



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 gennaio 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. SKY Italia S.r.l. (d’ora in avanti anche solo “SKY”) in qualità di professionista, ai sensi del Codice del Consumo. La società è attiva nella produzione e distribuzione di canali digitali a pagamento, di servizi di *pay per view* e di servizi di televisione interattiva, via satellite e via cavo. Il bilancio di SKY chiuso il 30 giugno 2018 non registra perdite di esercizio e presenta ricavi pari a 2.996.756.542 euro.

2. Altroconsumo, CODACONS, CODICI e U.Di.Con., in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne due distinte condotte, poste in essere da SKY di seguito descritte:

Condotta *sub a*): nella fase di presentazione dell'offerta SKY ha fornito, ai potenziali nuovi clienti, informazioni ingannevoli inerenti all'offerta relativa al calcio e, in particolare, al pacchetto SKY Calcio per la stagione 2018/19.

Condotta *sub b*): nella fase di gestione di contratti già attivi SKY, a fronte del significativo ridimensionato dei contenuti del pacchetto SKY Calcio (e in particolare la riduzione del 30% delle partite trasmesse di serie A e la totale eliminazione delle partite di serie B), non ha permesso ai propri abbonati, interessati prevalentemente o esclusivamente alla visione delle partite di calcio, di poter effettuare una libera scelta in merito alla nuova composizione del pacchetto, inducendoli al rinnovo del contratto nell'erronea convinzione di poter fruire dei medesimi contenuti rispetto a quanto originariamente sottoscritto, con l'imposizione di addebiti dei costi mensili invariati, oppure a recedere dal contratto a titolo oneroso.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alle condotte sopra descritte in data 28 agosto 2018¹ è stato avviato nei confronti di SKY il procedimento istruttorio PS11232.

5. Nella medesima data è stata inviata la comunicazione di avvio alle associazioni di consumatori Altroconsumo, CODACONS e U.Di.Con.².

6. In data 31 agosto 2018³ è stata formulata a SKY una richiesta di informazioni ad integrazione di quella già presente nell'avvio del procedimento. In data 28 settembre 2018⁴ SKY forniva risposta ad entrambe le richieste e contestualmente inviava la memoria difensiva⁵. In data 2

¹ Cfr. Doc. N. 19.

² Cfr. Docc. NN. 20, 21 e 22.

³ Cfr. Doc. N. 43.

⁴ Cfr. Docc. NN. 65 e 67.

⁵ Cfr. Doc. N. 71.

ottobre 2018⁶ veniva depositata tramite cd-rom anche copia dei documenti prodotti da SKY.

7. Il 23 ottobre 2018⁷ è pervenuta la richiesta di partecipazione al procedimento da parte dell'Associazione Codici – Centro per i diritti del cittadino, che è stata accolta in data 24 ottobre 2018⁸. Con nota del 25 ottobre 2018, SKY è stata informata dell'accoglimento dell'istanza di partecipazione dell'associazione segnalante⁹.

8. L'audizione richiesta dal professionista in data 28 settembre 2018¹⁰ si è svolta il 24 ottobre 2018¹¹.

9. In data 26 ottobre 2018¹² è stata formulata una nuova richiesta di informazioni a SKY, la cui risposta è pervenuta in data 23 novembre 2018¹³.

10. In data 27 novembre 2018¹⁴ veniva comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

11. Il 18 dicembre 2018¹⁵ SKY presentava la propria memoria conclusiva.

12. Nella medesima data¹⁶ ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, commi 1-*bis* e 6 del Codice del Consumo, nonché ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 16, commi 3, 4 e 5 del Regolamento veniva inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Il parere dell'Autorità di settore perveniva in data 15 gennaio 2019¹⁷.

2) Le evidenze acquisite

Le istanze di intervento ricevute

13. In relazione alle condotte oggetto di contestazione sono pervenute oltre un centinaio di segnalazioni da parte di consumatori e associazioni di consumatori, quali Altroconsumo, Codacons, U.Di.Con. e Movimento

⁶ Cfr. Doc. N. 70.

⁷ Cfr. Doc. N. 81.

⁸ Cfr. Doc. N. 88.

⁹ Cfr. Doc. N. 92.

¹⁰ Cfr. Doc. N. 67.

¹¹ Cfr. Doc. N. 85.

¹² Cfr. Doc. N. 93.

¹³ Cfr. Doc. N. 131.

¹⁴ Cfr. Docc. NN. 137,138,139, 140 e 141.

¹⁵ Cfr. Doc. N. 151.

¹⁶ Cfr. Doc. N. 152.

¹⁷ Cfr. Doc. N. 158

Difesa del Cittadino¹⁸. In particolare, i segnalanti hanno lamentato che SKY avrebbe messo in atto comportamenti in violazione del Codice del Consumo in diverse fasi dell'attività commerciale e, precisamente, nelle fasi di promozione dell'offerta calcio e di gestione del contratto includente l'offerta del pacchetto Calcio per la stagione 2018/19.

14. Attraverso le segnalazioni¹⁹ è emerso che, a seguito dell'assegnazione dei diritti di trasmissione delle partite del campionato di calcio di serie A per il triennio 2018-2021, SKY non avrebbe fornito adeguata informativa sui contenuti e sulle caratteristiche principali dell'offerta calcio per la stagione 2018/19. Più nel dettaglio, i messaggi pubblicitari (diffusi a mezzo sito *web*, pagina Facebook e spot televisivi) non recherebbero, con adeguata evidenza, gli elementi informativi essenziali sui contenuti dell'offerta, necessari per consentire al consumatore, interessato ad attivare l'abbonamento, di assumere una decisione commerciale consapevole.

15. Dalle segnalazioni, inoltre, è emerso che i clienti già abbonati avrebbero maturato la convinzione di poter disporre, anche per la stagione calcistica 2018/19, del medesimo contenuto del pacchetto SKY Calcio dell'anno precedente, in particolare della visione di tutte le partite di calcio della serie A e B, essendo, tra l'altro, rimasto invariato il costo dell'abbonamento. Tale circostanza avrebbe costretto i clienti SKY, già abbonati ai servizi dell'operatore, e in particolare al pacchetto Calcio, a mantenere il contratto in essere, continuando a subire gli addebiti mensili o, in alternativa, a recedere dal contratto, sostenendo però il costo delle penali o la perdita di sconti e promozioni in caso di contratti con vincolo di durata minima.

Le condotte oggetto del procedimento

16. L'assegnazione dei diritti per la trasmissione in diretta delle partite del campionato di calcio di serie A relativa alle stagioni sportive del triennio 2018-2021 è avvenuta da parte della Lega Calcio in data 13 giugno 2018, per la prima volta non più sulla base della piattaforma di trasmissione (digitale terrestre, satellitare, internet), ma sulla base di pacchetti di eventi in esclusiva (anticipi del sabato, posticipo della domenica, lunedì sera, ecc.).

¹⁸ Cfr. Docc. NN. 1-12,14-15,17-18,23-33,37-40,42,44-46,49-50,52,55-64,66,68-69,71,73,75-76,79-80,82-82,86-91,94-103,105-110,112-115,117-122,125,127-130,132-136,143-144,147-50,154-157.

¹⁹ Cfr. Docc. NN. 1, 18, 23, 28, 39, 44.

Sono stati confezionati, infatti, tre pacchetti da vendere in esclusiva assoluta, indipendentemente dalla piattaforma. Nel triennio precedente 2015-2018 Sky aveva ottenuto l'assegnazione della trasmissione in diretta sul satellite di tutte le partite del campionato di calcio di Serie A, mentre a Mediaset erano state aggiudicate sul digitale terrestre le partite delle 8 migliori squadre. In quel caso, almeno per i maggiori club, entrambi gli aggiudicatari hanno potuto trasmettere tutte le partite, con la conseguente possibilità per gli utenti di sottoscrivere un unico abbonamento per vedere tutte le partite di una singola squadra.

17. Per il triennio 2018-2021, invece, SKY si è aggiudicata i due pacchetti principali, ottenendo di poter trasmettere in esclusiva 7 partite del campionato di serie A su 10 previste per ogni giornata, tra cui quelle del lunedì sera e della domenica sera, oltre a 16 *big match* su 20 complessivi. Il terzo pacchetto è stato assegnato alla società inglese Perform Investment Limited, che ha ottenuto di poter trasmettere in esclusiva le altre tre partite del campionato di calcio di serie A previste per ogni giornata, tra cui quelle del sabato sera²⁰. In tale contesto, i consumatori si sono ritrovati, per la prima volta, nella condizione di dover sottoscrivere due abbonamenti diversi con le due Società aggiudicatarie per poter fruire della visione di tutte le partite del campionato di calcio di serie A giocate da un singolo club.

18. Con riferimento alla serie B, mentre per il triennio 2015-18 SKY deteneva i diritti per l'intero torneo, per il triennio successivo 2018-21 i diritti sono stati assegnati a Perform.

Condotta sub a)

19. Nella fase di presentazione dell'offerta SKY non ha adeguatamente evidenziato, nelle comunicazioni diffuse attraverso i principali canali utilizzati (sito *web*²¹, pagina Facebook²² e spot televisivo²³), tutti i principali elementi informativi relativi all'offerta calcio, in particolare per quanto attiene ai contenuti del pacchetto SKY Calcio per la stagione 2018/19.

20. Il promo SKY relativo al calcio mostra masse di tifosi con le maglie di varie squadre che corrono verso uno stadio, portando con sé sedie, sgabelli o

²⁰ Cfr. Doc. N. 63 p. 4.

²¹ Cfr. Docc. N. 13 all. 1 e N. 126.

²² Cfr. Doc. N. 1.

²³ Cfr. Doc. 13 all. 3.

poltrone alla ricerca di un posto a sedere; i consumatori vengono invitati a prendere posto e a mettersi comodi perché “sarà una stagione di calcio imperdibile”. Lo spot risulta privo di informazioni esplicative circa il contenuto specifico dell’offerta, ad eccezione della presenza, nei fotogrammi finali, dei tre loghi relativi alla Serie A, alla Champions League e alla Europa League.²⁴

21. La homepage del sito web di Sky dedicata al calcio dal 14 giugno 2018, e quanto meno fino all’avvio del procedimento, riportava in alcune date l’immagine di una squadra di calcio su cui compariva la scritta esplicativa “La tua squadra in Italia e in Europa su Sky” affiancata dal logo della Serie A e della Champions League. In altre date la suddetta homepage si presentava costituita da un’immagine in cui su uno sfondo rosso e blu campeggiava la frase “La serie A su Sky anche per il triennio 2018/2021”, seguita dal logo ben visibile della serie A e dal claim “Il tuo calcio, tutto da vivere”²⁵. Quest’ultima immagine è stata inserita anche sulla pagina Facebook di Sky Sport a partire dal 14 giugno 2018²⁶.

1. Homepage SKY 14 giugno 2018²⁷



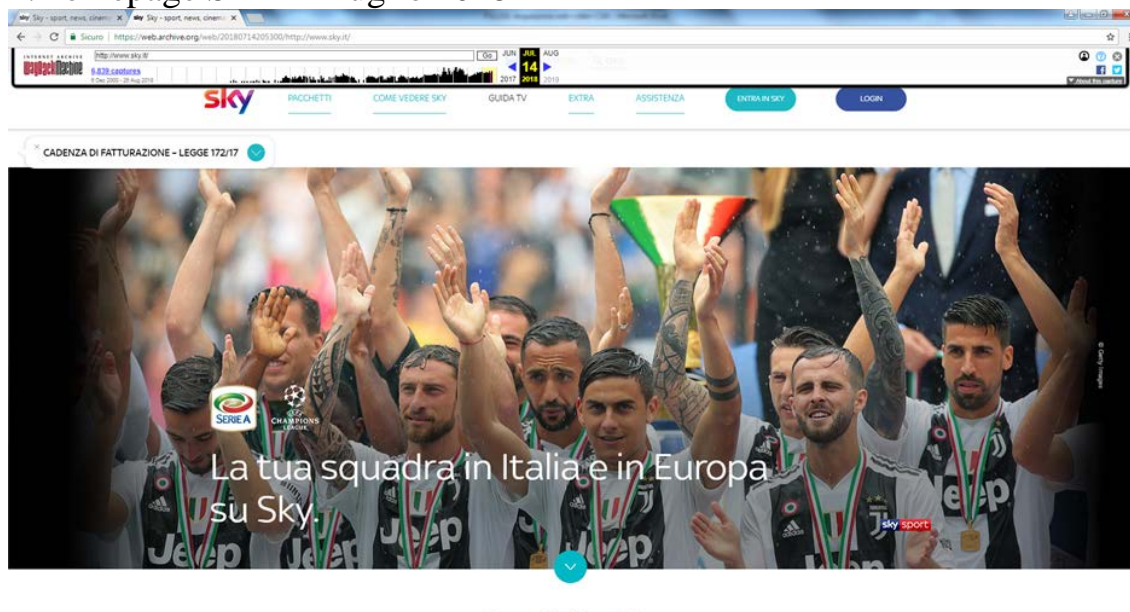
²⁴ Cfr. Doc. N. 13 all. 3 e Doc. N. 126.

²⁵ Cfr. Doc. N. 13 all. 1.

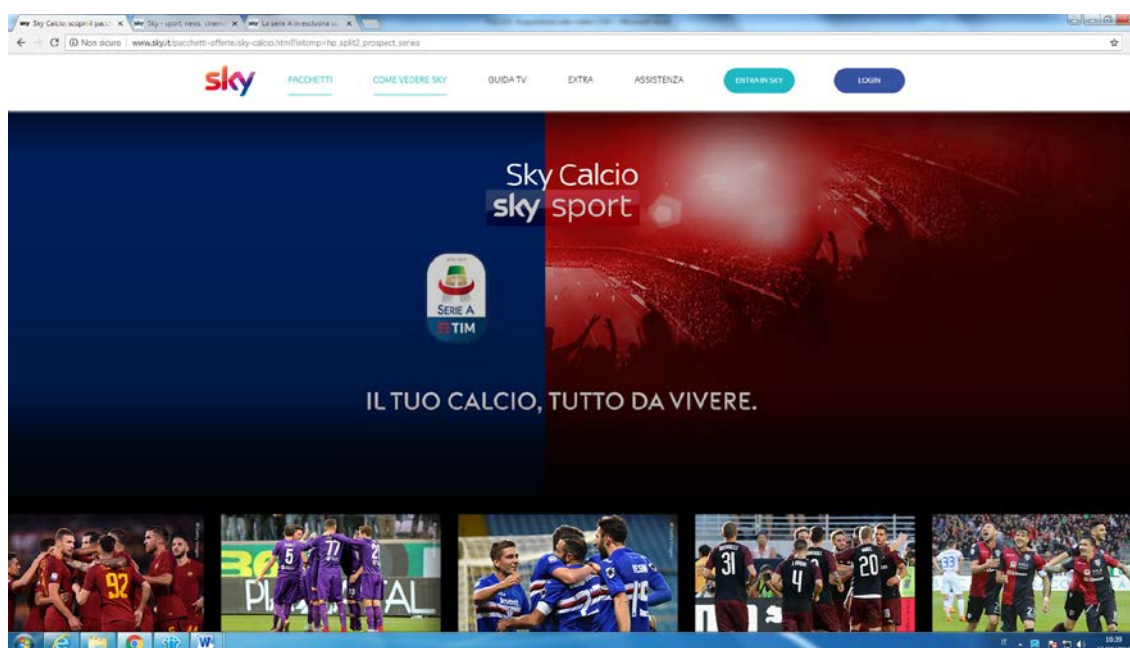
²⁶ Cfr. Doc. N. 1.

²⁷ Cfr. Doc. N. 126.

2.Homepage SKY 14 luglio 2018²⁸



3.Homepage SKY 27 agosto 2018²⁹



22. Come emerge anche da alcune segnalazioni di consumatori, attraverso la descritta attività promozionale, SKY ha ingenerato nei consumatori la convinzione di poter assicurare la visione di tutte le partite di calcio per la stagione 2018/19, senza renderli edotti circa le limitazioni dell'offerta³⁰.

²⁸ Cfr. Doc. N. 13.

²⁹ Cfr. Doc. N. 13.

³⁰ Cfr. Doc. N. 44.

Significativa al riguardo risulta, ad esempio, la segnalazione di un consumatore, che ha sottoscritto alla data del 13 luglio 2018 un contratto SKY con il pacchetto calcio, esercitando contestualmente il recesso dal contratto Mediaset, proprio perché gli era stata garantita la visione di tutte le partite del campionato di calcio senza alcuna limitazione nella programmazione³¹.

23. Dalle informazioni acquisite dal professionista è infine emerso che i consumatori che hanno attivato l'abbonamento a SKY con il Pacchetto SKY Calcio incluso nel periodo 1° luglio-1° settembre 2018 sono stati [20.000-80.000]*³².

Condotta sub b)

24. La modalità di abbonamento alla piattaforma SKY prevede la sottoscrizione del servizio base SKY TV cui, su richiesta del cliente, possono essere in qualsiasi momento aggiunti o cancellati pacchetti e/o servizi che si distinguono per i rispettivi contenuti, quali Sky Cinema, Sky Calcio, Sky Sport, così come anche eventualmente altri servizi opzionali di natura tecnologica (ad es. My SKY, SKY HD, SKY on demand e restart)³³. Il pacchetto SKY Calcio, dunque, costituisce un contenuto a pagamento aggiuntivo rispetto a quello base, che può essere attivato (*upgrade*) o disattivato (*downgrade*) solo su richiesta del cliente secondo quanto indicato nelle condizioni generali di contratto³⁴ e confermato in istruttoria dalla stessa

³¹ Cfr. Doc. N. 33

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

³² Cfr. Doc. N. 65

³³ Cfr. Doc. N. 13 All. 2 e Doc. N. 67, Memoria di Sky del 28/09/2018, All. 4.

³⁴ Cfr. Doc. N. 13 all. 2, Condizioni generali di abbonamento residenziale SKY, art. 1.1: "In fase di stipula del nuovo Contratto potrai richiedere i Pacchetti, i materiali Sky in comodato d'uso (Smart Card, decoder e telecomando), il Servizio di Installazione e/o ulteriori Servizi o Prodotti Opzionali in base all'offerta commerciale di riferimento. Inoltre in qualsiasi momento nel corso di Contratto potrai richiedere ulteriori Servizi e/o Prodotti Opzionali con le modalità indicate di seguito e alle condizioni riportate di volta in volta nelle offerte commerciali."

Inoltre si veda anche l'art. 1.4 delle medesime Condizioni: "Ti invitiamo a consultare le pagine del sito Sky.it dove potrai trovare in qualsiasi momento l'elenco aggiornato dei pacchetti, prodotti e servizi inclusi nella nostra offerta. Inoltre per i pacchetti, prodotti e servizi tecnologici soggetti a variazioni, sul sito potrai trovare anche la descrizione delle relative caratteristiche e funzionalità costantemente aggiornata. Nel corso dell'Abbonamento potrai decidere se mantenere i prodotti e servizi inizialmente prescelti o effettuare delle variazioni con le modalità previste al successivo paragrafo 6 (Modifica e interruzione del Servizio), in particolare potrai richiedere:

- l'aggiunta o sostituzione di Pacchetti e/o Servizi o Prodotti Opzionali che comporti un aumento del Canone di Abbonamento (Upgrade);

Società³⁵. A sostegno di quanto sopra si osserva che coloro che hanno richiesto un *upgrade* nel periodo 1° luglio 2017-30 giugno 2018 aggiungendo SKY Calcio all'abbonamento base SKY TV sono stati [70.000-160.000].

25. Nel periodo 2015/2018 il pacchetto SKY Calcio comprendeva la trasmissione in diretta di tutta la serie A e la serie B, le qualificazioni ai Mondiali FIFA/Europei UEFA (escluse le partite dell'Italia trasmesse in diretta sui canali Rai) e la Coppa America.

26. Dalla seconda metà di giugno 2018, ad esito dell'assegnazione dei diritti, è stata ridefinita la composizione del pacchetto SKY Calcio che oggi ricomprende 7 partite su 10 per giornata del campionato di serie A, le partite di UEFA Champions League, UEFA Europa League, Premier League e Bundesliga³⁶. Pertanto, rispetto al contenuto del pacchetto SKY Calcio in precedenza sottoscritto, gli abbonati della stagione 2018/19 possono usufruire soltanto della visione di 7 partite su 10 per ogni giornata di campionato di serie A. Inoltre, tutte le partite del campionato di serie B sono state rimosse dal pacchetto.

27. Nonostante la drastica riduzione dei contenuti del pacchetto SKY Calcio, originariamente scelto dall'abbonato, il professionista non ha posto il consumatore, interessato prevalentemente o esclusivamente all'offerta di contenuti calcistici, e in particolare al campionato di serie A o di serie B, nella condizione di effettuare una libera scelta circa il mantenimento dell'offerta. Infatti, l'abbonato a SKY Calcio, a fronte della riduzione dei contenuti del pacchetto, si è trovato a dover scegliere tra due alternative, entrambe svantaggiose: mantenere il contratto con i relativi addebiti dei costi mensili o recedere dal contratto, sostenendo oneri in termini di penali e recupero di sconti per i contratti con vincolo di durata minima.

28. Le evidenze acquisite in corso di istruttoria mostrano, infatti, come numerosi clienti che avevano scelto il pacchetto SKY Calcio fossero convinti di poter disporre anche per il biennio 2018/19 dell'offerta originariamente

-
- la sostituzione di un Pacchetto con un altro che non comporti una variazione del Canone di Abbonamento (Variazione);
 - la riduzione o sostituzione di Pacchetti, Servizi o Prodotti Opzionali che comporti una riduzione del Canone di Abbonamento (Downgrade).

Per i Servizi Tecnologici opzionali ti invitiamo a consultare le Condizioni Generali dei Servizi Tecnologici Sky e le informazioni disponibili nelle offerte commerciali e sul sito Sky.it.

³⁵ Cfr. Doc. N. 85, Verbale dell'audizione Sky del 24/10/2018 e Doc. N. 131, Arrivo informazioni richieste da parte di Sky.

³⁶ Cfr. Doc. N. 125 – Verbale di acquisizione agli atti - 15/11/2018.

scelta, completa di tutta la serie A e di tutta la serie B, anche in considerazione del costo invariato. Tale circostanza emerge chiaramente da alcune delle segnalazioni pervenute, in base alle quali clienti che da molti anni erano abbonati al pacchetto SKY Calcio, in alcuni casi dopo aver in un primo tempo effettuato la disdetta ed essere stati ricontattati da SKY, hanno rinnovato il contratto in considerazione delle ampie rassicurazioni in merito all'identità dei contenuti dell'offerta e dei costi ricevute da parte del servizio clienti della Società che li aveva contattati³⁷.

29. Da altre segnalazioni emerge che altri abbonati a SKY Calcio hanno lamentato la mancata riduzione del prezzo dell'abbonamento al pacchetto per la stagione calcistica 2018/19 nonostante il significativo ridimensionamento dei contenuti originariamente prescelti, sostenendo di non essere stati posti nella condizione di poter scegliere se mantenere o interrompere la sottoscrizione dell'abbonamento³⁸.

30. Infine, altri abbonati al pacchetto SKY Calcio hanno evidenziato il condizionamento subito ad opera del professionista che li ha posti di fronte a due alternative, entrambe svantaggiose: mantenimento del contratto con i relativi addebiti o recesso dal contratto a titolo oneroso. In particolare, SKY ha richiesto a coloro che hanno provveduto ad effettuare la disdetta dal contratto il pagamento di penali per il recesso anticipato e/o la perdita delle condizioni vantaggiose connesse a offerte sottoscritte in promozione, non tenendo conto che la risoluzione anticipata del contratto era stata determinata da una modifica dei contenuti del pacchetto e non da una libera scelta del cliente³⁹.

31. La condotta è stata posta in essere a partire dal 14 giugno 2018⁴⁰, giorno seguente a quello dell'assegnazione dei diritti di trasmissione delle partite di calcio, risultando ancora in essere, dal momento che per tutti coloro che non hanno disattivato il pacchetto Calcio o esercitato il recesso dal contratto questo continua a essere fornito con l'addebito dei relativi costi mensili.

32. I soggetti che avevano un abbonamento SKY, comprensivo del Pacchetto SKY Calcio, attivo alla data del 1° giugno 2018 e con scadenza

³⁷ Cfr. Docc. NN. 26, 28, 29, 99.

³⁸ Cfr. Docc. NN. 12, 24 e 39.

³⁹ Cfr. Docc. NN. 59, 63 e 76.

⁴⁰ Cfr. Doc. N. 65 p. 2.

successiva all'inizio della stagione calcistica 2018/19, erano [1.000.000-2.000.000]⁴¹.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

33. SKY nelle propria memorie difensive ha evidenziato che “*il cambiamento dei criteri di assegnazione dei diritti del campionato di Serie A (passati da un’assegnazione per “piattaforma” ad un’assegnazione per “prodotto”)* [ha] *determinato un mutamento nelle scelte di consumo relative alla visione delle partite di Serie A, non necessariamente gradito al consumatore[...]*”, in ragione della necessità di dover sottoscrivere e pagare due abbonamenti a due distinte piattaforme per vedere l’intero campionato. Secondo il professionista, tale circostanza non è, però, imputabile a SKY⁴².

34. Con specifico riferimento alle condotte oggetto del presente procedimento, SKY ha precisato quanto segue.

A. In merito alla presunta condotta ingannevole consistente nell’inadeguata informazione fornita ai consumatori riguardo ai nuovi contenuti dell’offerta calcio e in particolare del pacchetto SKY Calcio per la stagione 2018/19 tramite i diversi canali di comunicazione, secondo SKY nessuna carenza informativa può essere riscontrata per i seguenti motivi.

- Lo spot, oggetto di contestazione, appartiene alla tipologia di pubblicità definita “emozionale”, che presenta caratteristiche peculiari. Essa non esaurisce in sé stessa l’attività informativa, ma svolge, di fatto, una funzione complementare rispetto ai numerosi strumenti informativi, messi a disposizione dalla Società. “*In sintesi, non è attraverso il promo che il cliente SKY attuale e potenziale, attinge le informazioni utili alle proprie scelte di consumo*”. Inoltre, “*il promo in questione non pubblicizza solo il calcio presente nel Pacchetto SKY Calcio, bensì anche quello presente nel Pacchetto SKY Sport*”. Infine, la presenza, nel promo, di masse di tifosi che si dirigono verso lo stadio alla ricerca di un posto a sedere non fornisce indicazioni non veritiere in quanto tutte le squadre avranno match nelle fasce orarie di cui SKY è risultata assegnataria⁴³.

- La *homepage* del sito Sky.it ha presentato solo durante la giornata del 14 giugno 2018 la scritta “*La serie A su SKY anche per il triennio 2018/2021. Il tuo calcio tutto da vivere*” senza altra indicazione aggiuntiva.

⁴¹ Cfr. Doc. N. 131.

⁴² Cfr. Doc. N. 151, Memoria difensiva di Sky, pp. 1-2.

⁴³ *Idem*, p. 4.

Nelle date successive, in funzione delle proprie esigenze di *marketing*, Sky ha aggiornato continuamente il proprio sito internet, recependo tempestivamente le informazioni progressivamente messe a disposizione della Lega Calcio sulla programmazione delle partite e “*rendendole visibili in prossimità del claim*” nella homepage o, al massimo, nella “*landing page*” immediatamente successiva⁴⁴. Pertanto, la condotta contestata relativa alla homepage avrebbe avuto una brevissima durata e una natura non continuativa. Inoltre, per quanto riguarda il *claim* “*Il tuo calcio, tutto da vivere*”, la parola “*tutto*” si riferisce all’esperienza di visione di cui il cliente può beneficiare, sia in quanto comprensiva di tutte le partite di serie A aggiudicate a Sky, tutta l’Europa League e la Uefa Champions League veicolate su tutti i mezzi di trasmissione, sia in termini di innovazione tecnologica, di qualità del racconto e di qualità estetica. Infine, il consumatore medio interessato al calcio “*non poteva ragionevolmente non essere consapevole dei contenuti dell’offerta SKY Calcio 2018/19 a seguito dei bandi indetti dalla lega Calcio*”⁴⁵. SKY ha condotto una massiccia campagna informativa, fornendo diligentemente “*ai propri clienti, sia potenziali che attuali, una pluralità di informazioni esaustive e trasparenti quanto ai contenuti del proprio Pacchetto*”⁴⁶.

B. In merito al fatto che il professionista avrebbe indotto i propri clienti, abbonati al pacchetto Calcio, a subire gli addebiti dei costi mensili relativi al pacchetto e al contratto, invariati rispetto al periodo precedente senza consentir loro di esercitare la propria libertà di scelta in relazione alla fornitura e al pagamento del pacchetto o del contratto per la stagione 2018/19, SKY sostiene che, in caso di conferma della contestazione di tale profilo, possa sussistere un contrasto con il principio del *ne bis in idem*. Ad avviso del professionista, infatti, l’ipotetica condotta aggressiva sarebbe da ricondursi alla presunta ingannevolezza del comportamento di SKY, già contestata con la prima condotta. Inoltre, il professionista ritiene che le pratiche aggressive debbano essere svincolate dalle questioni attinenti alla corretta informazione, che per essere qualificate tali debbano avere una valenza estorsiva della libertà di scelta e di comportamento del consumatore, che debbano risolversi nell’esercizio di una pressione da parte del professionista ai danni del consumatore e che debbano limitare notevolmente

⁴⁴ *Idem*, pp. 5-12.

⁴⁵ *Idem*, p. 13.

⁴⁶ *Idem*, pp. 13-14.

la capacità del consumatore di assumere una decisione consapevole. Inoltre, secondo SKY, *“le persone già clienti di SKY erano ben consapevoli di come l’offerta SKY potesse mutare nel tempo e dunque erano informati del fatto che il Pacchetto SKY calcio potesse essere soggetto a variazione nei suoi contenuti, considerata la stagionalità dell’assegnazione dei diritti sulle competizioni calcistiche via via presenti nel tempo all’interno del Pacchetto”*⁴⁷.

Infatti, ad avviso del professionista, la propria condotta sarebbe conforme a quanto previsto agli artt. 6.2 e 8 delle Condizioni generali di abbonamento⁴⁸, in cui SKY si riserva la facoltà di modificare il contenuto dei pacchetti senza obbligarsi né a dare preventiva comunicazione specifica all’abbonato, né a riacquisirne il consenso.

SKY ha sostenuto infine che *“non è condivisibile la tesi per cui il consumatore sarebbe stato indotto al rinnovo a causa della decisione di SKY di mantenere invariato il prezzo dell’abbonamento. Ciò perché il cliente SKY ha aderito ad un’offerta che non ha mai riguardato unicamente la visione delle partite di serie A (ed infatti il Pacchetto si chiama SKY calcio), ferme in ogni caso le facoltà di SKY, ai sensi del contratto, di modificare i propri palinsesti/Pacchetti in ragione della disponibilità dei diritti di diffusione in capo alla stessa. Si aggiunga inoltre che SKY, attraverso l’invarianza del prezzo, ha semplicemente voluto favorire la propria clientela, evitandole aumenti nonostante l’esponenziale crescita dei costi riconducibile all’assegnazione dei diritti di diffusione delle partite di Serie A [...]”*⁴⁹.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

35. Poiché la condotta riguarda un operatore attivo nel settore delle comunicazioni, in data 15 dicembre 2018⁵⁰ veniva inoltrata richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito,

⁴⁷ *Idem*, pp.16-19.

⁴⁸ Cfr. Doc. N. 13..

⁴⁹ Cfr. Doc. N. 151, cit., p. 19.

⁵⁰ Cfr. Doc. N. 97.

AGCOM), ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, commi 1-*bis* e 6, del Codice del Consumo.

36. Nel proprio parere, pervenuto il 16 gennaio 2019⁵¹, l'AGCOM ha, innanzitutto, precisato che, con riferimento alla normativa di settore di cui alla richiesta di parere ai sensi dell'art. 27, comma 1-*bis* del Codice del Consumo, “*fermi restando gli eventuali profili di aggressività e ingannevolezza*” di competenza dell'AGCM, la condotta, consistente nella mancanza di un'adeguata informativa ai clienti in merito ai contenuti del pacchetto SKY Calcio 2018/19 e nell'assenza di riconoscimento della facoltà di recedere dal contratto senza costi né penali, risulta riconducibile al quadro normativo del settore delle comunicazioni elettroniche.

37. In merito, l'AGCOM afferma di essere intervenuta con la delibera n. 488/18/CONS del 16 ottobre 2018, diffidando SKY ad informare tutti gli utenti che abbiano sottoscritto il pacchetto SKY calcio a condizioni diverse da quelle attualmente vigenti dell'intervenuta modifica dei contenuti e del conseguente diritto di recedere senza costi di disattivazione né penali, e di aver disposto in data 10 gennaio 2019 l'avvio di un procedimento sanzionatorio nei confronti di SKY per inottemperanza alla delibera n. 488/18/CONS.

38. In merito, invece, alla richiesta di parere ai sensi dell'art. 27 comma 6 del Codice del Consumo, l'AGCOM “*considerato che la promozione dell'offerta calcio di SKY per la stagione 2018/2019 è avvenuta attraverso Internet e spot televisivi*”, ha ritenuto che “*l'utilizzo di Internet, unitamente a quello del mezzo televisivo, risult[a] funzionale, agevol[a] e amplific[a] significativamente la realizzazione della descritta pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità*”⁵².

V. VALUTAZIONI

39. Il procedimento concerne due distinte e autonome condotte, poste in essere dalla società SKY e consistenti:

- condotta *sub* a): nella fase di presentazione dei propri servizi ai potenziali nuovi clienti, nelle modalità ingannevoli di promozione

⁵¹ Cfr. Doc. N. 158.

⁵² Cfr. Doc. N. 158.

dell'offerta calcio e in particolare del pacchetto SKY Calcio per la stagione 2018/19 attraverso differenti canali di comunicazione (sito *web*, pagina Facebook, promo televisivo);

- condotta *sub b*): nella fase di gestione di contratti già attivi SKY, a fronte del significativo ridimensionato (in particolare per quanto riguarda le partite di serie A con una riduzione del 30% delle partite trasmesse e la totale eliminazione delle partite di serie B) dei contenuti del pacchetto SKY Calcio, nel privare il consumatore, interessato prevalentemente o esclusivamente alla visione delle partite di calcio, della possibilità di effettuare una libera scelta in merito alla nuova composizione del pacchetto rispetto a quanto era stato originariamente sottoscritto, imponendogli o di subire gli addebiti dei costi mensili, tra l'altro in misura invariata, relativi a tale pacchetto, oppure di recedere dal contratto a titolo oneroso.

40. Le evidenze agli atti consentono di ritenere le suddette condotte in violazione del Codice del Consumo per i motivi che seguono.

Condotta sub a)

41. I messaggi pubblicitari relativi all'offerta calcio per la stagione 2018/19, e in particolare al pacchetto Sky Calcio, risultano privi di informazioni chiare e immediate sul contenuto del servizio, e in particolare non recano informazioni chiare su quali partite potranno essere viste in diretta a seguito dell'abbonamento. Al riguardo, si osservi che lo spot televisivo citato e la *homepage* del sito non specificano tali essenziali informazioni, limitandosi il primo a riportare nei fotogrammi finali i tre loghi relativi alla Serie A, alla Champions League e alla Europa League; la seconda in alcune date l'immagine di una squadra di calcio su cui compariva la scritta "*La tua squadra in Italia e in Europa su Sky*" affiancata dal logo della Serie A e della Champions League, in altre date un'immagine in cui su uno sfondo rosso e blu campeggiava la frase "*La serie A su Sky anche per il triennio 2018/2021*", seguita dal logo ben visibile della serie A e dal *claim* "*Il tuo calcio, tutto da vivere*".

42. I messaggi descritti lasciavano intendere che il professionista offriva un pacchetto comprensivo di tutte le partite del campionato di serie A, senza chiarire che sarebbe stata possibile la visione di solo 7 partite su 10 per ogni giornata della serie A. Tale informazione risulta certamente significativa anche alla luce del fatto che nel triennio precedente SKY aveva trasmesso tutte le partite del più importante torneo calcistico nazionale. Il consumatore

appassionato di calcio, pertanto, in assenza di informazioni immediate, precise e chiare in merito ai contenuti dell'offerta e in particolare alle novità riguardanti il numero limitato di partite disponibili, sarebbe potuto facilmente incorrere nell'errore di ritenere che l'offerta SKY Calcio fosse comprensiva di tutte le partite del campionato di calcio di serie A (*“La serie A su SKY anche per il triennio 2018/2021. Il tuo calcio tutto da vivere”*)⁵³.

43. Del resto, il fatto che la modifica dell'offerta SKY Calcio discenda da un cambiamento nei criteri di assegnazione dei diritti, non esime certo il professionista dal rispetto del Codice del Consumo e segnatamente non lo esime dall'obbligo di fornire ai consumatori una informazione corretta e completa in merito alle caratteristiche dell'offerta e alle limitazioni cui era soggetta, al fine di evitare che il consumatore medio potesse essere indotto in errore o ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. In altre parole, SKY avrebbe dovuto fornire al consumatore medio un'informazione chiara e completa in merito alle caratteristiche del pacchetto SKY Calcio e in particolare in merito alle limitazioni riguardanti la fruizione delle partite del campionato di serie A e del campionato di serie B. Alla luce di quanto precede, può dunque affermarsi che la condotta descritta è idonea a influenzare e alterare le scelte dei consumatori.

44. Le conclusioni che precedono valgono anche ove si voglia ritenere – come fa il professionista - che lo *spot* televisivo, oggetto del procedimento, sia un promo c.d. “emozionale”. Premesso che lo *spot* in questione rappresenta uno dei canali in cui si è articolata la campagna promozionale di SKY, va precisato che qualsiasi messaggio pubblicitario volto alla promozione di un prodotto e/o un servizio, indipendentemente dalle sue specifiche caratteristiche e delle modalità comunicative adottate, costituisce uno strumento di contatto con il consumatore (“effetto aggancio”), idoneo ad essere valutato con gli strumenti del Codice del Consumo. Nel caso di specie, risulta che il messaggio – ancorché emozionale – non riportava le informazioni necessarie per comprendere i contenuti dell'offerta. Né le ulteriori informazioni rispetto a quelle fruibili “in prima battuta” nel promo in questione, anche se inserite in altri video o diffuse attraverso altre modalità (sito web o punti vendita), possono sanare il pregiudizio determinato dalla loro omissione nel messaggio in analisi, in quanto questo è

⁵³ Home page del sito del professionista dedicata all'offerta calcio, cfr. Doc. N. 13 all. 1.

in grado da solo di realizzare l'effetto promozionale⁵⁴. Pertanto, il messaggio in questione deve ritenersi ingannevole ai sensi dell'art. 21 del Codice del Consumo poiché, a fronte dell'enfasi posta sull'indicazione “*La serie A su Sky anche per il triennio 2018/2021*”, non conteneva gli elementi più importanti dell'offerta (contenuto, prezzo, durata, modalità di fruizione, etc.), o quanto meno un invito ad approfondirli, per consentire al consumatore di assumere una decisione commerciale consapevole.

45. Deve, peraltro, osservarsi che il *marketing* emozionale rappresenta una modalità di promozione di un prodotto o di un servizio che fa leva su meccanismi irrazionali, esercitando sul consumatore un incentivo all'acquisto ancora più incisivo e potente. Le emozioni giocano un ruolo centrale nel processo decisionale, rendendo il prodotto o il servizio più attraente e possono, dunque, indurre il consumatore ad assumere, in assenza di elementi essenziali, una decisione commerciale che questi altrimenti non avrebbe preso.

46. In merito alla *homepage* del sito e alla pagina Facebook vale quanto detto in precedenza: nei casi in cui la *homepage* non ha riportato nelle immediate vicinanze del *claim* principale le caratteristiche dell'offerta (in particolare in termini di numero di partite fruibili), si deve ritenere che il consumatore non abbia potuto disporre immediatamente delle informazioni necessarie per assumere una decisione consapevole, non rilevando la circostanza che le informazioni fossero disponibili in una fase successiva della navigazione sul sito. Né può essere accolta la tesi di Sky sul significato da attribuire al termine “*tutto*”, ossia riferito all'esperienza di visione. Tale lemma è infatti per sua natura generico, e vi si possono attribuire molteplici significati, che possono essere esplicitati solo in associazione con altri termini. Tra questi, l'attribuzione di un'accezione di totalità delle partite di serie A come pubblicizzate, in assenza di alcuna specificazione in merito alle limitazioni dell'offerta, è del tutto possibile e legittima, e in ogni caso tale da poter indurre in errore il consumatore medio.

47. Similmente, non può essere condivisa l'osservazione di Sky secondo cui la *homepage* del sito Sky.it sarebbe stata priva di indicazioni sui contenuti dell'offerta calcio, e in particolare sul numero di partite di serie A

⁵⁴ Vedi tra tutte le sentenze del Consiglio di Stato, Sez. VI, 24 novembre 2011, n. 620; TAR Lazio, Sez. I, 30.1.14, n. 1171; Tar Lazio, Sez. I, 21.1.15, n. 994; TAR Lazio, sez. I, 12.6.2015 n. 8253; TAR Lazio, sez. I, 16.11.15, n. 12979, TAR Lazio, 6 febbraio 2017, sez. I, n. 1877; TAR Lazio, 13 marzo 2017, sez. I, n. 3418; TAR Lazio, sez. I, 25 maggio 2018, n. 5798.

trasmesse solo durante la giornata del 14 giugno 2018. Come dimostrato dalle risultanze istruttorie, anche in periodi successivi la *homepage* è risultata carente di tali indicazioni (si vedano ad esempio le pagine estratte dal sito in data 14 luglio e 27 agosto 2018 riportate in precedenza⁵⁵); né rileva, come precisato, che le informazioni mancanti in tali momenti fossero, invece, presenti in una fase successiva della navigazione sul sito.

48. In conclusione, la condotta dell'operatore, consistente nella modalità di presentazione ai potenziali nuovi clienti, sul *web* e tramite lo specifico promo televisivo, dell'offerta calcio e in particolare del pacchetto SKY Calcio per la stagione 2018/19, facendo loro credere di poter disporre della visione di tutte le partite del campionato di serie A, si configura come ingannevole in violazione dell'art. 21 c. 1 lettera *b*) del Codice del Consumo, risultando idonea ad indurre in errore il consumatore, facendogli assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbe preso.

Condotta sub b)

49. Le evidenze istruttorie consentono di affermare che il professionista ha posto in essere una pratica commerciale aggressiva in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, con riferimento ai clienti SKY già abbonati al pacchetto SKY Calcio a giugno 2018. In particolare, a fronte di una modifica significativa dell'offerta del pacchetto in questione, consistente nella riduzione del 30% delle partite del campionato di serie A e dell'eliminazione delle partite del campionato di serie B, SKY ha indebitamente condizionato i propri clienti, imponendogli o la fruizione di un'offerta ridotta al medesimo prezzo del pacchetto precedente oppure il recesso dal contratto con il pagamento di spese e penali. In tal modo il consumatore è stato, dunque, costretto ad effettuare scelte della cui convenienza non era convinto, non avendo a disposizione alternative.

50. Ciò vale ancor di più dove si considerino le caratteristiche del consumatore medio inciso dalla condotta del professionista, il quale decide se aderire o meno ad un'offerta nella sua veste di tifoso e in funzione del soddisfacimento di un proprio specifico interesse per una squadra di calcio, per determinati *match* o per uno specifico torneo.

⁵⁵ Cfr. Docc. NN. 13 e 126.

51. Alla luce delle caratteristiche del consumatore medio/tifoso e in considerazione del rilievo, come riconosciuto dalla stessa SKY, del cambiamento dei criteri di assegnazione dei diritti del campionato di serie A che ha di fatto mutato le scelte di consumo relative alla visione delle partite di Serie A, non più fruibili attraverso la sola SKY, il professionista avrebbe dovuto porre il consumatore nella condizione di poter effettuare le proprie scelte di consumo liberamente, contrariamente a quanto si è verificato. SKY infatti, da un lato, ha imposto ai propri abbonati intenzionati a continuare a vedere le partite in diretta l'accettazione degli addebiti in misura invariata rispetto all'offerta precedente nonostante la significativa modifica dei contenuti del pacchetto, in considerazione della posizione di supremazia che comunque essa detiene in ragione dell'esclusiva dei diritti di trasmissione del 70% delle partite di calcio di serie A; dall'altro, ha imposto ai clienti tifosi (non interessati al solo *downgrade* del pacchetto Calcio) il recesso dal contratto a titolo oneroso, con il pagamento di penali e/o la perdita di sconti e promozioni connessi con offerte con vincolo di durata minima.

52. La condotta appare ancor più grave poiché i clienti SKY si sono resi conto autonomamente delle modifiche apportate al pacchetto SKY Calcio, che avevano precedentemente scelto in base a condizioni diverse, mentre continuavano a subire gli addebiti inerenti l'abbonamento, tra l'altro in misura invariata nonostante il diverso e ridotto contenuto dell'offerta.

53. Non può essere accolta la tesi del professionista secondo cui tale contestazione violerebbe il principio del *ne bis in idem*, in quanto la condotta sarebbe da ricondursi alla presunta ingannevolezza del comportamento di SKY, già contestata in relazione alla prima condotta. Tale tesi appare insussistente in quanto le due condotte sono evidentemente differenti sotto molteplici punti di vista. Innanzitutto, le due condotte riguardano due differenti fasi dell'attività commerciale di SKY, quella inerente alla promozione del servizio e quella inerente alla gestione del rapporto contrattuale, interessando di conseguenza due diverse tipologie di consumatori, ovvero rispettivamente i potenziali nuovi clienti e i clienti già abbonati. Esse, inoltre, attengono anche a due scelte commerciali del tutto distinte ad autonome: la prima condotta attiene alla scelta dei nuovi clienti se aderire o meno al pacchetto SKY Calcio, la seconda riguarda invece l'indebito condizionamento che il professionista ha posto in essere, in fase di post vendita, nei confronti dei consumatori già clienti in merito alla loro scelta di proseguire o meno l'abbonamento al servizio SKY.

54. In conclusione, la condotta posta in essere dall'operatore nei confronti dei clienti già abbonati al pacchetto SKY Calcio, per i quali il professionista ha esercitato un indebito condizionamento, costringendoli ad optare tra due scelte, entrambe svantaggiose, ossia il mantenimento del contratto con la prosecuzione degli addebiti in misura invariata nonostante la diversa (e ridotta) offerta oppure il recesso a titolo oneroso, si configura come una violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

55. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, con il provvedimento che vieta le pratiche poste in essere in violazione degli artt. 20 e ss., e 45 e ss., del Codice del Consumo, 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.

56. In caso di procedimento, come quello di specie, che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, 19 gennaio 2012, n. 209). Pertanto, nel presente procedimento si procederà all'applicazione del cumulo materiale delle sanzioni per le due violazioni accertate.

57. 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.

Sulla condotta a)

58. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, del profilo di ingannevolezza che ha contraddistinto l'attività promozionale di SKY, fondata sulla mancata evidenziazione delle caratteristiche principali del prodotto. Si tiene, inoltre, conto della

dimensione economica del professionista (al 30 giugno 2018 il fatturato è stato pari a circa 3 miliardi di euro), del suo livello di notorietà in ambito nazionale, in quanto leader nel settore dei servizi televisivi via satellite in Italia, dell'ampiezza di diffusione della pratica, realizzata attraverso il *web* e la televisione. A quest'ultimo riguardo, si consideri che le modalità di diffusione della campagna realizzata da SKY ha permesso di raggiungere una vasta platea di consumatori.

59. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta sia stata attuata a partire dal 14 giugno 2018, data del primo messaggio in atti che presenta le carenze informative qui esaminate, quanto meno fino al 27 agosto 2018, data dell'ultimo messaggio in atti con le medesime caratteristiche⁵⁶.

60. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 2.800.000 € (due milioni e ottocentomila euro).

61. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante relativa alla recidiva in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo⁵⁷ si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 3.000.000 € (tre milioni di euro).

Sulla condotta sub b)

62. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della particolare natura del suo profilo, caratterizzato dall'indebito condizionamento esercitato dal professionista nei confronti dei propri abbonati al pacchetto SKY Calcio a seguito della consistente riduzione del suo contenuto. Si tiene, inoltre, conto della dimensione economica della Società (al 30 giugno 2018 il fatturato è stato pari a circa 3 miliardi di euro) e del suo livello di notorietà in ambito nazionale, in quanto è leader nel settore dei servizi televisivi via satellite in Italia, e della numerosità degli abbonati interessati dalla pratica.

⁵⁶ Cfr. rispettivamente Doc. N. 13 e Doc. N. 126.

⁵⁷ Si vedano PS9789 e PS9981.

63. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la condotta sia stata posta in essere a partire dal 14 giugno 2018, risultando ancora in essere⁵⁸.

64. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 3.800.000 € (tre milioni e ottocentomila euro).

65. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante relativa alla recidiva in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo⁵⁹ si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 4.000.000 €(quattro milioni di euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II., *sub a*), integra una violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo per la modalità di presentazione ingannevole sul *web* e tramite lo specifico promo televisivo dell'offerta calcio e, in particolare, del pacchetto SKY Calcio per la stagione 2018/19;

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II., *sub b*), integra una violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto il professionista ha esercitato un indebito condizionamento sui clienti abbonati a SKY TV, che avevano attivato su propria richiesta anche il pacchetto SKY Calcio, a seguito della consistente riduzione del contenuto del suddetto pacchetto, obbligandoli ad optare per il mantenimento del contratto con i relativi addebiti dei costi mensili, oppure in alternativa il recesso dal contratto a titolo oneroso;

DELIBERA

⁵⁸ Cfr. Doc. N. 131 e Docc. NN. 148 e 155.

⁵⁹ PS9789 e PS9981.

- a) che la condotta descritta al par. II, *sub a*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società SKY Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;
- b) che la condotta descritta al par. II, *sub b*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società SKY Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;
- c) di irrogare alla società SKY Italia S.r.l., con riferimento alla condotta descritta al punto a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 3.000.000 € (tre milioni di euro);
- d) di irrogare alla società SKY Italia S.r.l., con riferimento alla condotta descritta al punto b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.000.000 € (quattro milioni di euro);
- e) 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 b).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate 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.

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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

DISPONE

a) che la società SKY Italia S.r.l. pubblichi, a sua cura e spese, una dichiarazione rettificativa ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

1) il testo della dichiarazione rettificativa è quello riportato in allegato al presente provvedimento;

2) la dichiarazione rettificativa dovrà essere pubblicata entro trenta giorni dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento per venti giorni consecutivi sulla home page del sito *www.sky.it* in un riquadro pari ad almeno 1/5 dello spazio della pagina;

3) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto della dichiarazione rettificativa allegata; i caratteri del testo dovranno essere del massimo corpo tipografico compatibile con lo spazio indicato al punto 2 e le modalità di scrittura e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina di pubblicazione della dichiarazione rettificativa, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto della dichiarazione stessa o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

b) che la pubblicazione della dichiarazione rettificativa dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia della schermata della *home page* contenente la dichiarazione rettificativa pubblicata.

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

Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*

Gabriella Muscolo

All. 1

COMUNICAZIONE A TUTELA DEL CONSUMATORE



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

La Società SKY Italia S.r.l. non ha informato adeguatamente i potenziali nuovi clienti che, attraverso il pacchetto SKY Calcio, per la stagione 2018/19 non sarebbe stato possibile visionare tutte le partite per ciascuna giornata della serie A.

Inoltre, non ha posto in essere alcun comportamento che consentisse all'abbonato SKY Calcio, interessato prevalentemente o esclusivamente alla visione delle partite di calcio, di poter effettuare una libera scelta in merito alla nuova composizione del pacchetto SKY Calcio rispetto a quanto era stato originariamente sottoscritto, il quale non avrebbe più incluso la visione di tutte le partite di Serie A e B, imponendogli o di subire gli addebiti dei costi mensili, tra l'altro in misura invariata, relativi a tale pacchetto, oppure di recedere dal contratto SKY a titolo oneroso.

Tali pratiche sono state valutate scorrette ai sensi degli artt. 21 c. 1 lettera *b*), 24 e 25 del Codice del Consumo.

L'Autorità ha disposto la pubblicazione della presente dichiarazione rettificativa ai sensi dell'art. 27, comma 8 del Codice del Consumo.

(Provvedimento adottato nell'Adunanza 23 gennaio 2019 e disponibile sul sito www.agcm.it)