44 e relativi allegati pervenuti il 26 febbraio 2018.

²⁵ Codice delle Comunicazioni elettroniche, art. 71, comma 1-bis: “Le imprese che forniscono reti pubbliche di comunicazione elettronica o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico forniscono informazioni chiare e trasparenti in merito alle caratteristiche dell’infrastruttura fisica utilizzata per l’erogazione dei servizi. A tal fine, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni definisce le caratteristiche tecniche e le corrispondenti denominazioni delle diverse tipologie di infrastruttura fisica, individuando come infrastruttura in fibra ottica completa l’infrastruttura che assicura il collegamento in fibra fino all’unità immobiliare del cliente. Costituisce pratica commerciale scorretta, ai sensi del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, ogni comunicazione al pubblico dell’offerta di servizi di comunicazione elettronica che non rispetti le caratteristiche tecniche definite dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.”

nell'incertezza del quadro di riferimento giuridico, le proprie comunicazioni commerciali, aventi ad oggetto i servizi di connettività in fibra ottica, “*in conformità all’attuale quadro normativo - regolatorio, nazionale e comunitario, di riferimento*”.

32. Il professionista nel richiamare la normativa, di cui alla L. n. 172/2017, sostiene che proprio quest’ultima recente normativa “*demandata ad AGCOM il compito di definire le caratteristiche tecniche e le denominazioni delle diverse tipologie di infrastruttura fisica utilizzata, segno quest’ultimo che, ad oggi, non vi è una definizione univoca e condivisa che avrebbe dovuto essere inserita più chiaramente di quanto è stato fatto da Fastweb nei messaggi pubblicitari*”.

Sulla condotta oggetto di istruttoria

33. Al riguardo, la società Fastweb ha rappresentato quanto segue:

- tutte le informazioni utili al cliente sono state calibrate a seconda delle caratteristiche oggettive del mezzo di comunicazione utilizzato che, in alcune occasioni (ad es., per ovvi motivi di spazio, nelle note legali degli spot), consente di operare solo il rinvio alle informazioni riportate in maniera completa ed esaustiva nella pagina del sito *web* istituzionale Fastweb, consultabile al link www.fastweb.it/adsl-fibra-ottica/rete-fibra-ottica, dedicata ai servizi offerti con tecnologia in Fibra ottica;
- nelle comunicazioni commerciali sono riportate tutte le informazioni utili per rendere l’utente edotto della tecnologia di accesso che gli verrà fornita, delle performance ottenibili e della disponibilità geografica delle varie soluzioni (come, ad esempio, è precisata la differenza tra fibra FTTS e FTTH; è pubblicata la mappa sulla copertura geografica della rete in Fibra di Fastweb; è indicata la velocità di connessione raggiungibile con l’opzione “Ultrafibra”; è inserito il rinvio a tutti i link utili per il cliente). Nonostante il rigetto degli impegni, sono state migliorate le comunicazioni commerciali sotto il profilo della trasparenza;
- nelle affissioni utilizzate dal mese di agosto 2017 e nelle brochure già a partire da gennaio 2017, è stata inserita l’indicazione esatta del link di accesso alla pagina del sito *web* istituzionale, nella quale sono riportate tutte le informazioni utili al cliente al fine di verificare l’effettiva copertura geografica delle offerte e le relative velocità massime raggiungibili;
- riguardo agli spot televisivi, considerata la breve durata degli stessi, le note legali e i *banner* in sovrimpressione utilizzati riportano tutte le informazioni

essenziali dell'offerta in termini di eventuali costi aggiuntivi o limitazioni della stessa, nonché un rinvio espresso al sito web Fastweb al fine di consentire al cliente di verificare l'effettiva copertura geografica dell'offerta pubblicizzata;

- le affissioni, volte a promuovere i propri servizi di connettività ad Internet in Fibra ottica con velocità fino a 1Gb/s, hanno diffusione locale e non nazionale, dal momento che sono diffuse solo nelle città nelle quali è effettivamente possibile per i clienti raggiungere la velocità massima pubblicizzata. Tali materiali pubblicitari, riportano, pertanto, l'indicazione specifica “*fino a XXX*” con la velocità teorica massima raggiungibile in zona, mentre le affissioni che pubblicizzano le medesime offerte a livello nazionale riportano l'indicazione generica della velocità massima raggiungibile sul territorio nazionale. Tutti i materiali riportano sempre l'indicazione per il cliente di verificare l'effettiva copertura sul sito *web* al link sopra indicato o presso un negozio Fastweb;

- cliccando sul link del sito Internet “*Verifica la copertura dei servizi Fastweb*”, il cliente accede ad una schermata successiva nella quale può inserire l'indirizzo e gli ulteriori dati utili relativi all'abitazione o alla sede presso la quale intende attivare l'offerta Fastweb. Infatti, tramite il *tool* di “*Verifica Copertura*”, il cliente potrà conoscere non solo la tecnologia del suo collegamento e la velocità massima commerciale legata alla copertura (i.e. “*Fibra fino a XXX*”), ma anche la velocità stimata al civico indicato. Per tutte le tecnologie, viene fornito il dettaglio della velocità minima, media e massima, con indicazione dei link tramite i quali il cliente può conoscere gli eventuali fattori esterni che possono incidere su tali valori. Come rilevato da Fastweb, la stessa AGCOM nella delibera 623/15/Cons (relativa all'identificazione ed analisi dei mercati di accesso all'ingrosso) definisce come “*fibra*” sia le soluzioni FTTH che le soluzioni FTTC²⁶;

- riguardo ancora al sito internet, nella pagina consultabile al link www.fastweb.it/adsl-fibra-ottica/rete-fibra-ottica, dedicata proprio ai servizi offerti con tecnologia in Fibra ottica sono riportate, tra le altre, le seguenti informazioni:

²⁶ Si legge al par. 75 della delibera 623/15/Cons che “Le tecnologie di accesso attualmente a disposizione della clientela sono: i) l'accesso su rete in rame; ii) l'accesso su rete in fibra ottica; iii) wireless local loop”. Nel rappresentare le caratteristiche dell'accesso in fibra, AGCom precisa che “A seconda dell'ubicazione del punto di terminazione della fibra lungo la rete di accesso l'architettura di distribuzione della rete si differenzia in Fiber to the Home (FTTH) se la fibra raggiunge la sede d'utente e Fiber to the Building (FTTB) se la fibra raggiunge l'edificio, Fiber To The Cabinet (FTTC) se la fibra raggiunge gli armadi di strada.”

- i. un paragrafo nel quale è precisata la differenza tra Fibra FTTS e FTTH;
- ii. la descrizione di quegli eventuali fattori tecnici - dipendenti perlopiù da fattori esterni e al di fuori del controllo di Fastweb - che possono limitare l'effettiva prestazione del servizio e, in particolare, la velocità di navigazione del cliente;
- iii. l'indicazione, in continuo aggiornamento, della copertura geografica della rete in Fibra ottica di Fastweb con l'elenco delle città connesse alla banda ultralarga;
- iv. la velocità di connessione raggiungibile dai clienti in Fibra ottica che abbiano richiesto l'opzione "Ultrafibra", con la precisazione che quest'ultima, decorso il periodo di promozione previsto dall'offerta, ha un costo di 5€ ed è attivabile previa verifica tecnica.

A tale pagina si accede dalla pagina di ciascuna offerta, cliccando sulla dicitura "Fibra ottica" riportata all'interno del box "Internet senza limiti fino ad 1Gigabit/s":

- quanto, infine, alla contestazione relativa ai *claim* relativi all'opzione "Ultrafibra", si fa presente che il servizio di connettività ad Internet in Fibra ottica è offerto a chiare lettere e con parole ben scandite "fino a 1Gb/s", cioè con la precisa indicazione che la velocità può raggiungere il Gb/s, potendo, tuttavia, anche essere inferiore. Con l'opzione "Ultrafibra" si può in concreto arrivare fino a 1 Gb/s ed essa è offerta in promozione gratuita per i primi 12 mesi, trascorsi i quali ha un costo di 5€⁴ settimane che si va ad aggiungere ai 24,95€ del prezzo base dell'offerta nei casi in cui il cliente voglia mantenerla²⁷.

Sulla quantificazione della sanzione

34. La società chiede che le circostanze derivanti dall'incertezza del quadro giuridico-regolatorio di riferimento siano "espressamente valutate nell'apprezzamento circa l'assenza della gravità della condotta e l'assenza di una manifesta scorrettezza", con l'assenza di irrogazione della sanzione e, ove ciò non sia possibile, che, quantomeno, incidano sulla quantificazione della sanzione.

²⁷ Doc. 15, all. 2.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

35. Poiché la condotta oggetto del presente provvedimento riguarda il settore delle telecomunicazioni ed è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione (in particolare tramite spot televisivi e internet), in data 27 febbraio 2018 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, commi 1 bis e 6, del Codice del Consumo.

36. Con parere pervenuto in data 23 marzo 2018, l'AGCOM ha rilevato che la condotta in esame *“sembra riguardare possibili carenze informative nei confronti dei consumatori in ordine al prezzo e alla reale possibilità di accedere, attraverso l'infrastruttura fisica attualmente a loro disposizione, a una connessione Internet ad alta affidabilità e massima velocità in quanto veicolata attraverso la fibra ottica al prezzo pubblicizzato, carenze realizzatesi nella campagna pubblicitaria diffusa su Internet e attraverso spot televisivi”*. In particolare, l'Autorità considera che il consumatore *“potrebbe essere stato condizionato all'acquisto dei prodotti dalla presenza di messaggi pubblicitari online e che l'efficacia di tali messaggi potrebbe essere stata amplificata dalla contemporanea diffusione su reti televisive, per loro natura mezzi di comunicazione di immediata percezione e impatto”*.

37. L'Autorità ha, peraltro, ritenuto che la condotta oggetto di parere *“riguarda l'ingannevolezza delle informazioni offerte agli utenti nell'ambito di campagne pubblicitarie per l'erogazione di servizi di connessione a Internet e non risultano direttamente riconducibili al quadro normativo del settore delle comunicazioni elettroniche”*. Contestualmente l'AGCOM ha precisato che *“la disciplina di settore, ai sensi di quanto disciplinato dal comma 1-bis dell'articolo 71 del Codice, introdotto con l'articolo 19 quinquiesdecies del Decreto Legge n. 148 del 2017, conferisce all'Autorità specifiche competenze finalizzate alla definizione delle caratteristiche tecniche dell'infrastruttura fisica utilizzata per l'erogazione dei servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico e le corrispondenti denominazioni delle diverse tipologie di infrastruttura, individuando come infrastruttura in fibra ottica completa l'infrastruttura che assicura il collegamento in fibra fino all'unità immobiliare del cliente e obbligando gli operatori che forniscono reti pubbliche di comunicazione elettronica o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico a fornire informazioni chiare e trasparenti in merito alle dette caratteristiche”*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

38. Oggetto del presente provvedimento sono le violazioni da parte di Fastweb S.p.A. degli artt. 20, 21 e 22, del Codice del Consumo in relazione all'ingannevolezza delle campagne pubblicitarie relative alle proprie offerte di connettività a internet in fibra ottica.

39. In via preliminare, si ritiene opportuno precisare quanto segue, alla luce delle considerazioni svolte da Fastweb circa la conformità delle proprie comunicazioni commerciali al quadro normativo-regolatorio vigente e all'incertezza determinata dall'introduzione del comma 1-bis nel testo dell'art. 71 del Codice delle Comunicazioni elettroniche²⁸.

40. Come precisato al punto II, il presente provvedimento ha ad oggetto l'accertamento della ingannevolezza e omissione delle informazioni fornite da Fastweb nelle campagne pubblicitarie inerenti l'offerta commerciale di connettività in fibra ottica; ciò a fronte del ricorso da parte del professionista a *claim* volti a enfatizzare l'utilizzo integrale o esclusivo della fibra ottica e/o il raggiungimento delle massime prestazioni in termini di velocità e affidabilità della connessione.

41. Tale accertamento - volto dunque a verificare la completezza e correttezza delle informazioni fornite in merito alle caratteristiche e ai limiti delle offerte e l'idoneità ad alterare il comportamento del consumatore medio - prescinde completamente dalla novella del codice delle comunicazioni elettroniche.

42. Premesso che le disposizioni del codice del consumo in materia di completezza, chiarezza e correttezza delle comunicazioni pubblicitarie non sono state modificate dal legislatore, si ritiene che a seguito dell'entrata in vigore dell'art. 71, comma 1-bis, del cod. delle comunicazione elettroniche comunque non si sia venuta a determinare alcuna situazione di incertezza normativa-regolamentare. Diversamente, il legislatore ha demandato all'Autorità di regolazione²⁹ il compito di definire le caratteristiche tecniche e le corrispondenti denominazioni della diverse tipologie di infrastruttura fisica, *"individuando come infrastruttura in fibra ottica completa l'infrastruttura che assicura il collegamento in fibra fino all'unità"*

²⁸ Articolo 19-quinquiesdecies, comma 3, del Decreto legge 17 ottobre 2017, n. 148, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 dicembre 2017, n. 172.

²⁹ In data 26 febbraio 2018, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) ha posto in consultazione pubblica lo schema di provvedimento per la definizione delle caratteristiche tecniche e delle corrispondenti denominazioni delle diverse tipologie di, infrastruttura fisica utilizzate per l'erogazione dei servizi di telefonia, reti televisive e comunicazioni elettroniche, ai sensi dell'art. 19-quinquiesdecies del decreto legge 16 ottobre 2017, n. 148 (Delibera n. 33/18/CONS del 30 gennaio 2018).

immobiliare del cliente", al fine di garantire una maggiore tutela degli utenti dei servizi di telefonia, reti televisive e comunicazione elettroniche, in termini di chiarezza e trasparenza delle informazioni. La norma, peraltro, ribadisce che "[c]ostituisce pratica commerciale scorretta, ai sensi del codice del consumo, di cui al Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, ogni comunicazione al pubblico dell'offerta di servizi di comunicazione elettronica che non rispetti le caratteristiche tecniche definite dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni".

43. Ciò chiarito, alla luce delle evidenze istruttorie, va confermata la scorrettezza della pratica commerciale descritta al punto II, come di seguito illustrato.

i. Spot televisivi

44. A fronte dei *claim* principali che lasciavano intendere l'uso esclusivo della fibra ottica e il raggiungimento di prestazioni apicali di velocità, si rileva, negli spot televisivi, la mancanza di un chiaro e immediato riferimento alle limitazioni esistenti.

45. Contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, il rimando al sito web dell'operatore risultava, oltre che poco visibile - in quanto rappresentato, con caratteri minuscoli, in testi che scorrevano molto velocemente in sovrimpressioni o in note che apparivano sullo schermo per pochi secondi - anche alquanto generico, non costituendo un *alert* tale da indurre l'utente a verificare il tipo di servizio, le relative limitazioni tecniche e, quindi, le effettive potenzialità/funzionalità della connessione nella località di suo interesse ma solo un invito a ottenere chiarimenti complementari rispetto ai *claim* principali.

46. E' mancato, inoltre, un chiaro riferimento che facesse intendere che la massima velocità di connessione fosse ottenibile solo in virtù dell'attivazione di un'opzione aggiuntiva in promozione gratuita per un tempo limitato e, poi, a pagamento.

ii. Sito web dell'operatore

47. Con riferimento alle campagne promozionali relative ai servizi Internet con tecnologia in fibra ottica, Fastweb, dopo aver catturato l'attenzione dei consumatori, utilizzando appositi *claim* volti a esaltare le massime prestazioni della fibra ottica e a sottolineare la validità delle relative

offerte su tutto il territorio nazionale, ha fornito alla potenziale clientela solo parziali indicazioni circa i limiti tecnici delle offerte medesime tramite, peraltro, annotazioni poco visibili e paragrafi non agevolmente rintracciabili.

48. Le informazioni sulle caratteristiche dell'offerta e sulle relative limitazioni erano collocate in una sezione accessibile solo attraverso parecchi link e passaggi a partire dalla pagina iniziale. Difatti, nella descrizione di ciascuna offerta non era fornita alcuna indicazione sulle sue caratteristiche, né era previsto alcun rimando diretto a strumenti di verifica della possibilità di attivare l'opzione con la massima velocità presso l'indirizzo di interesse dell'utente. Solo in una sezione separata del sito dedicata alla descrizione in generale della fibra ottica venivano descritte le diverse soluzioni tecnologiche adottate dal Professionista con le relative velocità di navigazione, ma senza distinguere i servizi fruibili tramite ciascuna di esse.

49. In sintesi, Fastweb non ha adeguatamente informato l'utente in merito alle caratteristiche e alle limitazioni delle proprie offerte in fibra, fornendo, al riguardo, indicazioni incomplete e poco chiare.

50. Si osserva, infine, che *i claim* presenti nelle pagine che pubblicizzavano le offerte in fibra, o le immediate adiacenze dei *claim* medesimi, non contenevano chiari riferimenti alla circostanza che le massime velocità di connessione fossero ottenibili solo in virtù dell'attivazione di un'opzione aggiuntiva in promozione gratuita per un periodo limitato e, poi, a pagamento. Il costo dell'opzione era, peraltro, indicato in una sezione del sito web diversa da quella in cui erano pubblicizzati i *claim* e descritta l'offerta. Il consumatore non veniva, quindi, immediatamente informato del costo effettivo da pagare a regime per poter fruire del servizio pubblicizzato.

iii. Below the line

51. La campagna promozionale dell'offerta di connettività in fibra ottica di Fastweb, effettuata tramite opuscoli, risulta ingannevole per ragioni simili a quelle esposte con riferimento al sito internet. In particolare, a fronte del *claim* sulla massima velocità di navigazione, le indicazioni, quando presenti, sulle caratteristiche/limitazioni tecniche dell'offerta e sul livello delle prestazioni fruibili sono state fornite in modo poco visibile in quanto rinvenibili esclusivamente nell'ultima pagina dell'opuscolo, separatamente, dunque, dalla presentazione delle singole offerte.

52. Si osserva, inoltre, che né i *claim* che promuovevano l'offerta in fibra, presenti nelle prime pagine dell'opuscolo, né il contenuto informativo posto nelle immediate adiacenze dei *claim* hanno lasciato in alcun modo intendere che la massima velocità di connessione fosse ottenibile solo in virtù dell'attivazione di un'opzione aggiuntiva.

53. Infine, similmente a quanto già rilevato con riferimento agli spot televisivi, i rimandi al sito web dell'operatore risultavano, oltre che poco visibili, anche alquanto generici, non costituendo un *alert* tale da indurre l'utente a verificare il tipo di servizio, le relative limitazioni e, quindi, le effettive potenzialità/funzionalità della connessione nella località di suo interesse ma solo un invito a ottenere chiarimenti complementari rispetto ai *claim* principali.

iv. Affissionali

54. La grafica della cartellonistica utilizzata per le campagne promozionali che hanno pubblicizzato le offerte in Fibra ottica di Fastweb (raffigurazione del modem e dispositivo per la connessione), unitamente ai *claim* “*La superpotenza di internet in tutta la casa*”³⁰ o “*UltraFibra a 1 Giga*”, lasciando intendere l'uso esclusivo della fibra ottica e la garanzia del raggiungimento della velocità massima di connessione, senza ulteriori specificazioni, sono risultati idonei a indurre ingannevolmente i consumatori a ritenere di acquistare, al prezzo pubblicizzato, un servizio che consentisse, in tutte le circostanze, di navigare alla massima velocità in virtù del collegamento in fibra ottica fino alla propria unità immobiliare (casa o ufficio) quando, al contrario, potevano sussistere limitazioni tecniche alla performance del collegamento e ai servizi fruibili, derivanti essenzialmente dal tipo di tecnologia di trasmissione disponibile ed effettivamente utilizzata (FTTC, FTTE, FTTH, altro). L'utente non veniva, poi, reso edotto della necessità di attivare un'opzione aggiuntiva, inizialmente gratuita e, successivamente, a pagamento, per poter navigare alla massima velocità pubblicizzata.

55. Il rimando al sito web dell'operatore (*www.fastweb.it*) per ottenere maggiori informazioni, laddove inserito, risultava, del resto, poco visibile e alquanto generico, non costituendo un *alert* tale da indurre l'utente a verificare il tipo di servizio, le relative limitazioni tecniche e, quindi, le

³⁰ Doc. 1, all. 9.

effettive potenzialità/funzionalità della connessione nella località di suo interesse, ma solo un invito a ottenere chiarimenti complementari rispetto ai *claim* principali.

56. L'effetto decettivo di ogni singola affissione è stato, inoltre, rafforzato dalla visione complessiva dell'insieme dei molteplici cartelloni presenti su ciascun territorio, diversi per grafica ma accomunati dall'enfasi sull'ultravelocità.

Conclusioni

57. Alla luce delle evidenze riportate in fatto, risulta, dunque, che Fastweb ha posto in essere una condotta in violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo. Fastweb ha, infatti, omesso, o non adeguatamente evidenziato, le informazioni sulle caratteristiche dell'offerta in fibra, i limiti geografici di copertura delle varie soluzioni di rete, le differenze di servizi disponibili e di performance in funzione dell'infrastruttura utilizzata per offrire il collegamento in fibra. In conseguenza di tale condotta omissiva e ingannevole, il consumatore, a fronte dell'uso del termine onnicomprensivo "fibra", non è stato messo nelle condizioni di individuare gli elementi che caratterizzano, in concreto, l'offerta, in particolare dal punto di vista del diverso tipo di prestazioni connesse alla tecnologia sottesa alle diverse tipologie di offerta; ossia, l'utilizzatore finale non è stato messo in grado di conoscere elementi indispensabili al fine di effettuare una scelta consapevole.

58. A ciò si aggiunga che sui mezzi di comunicazione diversi dal sito web, il professionista ha omesso un adeguato richiamo alla necessità di verificare le effettive funzionalità dell'offerta nella zona di interesse dell'utente.

59. Tutte le su citate campagne pubblicitarie hanno, inoltre, omesso, o indicato in modo non sufficientemente chiaro, che, per raggiungere le massime velocità pubblicizzate, fosse necessario attivare un'opzione aggiuntiva a pagamento (gratuita solo per un periodo limitato). Tale circostanza ha, dunque, vanificato l'indicazione del prezzo dell'offerta contenuta nei *claim* principali.

60. La condotta ingannevole e omissiva sopra descritta assume particolare rilievo in considerazione del settore economico interessato, caratterizzato da modelli di consumo ed esigenze degli utenti che stanno mutando radicalmente e rapidamente a fronte di una crescente offerta di servizi digitali (ad esempio, *cloud computing*, *internet of things*, realtà virtuale e

aumentata, intelligenza artificiale, oltre a reti sociali, giochi, video e audio *streaming*, applicazioni vocali e di messaggistica basate su IP, videoconferenze ad alta definizione, servizi vari on line pubblici e privati). Come, peraltro, confermato nella strategia comunitaria della “Gigabit Society”, l’uso di tali servizi richiede una sempre maggiore qualità e rapidità di risposta della rete³¹ del cui livello il consumatore deve essere reso, adeguatamente, edotto unitamente alle tipologie di servizi di cui potrà beneficiare per ciascuna offerta di connettività a internet pubblicizzata dagli operatori. L’assenza di un’informazione chiara ed esaustiva su tali profili impedisce al consumatore di prendere una decisione consapevole di natura commerciale sull’acquisto dell’offerta in fibra e lo induce o è idonea ad indurlo in tal modo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

61. La pratica commerciale in oggetto contrasta, altresì, con la diligenza professionale che può legittimamente attendersi da un operatore nel settore di riferimento. In particolare, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte di Fastweb, il normale grado di correttezza, competenza e attenzione che ci si poteva ragionevolmente attendere nella condotta in esame, tenuto conto delle caratteristiche dell’attività svolta e del fatto che il professionista rappresenta un operatore importante nel contesto di riferimento avendo registrato una posizione di mercato in crescita negli ultimi tempi³².

62. In conclusione, nelle campagne pubblicitarie inerenti l’offerta commerciale di connettività in fibra ottica, Fastweb, a fronte del ricorso a *claim* volti ad enfatizzare l’utilizzo integrale ed esclusivo della fibra ottica e/o il raggiungimento delle massime prestazioni in termini di velocità e affidabilità della connessione, ha omesso di informare adeguatamente i consumatori circa le reali caratteristiche del servizio offerto e le connesse limitazioni; inoltre, non ha dato adeguata visibilità all’opzione aggiuntiva, a pagamento dopo un primo periodo di gratuità, che consente di ottenere la massima velocità pubblicizzata.

³¹ Cfr. Proposta di direttiva che istituisce il codice delle comunicazioni elettroniche – COM (2016) 590 final del 12 ottobre 2016; Comunicazioni della Commissione “Connettività per un mercato unico digitale competitivo: verso una società dei Gigabit europea” – COM (2016) 587 final del 14 settembre 2016 e “Sulla revisione intermedia dell’attuazione della strategia per il mercato unico digitale – Un mercato unico digitale connesso per tutti” – COM (2017) 228 final del 10 maggio 2017. La Commissione, in particolare, individua, oltre alla velocità trasmissiva in *downstream* e *upstream*, ulteriori parametri in grado di caratterizzare le prestazioni del collegamento a internet fornito all’utente, tra cui la resilienza (capacità di recupero di una connessione), la latenza (tempo impiegato per trasmettere una unità di informazione) e gli indicatori connessi al tasso di errore di trasmissione.

³² Come certificato dall’Agcom nell’ultimo Osservatorio sulle Comunicazioni n. 4/2017, pp. 3 e 4.

63. Alla luce delle risultanze istruttorie e delle considerazioni che precedono, pertanto, la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22, del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

64. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, 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.

65. 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 delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

66. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della particolare natura del profilo di scorrettezza caratterizzato da carenze informative particolarmente significative e di natura profondamente decettiva in merito a servizi (di connettività ad internet in banda ultra larga) innovativi e a elevato contenuto tecnologico.

67. La gravità discende anche dalla posizione di grave asimmetria informativa in cui si trova il consumatore di fronte all'acquisto di servizi le cui caratteristiche, di natura complessa, non sono di chiara e immediata comprensione per l'utente.

68. Sempre avuto riguardo alla gravità della condotta, si considera la rilevanza economica del professionista, un operatore, di elevata notorietà, tra i leader del mercato italiano di riferimento. La società Fastweb, infatti, è un importante operatore del mercato broadband, tenuto conto che si tratta di uno dei principali investitori nei servizi di connettività ad Internet con tecnologia in fibra ottica. Rileva, infine, il grado di diffusione della pratica, estesa, tramite internet e i principali mezzi di comunicazione, a tutto il territorio nazionale.

69. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti si evince che la pratica commerciale oggetto del presente

procedimento è stata posta in essere dal mese di gennaio 2017³³ e risulta tuttora in corso³⁴.

70. Sulla base di tali elementi, considerata la particolare gravità e la durata della pratica commerciale, si ritiene di fissare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Fastweb S.p.A., nella misura di 4.400.000 €(quattromilioni quattrocentomila euro).

71. In considerazione del fatto che sussistono, nel caso di specie, le seguenti circostanze: una aggravante relativa alla recidiva, in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del codice del consumo³⁵; l'altra, attenuante, in quanto il professionista, pur non rimuovendo tutti i profili di ingannevolezza, ha apportato alcune modifiche all'informativa sulle offerte in fibra, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 4.400.000 € (quattromilioni quattrocentomila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale oggetto del presente procedimento risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, in relazione ai servizi offerti dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Fastweb S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22, del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

³³ Doc. 1 e doc. 2 e relativi allegati - Segnalazione pervenuta da Telecom il 30 luglio 2017 e successiva integrazione del 4 settembre 2017; Doc. 16, Allegati da n. 1 a n. 4 e doc 31 e 32. Memoria del professionista del 4 dicembre 2017.

³⁴ Docc. 31 e 32, acquisizioni d'ufficio di alcune pagine web del sito del professionista e dell'ultimo spot televisivo diffuso nel mese di gennaio 2018.

³⁵ Da ultimo PS10686 Provv. n. 26677 del 05/07/2017 e PS9880, Provv. n. 25755 del 02/12/2015.

b) di irrogare alla società Fastweb S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.400.000 €(quattromilioniquattrocentomila euro);

c) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al 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.

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.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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