

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 marzo 2015;

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);

VISTO il proprio provvedimento del 4 settembre 2014, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi di Telecom Italia S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 28 novembre 2014, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 22 settembre e successivamente integrati in data 19 novembre 2014, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

## **I. LE PARTI**

1. Telecom Italia S.p.A. (di seguito anche Telecom), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore delle comunicazioni elettroniche fisse e mobile. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2013, presenta un valore della produzione pari a circa 15 miliardi e mezzo di Euro ed è risultato in perdita.

2. Domus consumatori in qualità di associazione dei consumatori.

## II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Telecom consistente nell'aver mantenuto attivi sulle sim dei clienti contrattualizzati prima del 13 giugno 2014 (c.d. vecchi clienti) i servizi di reperibilità dell'utenza "Losai" e "Chiamaora" a seguito dell'operazione con la quale gli stessi sono stati trasformati da servizi a titolo gratuito a titolo oneroso e nell'aver preattivato i servizi stessi sulle sim acquistate dopo tale data (c.d. nuovi clienti).

## III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

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

#### *Attività preistruttoria*

4. Nel dare riscontro ad una richiesta di informazioni dell'Autorità il professionista, con comunicazione pervenuta il 29 luglio 2014, ha riferito di aver comunicato il passaggio dei servizi di reperibilità *LoSai* e *Chiamaora* da gratuiti a pagamento alla clientela prepagata nelle date del 16 giugno e 14 luglio 2014 mediante l'invio del seguente sms: "Dal 21/7 Tim rinnova i servizi *Losai* e *Chiamaora*, di avviso chiamate perse e disponibilità dei contatti a soli 1,90 euro ogni 4 mesi. Disattivazione gratis 40920".

5. Nella medesima comunicazione il professionista ha dichiarato di aver posticipato la data di avvio di onerosità del servizio per la clientela prepagata dal 21 luglio all'11 agosto 2014 specificando che per gli abbonati, interessati dal cambiamento dal 1° novembre 2014, sarebbe stata effettuata un'apposita comunicazione in bolletta<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> La suddetta comunicazione presenta il seguente testo: "TIM INFORMA che a partire dal 1 Novembre 2014 i servizi *LoSai* e *ChiamaOra* di TIM saranno unificati e subiranno delle variazioni nelle modifiche in merito alle condizioni economiche. Per i Clienti con Abbonamento il servizio *LoSai* e *Chiama Ora* di TIM sarà fruibile al costo di 48 centesimi (IVA inclusa) al mese solare. L'addebito avverrà ogni bimestre L'importo addebitato, con cadenza bimestrale sul rendiconto TIM, di un importo sarà pari a 96 centesimi (IVA inclusa), a partire dalla bolletta di gennaio per i Clienti con il servizio attivo. E' possibile disattivare il servizio *LoSai* e *ChiamaOra* di TIM gratuitamente e in qualsiasi momento chiamando il numero gratuito 40920 e seguendo le istruzioni della voce guida, oppure direttamente sul sito [www.tim.it](http://www.tim.it)".

**6.** Il 28 luglio 2014 la Direzione ha acquisito agli atti le pagine del sito internet *www.tim.it* nelle quali veniva evidenziata l'automatica attivazione dei predetti servizi sulle sim dei clienti ricaricabili e in abbonamento, salva la possibilità per il consumatore di richiederne la disattivazione.

#### *Attività istruttoria*

**7.** In relazione alle condotte sopra descritte, in data 7 agosto 2014 è stato comunicato a Telecom Italia S.p.A. l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9697 per possibile violazione degli articoli 20, 24, 25 e 26 lettera f) del Codice del Consumo.

**8.** In tale sede, veniva ipotizzato:

– il contrasto con gli artt. 24 e 25, lettera a), cod. cons. in quanto, la condotta contestata, in considerazione della sua natura e del contesto giuridico e di mercato in cui la stessa è stata realizzata, anche alla luce delle previsioni contenute nell'art. 65 Cod. Cons. come modificato dal Decreto Legislativo 21/2014, potrebbe comportare un indebito condizionamento idoneo a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione all'attivazione di servizi accessori a pagamento, qualora risultasse accertato che il professionista non abbia previsto di richiedere il consenso espresso del consumatore ad aderire a tali servizi accessori a pagamento;

– la violazione dell'art. 26, lettera f), cod. cons. ove risulti accertato che il professionista abbia preteso il pagamento immediato o differito dei predetti servizi senza che il consumatore li abbia richiesti.

**9.** In sede di avvio è stato, inoltre, ipotizzato che la condotta descritta possa integrare una violazione del Codice del Consumo come modificato dal Decreto Legislativo 21/2014 e, nello specifico, una violazione dell'art. 65 cod. cons. qualora risulti accertato che per i contratti conclusi dopo il 13 giugno u.s. non venga richiesto il consenso espresso del consumatore ad aderire a tali servizi prima che lo stesso sia vincolato al contratto e/o all'offerta.

**10.** In data 9 settembre 2014 sono state effettuate ispezioni presso le sedi di Roma di Telecom Italia.

**11.** In data 19 settembre 2014 è pervenuta la memoria difensiva di Telecom.

**12.** Il 6 novembre 2014 presso i locali dell'Autorità si è svolta l' audizione dei rappresentanti di Telecom Italia.

**13.** In data 22 settembre 2014, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del

Consumo, Telecom ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione, integrandoli successivamente in data 19 novembre 2014.

**14.** Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 19 dicembre 2014 e la decisione è stata comunicata al professionista in data 22 dicembre 2014.

**15.** In data 21 ottobre 2014 Domus consumatori in qualità di associazione di consumatori ha presentato istanza di partecipazione al procedimento. L'istanza è stata accolta in data 23 dicembre 2014.

**16.** In data 16 gennaio 2015 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

**17.** In data 27 gennaio 2015 è pervenuta la memoria conclusiva di Telecom Italia.

## ***2) Le evidenze acquisite***

### *Le segnalazioni ricevute*

**18.** Nel corso del procedimento sono pervenute da parte di un'associazione di consumatori e diversi consumatori, segnalazioni nelle quali si lamenta la scorrettezza della scelta di Telecom di mantenere attivi sulle utenze dei clienti i servizi di reperibilità anche dopo l'avvio della manovra con cui sono stati resi a pagamento, prevedendo in capo al consumatore non interessato l'onere di disattivare i servizi o la possibilità di recedere dall'intero contratto<sup>2</sup>.

**19.** Diversi consumatori hanno lamentato di non aver mai richiesto i predetti servizi e, ciononostante, di essersi visti addebitare il costo di 1,90 ad essi riferito.

**20.** Alcuni consumatori, inoltre, hanno denunciato l'addebito in questione, anche rispetto ad abbonamenti annuali limitati al servizio di connessione dati ovvero a schede prepagate utilizzate per la connessione internet tramite *tablet* o *ipad* che, per definizione, non consentono l'utilizzo dei servizi di reperibilità tipicamente connessi al servizio di telefonia mobile<sup>3</sup>.

**21.** In un caso, l'addebito relativo ai servizi in questione è stato effettuato nonostante gli stessi fossero stati disdetti anche quando erano in modalità

---

<sup>2</sup> Cfr. ad esempio Doc. nn. 1 e 14.

<sup>3</sup> Cfr. ad esempio Docc. nn. 13, 15 e 50.

gratuita<sup>4</sup>.

**22.** Dalla documentazione acquisita in sede ispettiva, dalle memorie di Telecom e dall'audizione del 6 novembre 2014 è emerso, in sintesi, quanto segue.

**23.** I servizi di reperibilità “*Lo Sai*” e “*Chiamaora*” sono stati lanciati commercialmente nel 2001 in modalità gratuita nell'ambito delle funzioni base della SIM e forniscono alla clientela alcune informazioni utili alla reperibilità dell'utenza: “*LoSai di TIM*” è il servizio che informa la clientela sulle chiamate ricevute quando il telefonino è spento, non raggiungibile o è occupato in un'altra conversazione, mentre “*ChiamaOra*” è il servizio che consente di ricevere un SMS di avviso o di prenotare la richiamata automatica, non appena la persona cercata e precedentemente non reperita torna contattabile.

**24.** Telecom Italia ha modificato le condizioni di fornitura dei servizi introducendo un costo di 1,90 euro (iva inclusa) ogni 4 mesi per le utenze prepagate e di 96 centesimi (iva inclusa) ogni bimestre per gli abbonati (c.d. manovra di *repricing*).

**25.** In occasione della manovra di *repricing* i servizi sono stati unificati in modo da consentire al cliente di poter disattivare o attivare entrambe le componenti di servizi nei diversi scenari di traffico (spento, fuori copertura, occupato etc.).

**26.** La data di avvio di onerosità del servizio per gli abbonati è stata fissata al 1° novembre 2014 mentre per la clientela prepagata al 21 luglio 2014 e poi posticipata all'11 agosto 2014.

**27.** Il posticipo della data di partenza dell'operazione non è stato comunicato mediante un nuovo *sms* ai clienti ma solo mediante comunicazione a mezzo stampa, avvenuta in data 25 luglio 2014, nonché tramite *banner* in *homepage* sul sito aziendale [www.tim.it](http://www.tim.it).

**28.** L'operazione ha interessato tutte le sim anche quelle utilizzate per il solo traffico dati, in quanto Telecom non distingue le sim per il solo traffico dati da quelle abilitate alle chiamate<sup>5</sup>.

**29.** I servizi a pagamento sono attivi sulle sim dei clienti contrattualizzati alla data di partenza dell'operazione ed è fatta salva la possibilità per i clienti di disattivare i servizi. La disattivazione dei servizi può avvenire: a) mediante il numero 40920 per il quale è stata predisposta un'apposita fonia contenente le indicazioni per la disattivazione; b) mediante il 119; c) per i clienti registrati

---

<sup>4</sup> Cdr. Doc. n.

<sup>5</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo presso la sede di Roma di Via Val Cannuta 182, doc. 19 dell'indice del fascicolo.

mediante l'area di *self caring* presente sul sito internet<sup>6</sup>. Inoltre, ai clienti è stata riconosciuta la facoltà di esercitare, senza penalità, il diritto di recesso dal piano tariffario.

**30.** Rispetto ai clienti che hanno sottoscritto un nuovo contratto a cavallo della data di partenza dell'operazione, Telecom ha operato una distinzione in due sottogruppi: per i clienti che hanno sottoscritto un contratto tra il 14 giugno e il 21 luglio 2014 è prevista la fruizione dei servizi in modalità gratuita; per i clienti che hanno sottoscritto un contratto dopo il 21 luglio 2014 i primi quattro mesi sono gratuiti in via promozionale e allo scadere essi - secondo quanto evidenziato nella propria memoria difensiva e in sede di audizione - riceveranno un sms con il quale gli verrà richiesto espressamente se vogliono continuare ad usufruire del servizio a pagamento. Nel caso di inerzia del cliente il servizio sarà automaticamente disattivato<sup>7</sup>.

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

**31.** Rispetto ai clienti contrattualizzati prima del 13 giugno 2014 per i quali è intervenuta la modifica delle condizioni economiche dei servizi (c.d. *vecchi clienti*), Telecom, senza alcuna obiezione da parte dell'Autorità di settore, ha ritenuto applicabile l'art. 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche andando a modificare il regime economico di talune prestazioni – i servizi di reperibilità – già dedotte nel rapporto obbligatorio in essere con i clienti nel rispetto delle modalità e dei termini previsti dalla norma di legge.

**32.** La disposizione, di diretta derivazione comunitaria (v. art. 20, 4° comma, Direttiva 2002/22/ Ce relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica e art. 20, 2° comma Direttiva 2009/136/ Ce modificativa della stessa), nel disciplinare specificatamente il contenuto dei contratti aventi ad oggetto i servizi di telecomunicazione, prevede lo *ius variandi* da parte dell'operatore in relazione alle condizioni vigenti e così testualmente recita: "*Il contraente, qualora non accetti le modifiche delle condizioni contrattuali da parte delle imprese che forniscono reti o servizi di comunicazione elettronica, ha diritto di recedere dal contratto senza penali né costi di disattivazione. Le modifiche sono comunicate al contraente con adeguato preavviso, non inferiore a trenta giorni, e contengono le informazioni complete circa*

---

<sup>6</sup> Cfr. doc. 19 cit.

<sup>7</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo presso la sede di Roma di Via de Francisci (doc. 44) e verbale di audizione del 6 novembre 2014 (doc. 60).

*l'esercizio del diritto di recesso. L'Autorità può specificare la forma di tali comunicazioni*"<sup>8</sup>.

**33.** La corretta applicazione della disposizione che, secondo Telecom, sarebbe avvenuta sotto il presidio dell'AGCOM – costantemente resa edotta sia delle modifiche che delle relative misure informative attuate – discenderebbe dalla circostanza che l'introduzione di un prezzo supplementare per la prestazione di reperibilità dovrebbe considerarsi necessariamente assorbita nel regime delle modifiche unilaterali consentite dal contratto avente ad oggetto i servizi di comunicazioni elettroniche in quanto i servizi "Lo sai" e "Chiama ora", per quanto gratuiti, erano inclusi nel servizio di telefonia mobile di base in quanto complementari rispetto ad esso. Difatti, con il contratto di telefonia mobile Telecom avrebbe assunto un'obbligazione cumulativa che ricomprenderebbe prestazioni plurime in rapporto tra loro sì di accessorietà, ma nel senso di oggettiva complementarità.

**34.** Ciò in quanto la norma, secondo Telecom, intenderebbe soddisfare il duplice obiettivo di trasparenza per l'utente e di snellezza, non imponendo all'operatore — nell'ambito di un rapporto già pendente — complesse forme di ulteriore raccolta del consenso e affidando quindi la tutela del consumatore al recesso dopo avere ricevuto l'informativa sulla modifica.

**35.** Non potrebbe pertanto parlarsi di mancanza di consenso, in quanto il mancato recesso costituisce una forma di adesione che, nel meccanismo dell'art. 70, comma 4, Codice delle com. elettroniche si realizza in relazione alla specifica modifica contrattuale proposta.

**36.** Secondo Telecom, nel settore delle comunicazioni elettroniche, la tutela dell'utente, nel caso di esercizio dello *ius variandi* da parte degli operatori, è affidata al solo meccanismo del recesso, in assenza del quale è da ritenere acquisito il consenso del cliente alla modifica contrattuale proposta.

**37.** Dall'applicabilità in via esclusiva dell'art. 70, 4° comma - norma speciale di rango comunitario che regola in modo specifico rispetto al Codice del Consumo la vicenda della modifica alle condizioni di un contratto con un operatore di telecomunicazioni prevedendo altrettanti

---

<sup>8</sup> Al riguardo la parte rileva che l'art. 20, 2° comma, della Direttiva 2009/136 CE, diversamente da quanto previsto nel corrispondente art. 20 della precedente Direttiva 2002/CE non riporta più la formulazione che fa salve le norme comunitarie in materia di tutela dei consumatori e le norme nazionali conformi al diritto comunitario. Ciò per l'evidente ragione che la Direttiva sul punto intende legiferare (anche) in materia di tutela del consumatore. La disciplina dell'art. 70 del C.C.E., che ha dunque, a tutti gli effetti, lo status di norma dell'Unione Europea rubricata come "Contratti ed esercizio del diritto di recesso" è completa sotto ogni profilo; essa impone infatti che il contratto indichi tutti i vari elementi dello stesso, definiti come condizioni contrattuali che possono appunto essere oggetto di modifica.

specifici rimedi a tutela della trasparenza nei confronti del consumatore o della sua libertà di scelta - discenderebbe l'incompetenza dell'AGCM a mente dell'art. 19, 3° comma, esistendo entrambi gli elementi previsti da quest'ultima norma, cioè la natura comunitaria delle regole settoriali considerate e una situazione di contrasto tra esse e il Codice del Consumo.

**38.** In particolare, come affermato dal Consiglio di Stato nelle note pronunce del maggio 2012 il contrasto tra le disposizioni generali in materia di pratiche commerciali scorrette e le disposizioni di carattere settoriale che regolano aspetti specifici delle pratiche commerciali delle imprese — richiamato nell'articolo 3, paragrafo 4, della direttiva 2005/29/CE e nell'articolo 19, comma 3, del Codice del Consumo per escludere l'applicabilità di quest'ultimo — sussisterebbe non solo nell'ipotesi di vera e propria antinomia normativa, ma anche nei casi di difformità di disciplina tale da rendere illogica la sovrapposizione delle due regole. Tali principi non sarebbero intaccati né intaccabili dall'art. 27, comma 1-*bis* del Codice del Consumo che attribuisce la generale competenza all'AGCM.

**39.** Del resto, come evidenziato nella circolare Assonime n. 27 del 10 settembre 2014 e nella Relazione illustrativa al Decreto Legislativo 21/2014, la clausola per la quale resta fermo “*il rispetto della regolazione vigente*” precluderebbe all’Autorità di considerare contraria alla diligenza professionale e quindi scorretta una condotta conforme alle prescrizioni della normativa settoriale.

**40.** La norma di riferimento per poter sindacare la fattispecie sarebbe dunque quella speciale contenuta nell'art. 70, 4° comma e non anche l'art. 65 del Codice del Consumo che peraltro farebbe riferimento al consenso da raccogliersi nel momento genetico del rapporto e non ad un rapporto già instaurato oggetto di modifiche unilaterali nei cui confronti la tutela dell'utente che non intenda aderirvi sarebbe costituita dal recesso di fonte legale.

**41.** L'art. 65 del Codice del Consumo non potrebbe applicarsi anche in virtù di quanto previsto dall'art. 9 della Legge n° 689/1981 che prevede il principio di specialità il quale assicura che, nel caso di più violazioni di norme amministrative, prevale quella speciale.

**42.** Il comportamento di Telecom — presidiato e indirizzato dall'AGCOM che ha pure essa inquadrato il *modus operandi* di Telecom nell'art. 70, 4° comma Cod. com. elettroniche e non ha intrapreso un procedimento e/o altra iniziativa tesa a sanzionare il comportamento di Telecom, ritenendo evidentemente che tale *modus operandi* fosse conforme alla normativa

applicabile — dovrebbe considerarsi conforme alla diligenza professionale di cui agli artt. 18, lettera *h*), e 20, 1° comma, Cod. cons. escludendo così alla radice, sotto questo aspetto, qualsiasi possibile violazione contestata.

**43.** In ogni caso, il fatto che per la vecchia base clienti non sia stato scelto un meccanismo di *opt in* non determinerebbe il realizzarsi di una pratica aggressiva in violazione degli artt. 24 e 25, lettera *a*), Cod. cons. non solo per l'assorbente considerazione che Telecom ha esercitato una prerogativa attribuita dal Cod. com. elettroniche monitorata e avallata dall'Autorità di settore ma anche per assenza dei presupposti di fatto che, secondo la giurisprudenza amministrativa<sup>9</sup>, la connotano.

**44.** In conclusione, non sarebbe corretto valutare il comportamento di Telecom in termini di imposizione di un'adesione automatica e non richiesta al servizio in esame perché l'obbligo di Telecom era costituito dalla fornitura del servizio comprensivo delle prestazioni (tutte) cui si era contrattualmente obbligata. L'art. 70 Cod. com. elettroniche era, infatti, applicabile alla fattispecie ed il professionista aveva titolo a modificare il regime economico di una o più delle plurime prestazioni cui era obbligato, avvalendosi di tale articolo e non di altre norme contenute nel Codice del Consumo, con esso incompatibili.

---

<sup>9</sup> Secondo la giurisprudenza amministrativa, infatti, “se si ha riguardo alle condotte e agli interessi protetti dalle norme (artt. 22 e 23 del Codice del consumo) circa il divieto di pratiche commerciali ingannevoli, finalizzato a tutelare la decisione commerciale consapevole del consumatore — il solo fatto del metodo di adesione del consumatore all'offerta con meccanismo *opt out* anziché *opt in* non pare di suo — in assenza di ulteriori connotazioni — incidere in misura apprezzabile sul congruo comportamento economico del consumatore (vale a dire sul bene anzitutto protetto da quel precetto), almeno per quanto concerne i profili della consapevolezza e della volontarietà della scelta economica circa il contenuto del contratto. Infatti, se si ha riguardo al contenuto della proposta, piuttosto che al metodo di formazione del consenso, si deve considerare che qui con l'offerta sono distintamente indicate le tipologie dei servizi accessori, la loro facoltatività ed i relativi costi rispetto al servizio principale di trasporto marittimo passeggeri e veicoli al seguito: vale a dire gli elementi che portano ad una scelta economica consapevole. Del resto, nel rapporto tra venditore e acquirente, a prescindere dallo strumento tecnico utilizzato per il perfezionamento del consenso, è normale che vengano in rilievo atti negoziali di espressa proposta di acquisto, ovvero di rifiuto a fronte di offerte del venditore cui il consumatore ritenga di non prestare adesione” Cons. Stato, Sez. VI, 4 marzo 2013, n. 1259, che richiama anche Cons. Stato, Sez. VI, 27 ottobre 2011, n. 5785 e 24 novembre 2011 n. 6204. Inoltre sempre la giurisprudenza amministrativa ha escluso il carattere dell'aggressività “ai sensi degli artt. 24, 25 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo [per] la condotta dell'imprenditore in merito all'omessa esplicitazione della natura facoltativa del prodotto assicurativo accessorio contestualmente offerto” distinguendo plasticamente la pratica ingannevole da quella aggressiva rilevando come “La disposizione descrive la pratica aggressiva come una condotta fortemente invasiva, per le pressioni in cui in concreto consiste, della libertà di scelta del consumatore. Tale condotta quindi non incide, quanto meno necessariamente, sulla possibilità per il consumatore di acquisire gli elementi conoscitivi necessari circa il contenuto del contratto, ma sulla stessa volontà di stipularlo pur in presenza di un giudizio negativo sulla sua convenienza. E' evidente che la pratica commerciale aggressiva si distingue dalla pratica ingannevole. Mediante quest'ultima, infatti, l'agente scorretto si propone di ottenere la stipula di un contratto del cui contenuto il consumatore non è ben consapevole, mediante la pratica aggressiva, come si è rilevato, l'agente si propone di condizionare la volontà del consumatore, facendogli concludere un contratto della cui convenienza non è convinto” (Consiglio di Stato 22 giugno 2011 n. 3763).

**45.** Rispetto alle segnalazioni ricevute da parte di clienti possessori di supporti diversi dai telefonini, quali tablet e chiavette per pc utilizzate per la navigazione, si evidenzia che tutte le schede SIM commercializzate da Telecom, indipendentemente dai terminali in cui vengono utilizzate, sono SIM standard regolarmente abilitate anche agli SMS e alla fonia (e va ricordato che la maggior parte dei tablet oggi commercializzati consente anche le chiamate in fonia). Telecom non può quindi sapere *a priori* che tipo di utilizzo farà della scheda SIM l'utente e se utilizzerà o meno tali funzioni, o se installerà la scheda in un supporto *smartphone*.

**46.** Ai fini della quantificazione della sanzione dovrebbe comunque tenersi conto del fatto che Telecom ha previsto una procedura di rimborso nei confronti dei clienti titolari di carta Sim ricaricabile che abbiano proposto un reclamo per l'attivazione del servizio a pagamento a far data dall' 11 agosto 2014 fissando come termine finale la data del 30 settembre 2014 successivamente prorogata sino al 30 aprile 2015. La procedura è stata estesa dal 5 novembre u.s., anche nei confronti dei clienti abbonati, nonostante tale misura non fosse stata inizialmente menzionata nell'interlocuzione con l'AGCOM.

**47.** Tale procedura prevede espressamente che, in caso di reclamo, e a prescindere dal fatto che il cliente abbia tempestivamente esercitato o meno il diritto di recesso, gli operatori del 119 procedano alla disattivazione del servizio e alla restituzione dell'importo addebitato, fatta salva l'ipotesi in cui è lo stesso cliente a dichiarare di voler mantenere attivo il servizio.

**48.** Per quanto concerne i contratti di telefonia stipulati con i nuovi clienti dopo il 14 giugno 2014, da un lato, la previsione della fruizione dei relativi servizi in modalità gratuita per le sim acquistate tra il 14 giugno e il 21 luglio 2014 e dall'altro, la previsione di un meccanismo di opt-in per i contratti stipulati con i nuovi clienti a decorrere dal 21 luglio 2014, escluderebbero la scorrettezza della pratica così come contestata in avvio.

**49.** Contestualmente alla memoria conclusiva del 27 gennaio 2015 Telecom ha depositato un parere *pro-veritate* concernente i rapporti tra la disciplina generale prevista dal Codice del consumo e la disciplina contenuta nel Codice delle comunicazioni elettroniche. Il parere riguarda, in particolare, il rapporto tra la disciplina sottesa all'art. 70, comma 4, del CCE e quella contenuta all'art. 33, comma 2 e all'art. 65 del CDC, come novellato dal Decreto Legislativo n. 21/2014.

**50.** Nel parere si evidenzia, tra l'altro, che *“l'art. 70, comma 4, CCE rinviene il suo fondamento nell'esigenza di regolare la complessiva disciplina del*

*mercato delle comunicazioni in modo tale da favorire il dinamismo concorrenziale”. In tale prospettiva, il legislatore del CCE (e a monte il legislatore comunitario) tenuto conto delle caratteristiche proprie del mercato dei servizi di comunicazione elettronica, connotato da elevata elasticità della domanda e dell'offerta, come dalla evoluzione continua delle tecnologie e delle offerte, con l'articolo 70, comma 4, CCE ha inteso “rendere possibile la modifica delle condizioni contrattuali per adeguarle via via ai mutamenti delle condizioni di mercato, senza dovere procedere ad un'inefficiente operazione di generalizzato rinnovo di ciascun contratto o, comunque, di richiesta volta per volta di un consenso espresso”. Ivi ancora si legge: “Il diritto di recesso attribuito dall'art. 70, comma 4, mira a favorire - anche in termini di economia comportamentale - una valutazione complessiva da parte della medesima utenza della convenienza dell'insieme delle prestazioni ricevute, consentendo una rapida migrazione ad altri concorrenti che eventualmente offrano un complesso di servizi, diversamente articolato quanto a prezzi e tariffe, che l'utente reputi maggiormente coerente con le sue esigenze (...) Per queste ragioni, nello specifico settore delle comunicazioni elettroniche, la tutela dell'utenza a fronte di variazioni contrattuali di servizi e tariffe compresi nel regolamento contrattuale iniziale, è appunto affidata unicamente al meccanismo dell'opt-out”.*

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

**51.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa mediante sms e riguarda il settore delle comunicazioni, in data 29 gennaio 2015 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, nonché ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo, introdotto dall'art. 1, comma 6, lettera a), del Decreto Legislativo n. 21/2014.

**52.** L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha comunicato il proprio parere entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della richiesta e non ha rappresentato ulteriori esigenze istruttorie.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

### *Il potere di accertamento dell'Autorità*

**53.** In via preliminare va affrontata l'eccezione di incompetenza dell'Autorità sollevata dal professionista nelle proprie memorie difensive, eccezione che non merita accoglimento per le ragioni che seguono.

**54.** Come noto, il quadro normativo è stato recentemente integrato con l'introduzione nel Codice del consumo dell'articolo 27, comma 1 bis, entrato in vigore il 26 marzo 2014, secondo cui *“anche nei settori regolati, ai sensi dell'articolo 19, comma 3, la competenza ad intervenire nei confronti delle condotte dei professionisti che integrano una pratica commerciale scorretta, fermo restando il rispetto della regolazione vigente, spetta, in via esclusiva, all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che la esercita in base ai poteri di cui al presente articolo, acquisito il parere dell'Autorità di regolazione competente. Resta ferma la competenza delle Autorità di regolazione ad esercitare i propri poteri nelle ipotesi di violazione della regolazione che non integrino gli estremi di una pratica commerciale scorretta (...)”*.

**55.** La novella legislativa individua un criterio generale di ripartizione preventiva delle competenze che assegna in via esclusiva all'AGCM l'*enforcement* rispetto a tutte le condotte che danno luogo a una pratica commerciale scorretta, comprese quelle realizzate nell'ambito di *«settori regolati, ai sensi dell'articolo 19, comma 3»*. La competenza delle Autorità di settore resta ferma nelle ipotesi in cui il comportamento contrario alle norme di settore non costituisca pratica commerciale scorretta.

**56.** Conseguenza da quanto sopra la chiara competenza dell'Autorità *ex art. 27, comma 1-bis*, del Codice del Consumo a conoscere della fattispecie qui in considerazione, in quanto relativa a *“condotte dei professionisti che integrano una pratica commerciale scorretta”*.

**57.** Ciò posto, non appare pertinente né fondato rispetto al caso di specie quanto rilevato dalle Parte in merito alla sussistenza di un limite all'accertamento in materia di pratiche commerciali scorrette nel caso in cui il comportamento risulti, così come dalle stesse asserito, conforme alla regolazione di settore, che si ricaverebbe dall'inciso contenuto nell'art. 27, comma 1bis cod. cons. *«fermo restando il rispetto della regolazione vigente»* e dalla relativa interpretazione contenuta nella Relazione illustrativa al decreto secondo cui lo stesso andrebbe interpretato nel senso di escludere la

scorrettezza della pratica commerciale posta in essere dal professionista ove questa sia conforme alla regolazione di settore.

**58.** Difatti, il vincolo posto dalla norma alla valutazione del canone di diligenza professionale esigibile dal professionista nei settori regolati sulla base delle disposizioni generali in materia di pratiche commerciali scorrette contenute negli art. 18 e ss. cod. cons., opera a condizione che la condotta concreta ricada nell'ambito di operatività dell'articolo 19, comma 3, cod. cons., che costituisce trasposizione nell'ordinamento interno della disposizione comunitaria contenuta nell'articolo 3, paragrafo 4, della direttiva n. 2005/29/CE, in virtù della quale la normativa speciale di rango comunitario potrà prevalere su quella generale solo in caso di contrasto e solo limitatamente agli aspetti specifici cui essa puntualmente si riferisce.

Nel caso di specie, tuttavia, non ricorre alcun contrasto tra la normativa speciale e quella generale, poiché la condotta del professionista non rientra nell'ambito di applicazione dell'articolo 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche, integrando piuttosto gli estremi di una pratica commerciale di per sé aggressiva, ed in particolare di una fornitura non richiesta *ex* articolo 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del consumo. Argomento in sé idoneo a fondare la competenza esclusiva dell'Autorità ad intervenire nei confronti della condotta del professionista, a prescindere dal fatto che, trattandosi di una fattispecie di per sé aggressiva da *black list*, nessuna norma potrebbe in ogni caso prevalere su quella del Codice del consumo.

### *Nel merito*

**59.** Il provvedimento concerne la pratica commerciale posta in essere da Telecom consistente nell'aver mantenuto attivi sulle sim dei clienti contrattualizzati prima del 13 giugno 2014 (c.d. vecchi clienti) i servizi di reperibilità dell'utenza "Losai" e "Chiamaora" trasformati da servizi a titolo gratuito a titolo oneroso a partire dall'11 agosto 2014 e nell'aver preattivato i servizi stessi sulle sim acquistate dopo tale data (c.d. nuovi clienti).

**60.** Rispetto alla prima categoria di clienti, Telecom ha adottato un meccanismo di *opt-out* nell'acquisizione del consenso del consumatore alla fruizione dei servizi, cui consegue il prelevamento automatico e anticipato di 1,90 euro ogni 4 mesi per i clienti ricaricabili e di 48 centesimi al mese solare, con addebito bimestrale, per i clienti in abbonamento.

**61.** Più nello specifico, l'operatore ha comunicato - mediante un sms

indirizzato all'intera base dei clienti ricaricabili e un avviso in bolletta per i clienti in abbonamento - che da una certa data i servizi di reperibilità sarebbero divenuti a pagamento, informandoli circa la possibilità di disattivare i servizi stessi contattando il numero 40920 oppure direttamente sul sito *www.tim.it*.

**62.** Al riguardo, in linea generale deve osservarsi che nel settore della telefonia mobile - caratterizzato dalla eterogeneità di servizi associati all'utilizzo di una sim che non sono più circoscritti al servizio voce tradizionale - la previsione di adeguati strumenti volti a garantire l'adozione da parte del consumatore di scelte economiche e di comportamenti in relazione al prodotto pienamente consapevoli, che non siano condizionati da tecniche di negoziazione unilateralmente predisposte dall'offerente, si caratterizza come un onere minimo del professionista. Ciò al fine di consentire la percezione delle caratteristiche dei servizi utilizzati e attenuare, per quanto ragionevolmente possibile, gli effetti associati all'asimmetria contrattuale e informativa del consumatore medio particolarmente evidente nella contrattazione di massa e standardizzata in un settore complesso come quello in esame.

**63.** Nel caso di specie, mediante la scelta di mantenere attivi i servizi sulle sim dei clienti a seguito della loro trasformazione da gratuiti a onerosi autonomamente e unilateralmente imposta dal professionista, sfruttando la propria posizione di supremazia, quest'ultimo ha esercitato una pressione idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta e di comportamento del consumatore medio in relazione alla fruizione di servizi per i quali è stato richiesto, in corso di rapporto, un costo autonomo non compreso nella tariffa pattuita.

**64.** Tale circostanza si riflette evidentemente sulla decisione di natura commerciale dello stesso consumatore, esposto in conseguenza della coercizione perpetrata dal professionista a scelte economiche e/o contrattuali, come quella di mantenere attivo il servizio o di doversi attivare entro termini e con forme stabilite da Telecom per potersi sottrarre alla fruizione dei servizi e al correlato maggior prelievo sul proprio credito telefonico, che non avrebbe altrimenti assunto.

**65.** Il carattere aggressivo della pratica oggetto di valutazione discende inoltre dalla circostanza che il meccanismo di acquisizione implicita del consenso ha riguardato l'imposizione a carico del consumatore di una nuova e non concordata prestazione: l'introduzione di un costo supplementare riferito a servizi di cui il consumatore aveva sino ad allora goduto in

modalità gratuita.

**66.** Difatti, nel caso di specie, quello che in sede di conclusione del negozio era stato qualificato come un vero e proprio servizio “*omaggio*”, a seguito delle modifiche unilateralmente predisposte dal professionista, viene trasformato in una prestazione a pagamento che, proprio in ragione del meccanismo predisposto dalla società Telecom, si configura come una nuova offerta che il consumatore può rifiutare mediante *opt-out*. Per cui, già da queste prime considerazioni appare evidente come la condotta imputata alla società Telecom integri gli estremi di una pratica commerciale di per sé aggressiva consistente, ai sensi dell’articolo 26, comma 1, *lettera f)*, nella fornitura di un servizio che il consumatore non ha richiesto con prelievo unilaterale delle somme sul credito del consumatore, non rientrante in quanto tale nell’ambito coperto dall’articolo 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche.

**67.** Al riguardo basti rilevare, più nello specifico, che la tutela del recesso accordata dalla norma settoriale in caso di esercizio dello *ius variandi* e l’applicazione del meccanismo di acquisizione del consenso ad essa sotteso (*opt-out*) invocata dal professionista a propria difesa implicano che il consumatore non possa rifiutare la modifica contrattuale unilateralmente imposta se non mediante lo scioglimento dell’intero rapporto contrattuale. Il diritto di recesso attribuito all’utenza dall’art. 70 comma 4, infatti, come evidenziato nello stesso parere *pro veritate* prodotto in atti dalla Parte, mira a favorire il dinamismo concorrenziale consentendo una “*rapida migrazione ad altri concorrenti che eventualmente offrano un complesso di servizi che l’utente reputi maggiormente coerente con le sue esigenze*”.

**68.** Diversamente, nel caso che ci occupa, il professionista trattandosi di una nuova offerta ha contemplato la possibilità per il consumatore di acconsentire alla fruizione del servizio mediante la mancata disattivazione dello stesso, dimostrando in tal modo di non considerare tale operazione come una mera rimodulazione soggetta al meccanismo del recesso di cui all’articolo 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche..

**69.** In altri termini, poiché nel caso di specie, sia pure attraverso il meccanismo dell’*opt-out*, è stata richiesta una nuova manifestazione del consenso, la condotta oggetto di contestazione non può ricadere nell’ambito di applicazione dell’art. 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche. e, dunque, non risulta coperta da alcuna norma settoriale. Né potrebbe essere altrimenti non essendo ammessa dalla giurisprudenza della Corte di Giustizia (sentenza del 23 aprile 2009, cause C-261/07 e C-299/07,

*VTB-VAB NV/Total Belgium NV e Galatea BVBA/ Sanoma Magazines Belgium NV*) la previsione di fattispecie di per sé aggressive ulteriori rispetto a quelle contenute nella direttiva 2005/29/Ce e nel Codice del consumo, con cui tale normativa è stata trasportata nell'ordinamento interno.

Del resto, l'acquisizione implicita del consenso oggetto di contestazione non discende dal mancato recesso ma dalla mancata disattivazione del servizio e, dunque, da un diverso meccanismo di *opt-out* autonomamente scelto dal professionista che non ricade, in ogni caso, nell'ambito di applicazione dell'art. 70, comma 4, del Codice delle Comunicazioni elettroniche.

**70.** In conclusione, in forza delle considerazioni che precedono, l'adozione di una modalità implicita di acquisizione del consenso a mantenere attivi i servizi nonostante la previsione di un nuovo e non concordato onere economico a carico del cliente in considerazione della natura stessa della condotta e del contesto di mercato e giuridico nella quale è stata realizzata appare idonea ad integrare una pratica commerciale aggressiva in violazione degli artt. 24 e 25 lettera *a*), cod. cons. Concretandosi la condotta nella fornitura di servizi non richiesti consapevolmente dagli utenti, sussiste altresì la violazione dell'art. 26, comma 1, lettera *f*), Cod. cons. avendo Telecom iniziato ad addebitare il relativo costo sul credito telefonico dei clienti ricaricabili dall'11 agosto 2014.

**71.** Quanto, infine, alla contrarietà alla diligenza professionale, non si riscontra da parte di Telecom 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, rispetto alla modalità di imposizione del servizio e all'onere richiesto al consumatore.

**72.** In particolare, la contrarietà alla diligenza professionale si riscontra nella misura in cui il professionista risulta aver imposto ai clienti contrattualizzati prima del 14 giugno 2014 una modalità implicita di acquisizione del consenso a mantenere attivi i servizi nonostante la previsione di un nuovo onere economico a carico del cliente limitando la libertà di scelta e di comportamento del consumatore medio in relazione ai servizi stessi e inducendo lo stesso a soggiacere ad un onere sproporzionato: la necessità di doversi attivare entro termini e con forme stabilite da Telecom per potersi sottrarre alla fruizione dei servizi e al correlato maggior prelievo sul proprio credito telefonico.

**73.** Diverse considerazioni valgono per le modalità di attivazione dei servizi adottate dalla Parte rispetto alle sim acquistate dopo il 14 giugno 2014.

**74.** A tale riguardo le evidenze istruttorie dimostrano che, per i clienti che

hanno sottoscritto un contratto tra il 14 giugno e il 21 luglio Telecom ha previsto la fruizione dei servizi in modalità gratuita mentre per i clienti che hanno sottoscritto un contratto dopo il 21 luglio 2014 i primi quattro mesi sono gratuiti in via promozionale allo scadere dei quali essi riceveranno un sms con il quale verrà loro espressamente richiesto di manifestare il proprio consenso ad usufruire del servizio a pagamento in assenza del quale esso sarà automaticamente disattivato.

**75.** Pertanto, per i c.d. nuovi clienti, la pre-attivazione di un servizio fruito in modalità gratuita dai clienti contrattualizzati tra il 14 giugno e il 21 luglio 2014 e la previsione di un meccanismo di *opt-in* per l'acquisizione del consenso dei clienti che hanno sottoscritto un contratto dopo il 21 luglio 2014 ad usufruire del servizio a pagamento, non appaiono idonei a integrare gli estremi di una pratica commerciale scorretta e/o una violazione dell'art. 65 cod. cons. in quanto rispettivamente relativi, da un lato, a servizi per i quali non è richiesto alcun costo supplementare, dall'altro a servizi per i quali è prevista, in assenza di una richiesta espressa da parte degli utenti, l'automatica disattivazione dopo la loro fruizione in modalità gratuita per un periodo promozionale di quattro mesi.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**76.** 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.

**77.** 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.

**78.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della rilevante dimensione economica del professionista che presenta un fatturato pari a circa 15 miliardi e mezzo e rappresenta uno dei principali operatori di telefonia, nonché della natura aggressiva del profilo di scorrettezza di particolare impatto sull'autodeterminazione del consumatore nelle proprie scelte commerciali. Inoltre, si tiene conto dell'ampia diffusione

e penetrazione della pratica che ha interessato l'intera *customer base* dei consumatori titolari di utenza mobile. Si deve rilevare, infine, la particolare insidiosità della condotta che espone i consumatori alla attivazione unilaterale dei servizi e al prelievo unilaterale di somme da parte dell'operatore sul credito dei clienti.

**79.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dall'11 agosto 2014 ed è ancora in corso in quanto Telecom continua ancora oggi ad addebitare con cadenza quadrimestrale per le schede ricaricabili e bimestrale per gli abbonamenti il costo dei servizi di reperibilità.

**80.** Sulla base di tali elementi, si ritiene dunque di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Telecom Italia nella misura di 400.000 € (quattrocentomila euro).

**81.** In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza *aggravante* in quanto il professionista risulta già destinatario di provvedimenti sanzionatori da parte dell'Autorità in materia di pratiche commerciali scorrette<sup>10</sup> si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 500.000 € (cinquecentomila euro).

**82.** Infine, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Telecom Italia S.p.A. nella misura di 400.000 € (quattrocentomila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere nei confronti dei clienti di telefonia mobile contrattualizzati prima del 14 giugno 2014 risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25 e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'adozione di una modalità implicita di acquisizione del consenso a mantenere attivi i servizi nonostante la previsione di un nuovo onere economico a carico del cliente, ad incidere in misura apprezzabile sul comportamento economico del consumatore medio;

---

<sup>10</sup> Cfr., tra gli altri, Provv. 22451 del 24 maggio 2011, in Boll. 21/2011.

## DELIBERA

- a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Telecom Italia, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25 e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;
- b) di irrogare alla società Telecom Italia una sanzione amministrativa pecuniaria di 400.000 € (quattrocentomila 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 punto a).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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).

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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 di copia del modello 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*