



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 marzo 2019;

SENTITO il Relatore Prof. Michele Ainis;

VISTE 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 “*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. Perform Investment Limited (d’ora in avanti anche solo “Perform Investment”), avente sede legale a Feltham (UK) e Perform Media Services S.r.l. (d’ora in avanti anche solo “Perform Media Services”), avente sede legale a Milano, sono due società che operano in qualità di Professionisti, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo (di seguito indicate anche congiuntamente come “Società Perform”). Entrambe fanno capo a Perform Group Limited, per conto della quale svolgono attività di produzione e commercializzazione di contenuti multimediali relativi ad eventi sportivi e di intrattenimento attraverso il *brand* DAZN. Il fatturato della Divisione DAZN di Perform Group Limited alla data del 31 dicembre

2017 risulta pari a 102.254.420 euro (90.800.000 sterline)¹.

2. CODACONS, Altroconsumo e Codici, in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne due distinte condotte di seguito descritte, poste in essere da Perform Investment e Perform Media Services nei confronti dei potenziali nuovi clienti.

Condotta *sub a*): le due Società hanno utilizzato nell'attività promozionale dell'offerta relativa alla visione di eventi calcistici e, in particolare, relativa alla serie A e B per la stagione 2018/19, un *claim* attraverso cui è stata enfatizzata la possibilità di fruizione del servizio *streaming* DAZN ovunque i consumatori si trovino, senza fare alcun riferimento alle limitazioni tecniche che avrebbero potuto, invece, renderne difficoltosa o addirittura impedirne la fruizione.

Condotta *sub b*): Perform Investment e Perform Media Services hanno, inoltre, adottato, sul sito *web* di DAZN, una modalità di adesione al servizio in cui veniva prospettata la fruizione di un mese di prova gratuito e veniva fatto esplicito riferimento all'assenza di contratto, quando invece la fornitura dei dati richiesti per la creazione di un *account* non risultava unicamente necessaria per la registrazione al sito al fine di usufruire della prova gratuita, ma comportava la sottoscrizione del servizio DAZN, che, in assenza di disdetta, avrebbe implicato dopo il primo mese l'addebito automatico dei costi mensili.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. In data 28 agosto 2018² è stato avviato nei confronti di Perform

¹Bilancio di Perform Group Limited al 31 dicembre 2017 <http://www.performgroup.com/wp-content/uploads/2018/11/SIGNED-Perform-Group-Limited-Accounts-31-December-2017.pdf>.

² Cfr. Docc. NN. 14 e 15.

Investment e Perform Media Services il procedimento istruttorio PS11233 relativo tra l'altro alle condotte sopra descritte.

5. Nella medesima data è stata inviata la comunicazione di avvio alle associazioni di consumatori CODACONS e Altroconsumo³.

6. In data 2 ottobre 2018⁴ le due Società Perform fornivano risposta alla richiesta di informazioni formulata con l'avvio del procedimento e presentavano le proprie argomentazioni difensive.

7. In data 16 ottobre 2018⁵ veniva inoltrata alle due Società Perform una ulteriore richiesta di informazioni, a cui in data 5 novembre 2018⁶ veniva fornita risposta.

8. In data 23 ottobre 2018⁷ l'Associazione Codici Onlus presentava istanza di partecipazione al procedimento, che veniva accolta con comunicazione inviata in data 24 ottobre 2018⁸ sia all'Associazione stessa che alle società Perform Investment e Perform Media Services.

9. In data 21 novembre 2018⁹ le due Società presentavano una proposta di impegni, che veniva rigettata con comunicazione inviata in data 21 dicembre 2018¹⁰.

10. L'audizione richiesta dalle due Società Perform in data 21 novembre 2018¹¹ si svolgeva in data 30 novembre 2018¹² e in data 10 dicembre 2018¹³ perveniva risposta alla richiesta di informazioni e chiarimenti relativi a quanto dichiarato nell'audizione stessa.

11. In data 9 gennaio 2019¹⁴ veniva comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1 del Regolamento, posticipata in data 22 gennaio 2019¹⁵ su richiesta di Perform Investment e Perform Media Services.

12. In data 18 gennaio 2019¹⁶ veniva presentata istanza di audizione da

³ Cfr. Docc. NN. 16 e 17.

⁴ Cfr. Doc. N. 49

⁵ Cfr. Doc. N. 63.

⁶ Cfr. Doc. N. 82.

⁷ Cfr. Doc. N. 69.

⁸ Cfr. Docc. NN. 72 e 73.

⁹ Cfr. Doc. N. 86.

¹⁰ Cfr. Doc. N. 102.

¹¹ Cfr. Doc. N. 86.

¹² Cfr. Doc. N. 90.

¹³ Cfr. Doc. N. 96.

¹⁴ Cfr. Docc. NN. 107, 108, 109 e 110

¹⁵ Cfr. Docc. NN. 117, 118, 119 e 120.

¹⁶ Cfr. Doc. N. 115.

parte delle due Società Perform, svolta in data 7 febbraio 2019¹⁷.

13. In data 12 febbraio 2019¹⁸ le due Società Perform presentavano la propria memoria conclusiva.

14. In data 12 febbraio 2019¹⁹ ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27 comma 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 11 marzo 2019²⁰.

2) Le evidenze acquisite

Le istanze di intervento ricevute

15. In relazione alle condotte oggetto di esame nel presente provvedimento sono pervenute circa sessanta segnalazioni da parte di consumatori e associazioni di consumatori, quali Altroconsumo, Codacons, U.Di.Con., Federconsumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori e Codici²¹.

16. Attraverso le segnalazioni²², sono state evidenziate soprattutto le notevoli difficoltà di accesso e la pessima qualità del servizio DAZN offerto, causati da gravi disservizi tecnici, nonché l'ingannevolezza del messaggio pubblicitario diffuso sul sito web in cui viene specificato che l'adesione alla piattaforma DAZN avviene in assenza di contratto.

Le condotte oggetto del procedimento

17. DAZN è la divisione del gruppo Perform che offre la visione di eventi sportivi fruibili *in streaming live* e *on demand*. Si tratta, come indicato nell'art. 1.1. delle Condizioni Contrattuali di utilizzo del servizio DAZN, di *“un servizio di abbonamento che offre ai propri abbonati l'accesso in streaming a una vasta gamma di eventi sportivi da tutto il mondo su*

¹⁷ Cfr. Doc. N. 124.

¹⁸ Cfr. Doc. N. 125.

¹⁹ Cfr. Doc. N. 126.

²⁰ Cfr. Doc. N. 132.

²¹ Cfr. Docc. NN.4,8, 12-13, 19-21, 24-26, 32, 37-40, 42-43, 45, 47-48, 51, 52bis, 62, 64-65, 70, 74-75, 77-81, 85, 94, 97, 99, 104, 113, 121-122.

²² Cfr. Docc. NN. 1, 18, 23, 28, 39, 44.

un'ampia gamma di dispositivi dotati di connessione internet, incluse TV, PC e altre piattaforme"²³.

18. DAZN, già presente in altri Paesi, ha iniziato ad operare in Italia recentemente, sostenendo ingenti investimenti per entrare nel mercato italiano attraverso l'acquisizione dei diritti di trasmissione in diretta di alcune partite di serie A e della serie B per il triennio 2018/21 e per predisporre sul mercato italiano un'offerta innovativa, in quanto il servizio DAZN consente la visione simultanea delle partite *live* su più *device* portatili connessi a Internet²⁴.

19. Perform Investment ha infatti ottenuto di poter trasmettere in esclusiva assoluta tre delle partite del campionato di calcio di serie A previste per ogni giornata, tra cui quelle del sabato sera, e le partite della serie B; la modalità di trasmissione scelta è quella attraverso Smart.TV e *device* connessi ad internet.

20. L'offerta DAZN prevede un primo mese gratuito e per i successivi un costo mensile di 9,99 euro. Dalle informazioni acquisite dal Professionista è emerso che i consumatori abbonati a DAZN alla data del 20 settembre 2018 erano complessivamente [200.000-1.500.000]*, considerando gli abbonati che già pagavano, gli abbonati attraverso accordi di distribuzione con SKY, Mediaset Premium, Mediaset Infinity e TIM e i fruitori del periodo di prova gratuito²⁵.

Condotta sub a)

21. Nella fase di presentazione dell'offerta calcio per la stagione 2018/19 è stato utilizzato dalle due Società Perform, per promuovere il servizio DAZN, un *claim* diffuso via *web* e tramite *spot* televisivo²⁶, che enfatizzava la possibilità per il consumatore di fruire del servizio ovunque e in qualunque momento, senza alcun esplicito riferimento ad eventuali limitazioni di natura tecnica che avrebbero potuto impedire o disturbare la fruizione del servizio stesso.

22. Sia nello *spot* televisivo mandato in onda durante il mese di luglio del

²³ Cfr. Doc. N. 49 p. 2.

²⁴ *Ibidem*.

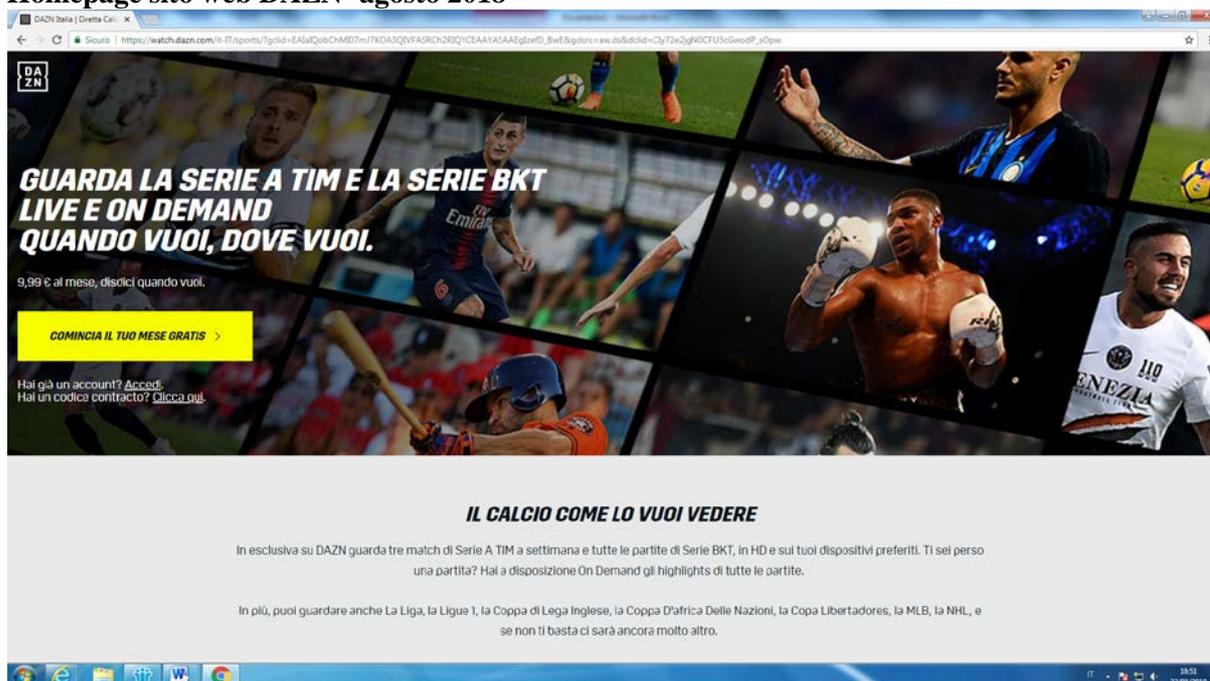
* Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

²⁵ Cfr. Doc. N. 49.

²⁶ Cfr. Doc. 13 all. 3.

2018 (“*basterà premere play per vederti il calcio quando vuoi, dove vuoi*”²⁷) che nella *homepage* del sito (“*Guarda la serie A TIM e la serie BKT live e on demand quando vuoi, dove vuoi. Il calcio come lo vuoi vedere*”²⁸) non è stato fornito in maniera immediata ed evidente alcun tipo di indicazione in merito alle limitazioni di fruizione o ai requisiti tecnici indispensabili per beneficiare del servizio.

Homepage sito web DAZN- agosto 2018²⁹



23. All’interno del proprio sito ufficiale, DAZN fornisce dunque con immediata evidenza una indicazione che fa apparire agevole l’accesso al servizio, inserendo unicamente tra le risposte delle “*Domande frequenti*” in fondo alla *homepage* il suggerimento al cliente solo “*per avere un’esperienza sempre migliore: [di] utilizza[re] un dispositivo con connessione internet compatibile con streaming di video di alta qualità*” e le velocità di banda necessarie per vedere le trasmissioni in *streaming*³⁰.

24. Analoghe indicazioni sono presenti solamente in una sezione separata del sito denominata “*Guida*” o ancora riportate nelle Condizioni di utilizzo dell’offerta DAZN.

²⁷ Cfr. Doc. N. 9 all. 1.

²⁸ Cfr. Doc. N. 9 all. 3.

²⁹ Cfr. Doc. N. 9.

³⁰ Cfr. Doc. N. 9.

25. All'art. 7.6 di tali Condizioni, le due Società Perform precisano, infatti, che *“La qualità della trasmissione degli eventi sportivi in streaming potrà variare da computer a computer, e da dispositivo a dispositivo, e potrà essere condizionata da una varietà di fattori, quali il luogo in cui si trova l'utente, la larghezza di banda disponibile e/o la velocità della connessione internet”*³¹, raccomandando una velocità minima in *download* di 9.0 Mbps per *stream* e sottolineando all'utente che potrebbe essere richiesta, per l'utilizzo del servizio DAZN, anche l'acquisizione di un *software* di terzi soggetto alle relative licenze.

26. Come risulta dalle segnalazioni pervenute, i consumatori hanno riscontrato numerosi problemi di natura tecnica nella fruizione del servizio di streaming DAZN, essendo costretti a subire interruzioni continue ed improvvise dei video, ritardi di connessione con il conseguente ritardo nella trasmissione in tempo reale delle partite dovuto allo *streaming* rallentato o “a salti”, la mancata disponibilità dell'*app* necessaria per fruire del servizio su alcuni dispositivi. Tutte queste circostanze hanno reso non solo difficoltosa, ma in diversi casi addirittura impossibile la visione delle partite trasmesse da DAZN, non solo nelle prime giornate di campionato, quindi all'inizio della fornitura del servizio, ma anche successivamente fino a gennaio 2019³². Lo stesso Professionista ha riconosciuto che, quanto meno nell'autunno scorso, la fruizione del servizio ha incontrato difficoltà e inconvenienti sostanzialmente attribuibili allo stato in cui grava l'infrastruttura a banda ultralarga in Italia³³.

27. I *claim* oggetto di esame sono stati diffusi per la prima volta il 15 luglio 2018, tramite *spot* televisivo³⁴, e sono stati modificati il 6 settembre 2018³⁵.

Condotta sub b)

28. Perform Investment e Perform Media Services hanno posto in essere un'altra condotta relativa alle informazioni fornite ai consumatori per effettuare l'adesione al servizio DAZN tramite il sito *web*. La registrazione al servizio DAZN, richiesta per fruire di un “*mese gratuito*” offerto per

³¹ Cfr. Doc. N. 49 pp. 4-5,

³² Cfr. Docc. NN. 44, 48, 78, 85, 99, 104, 121,

³³ Cfr. Doc. N. 49 p. 6,

³⁴ Cfr. Doc N. 125, pp. 10-11,

³⁵ *Ibidem*, pp. 6-7,

accedere alla visione delle partite di calcio di serie A e B, secondo quanto indicato sul sito non costituiva in alcun modo l'adesione ad un contratto di abbonamento a tale servizio.

29. Sulle pagine *web* dedicate alla registrazione al servizio, infatti, veniva riportato “*Il tuo mese di prova gratuito inizierà oggi*”, e più avanti veniva specificato che “*Non c'è contratto, potrai disdire ogni mese*”. Più avanti nella *homepage* del sito era contenuta la descrizione dei passaggi per creare l'account di iscrizione al servizio. Infatti, il testo raggiungibile con alcuni movimenti di scroll specificava che: “*DAZN offre centinaia di eventi sportivi live ogni settimana, inizia a guardarli in soli tre passaggi: 1. CREA UN ACCOUNT... 2. AGGIUNGI UN METODO DI PAGAMENTO Seleziona il tuo metodo di pagamento. E se te lo stai chiedendo, il primo mese è gratis. I 9,99 ti saranno addebitati solo se deciderai di proseguire....*”.

Pagina web per la creazione dell'account su DAZN36

CREA ACCOUNT

- Il tuo mese di prova gratuito inizierà oggi.
- Dal 22/09/2018 pagherai 9,99 EUR al mese.
- Non c'è contratto, potrai disdire ogni mese.

NOME COGNOME

INSERISCI IL TUO INDIRIZZO EMAIL

CREA UNA PASSWORD REINSERISCI LA PASSWORD

Almeno 5 caratteri

Sono consapevole di poter impedire l'uso del mio indirizzo e-mail per finalità di marketing relative a DAZN in qualsiasi momento, come descritto nell'informatica sulla privacy (<https://my.dazn.com/help/privacy>), deselezionando questo checkbox, modificando le impostazioni del "Mio Account" relative all'utilizzo della mia e-mail oppure inviando un'e-mail a help@my.dazn.com, senza costi aggiuntivi rispetto a quelli derivanti dall'applicazione delle tariffe standard previste dal mio provider.

CONTINUA

Già abbonato? [Accedi](#)

30. Le evidenze istruttorie mostrano invece come il consumatore, creando il proprio *account*, si trovasse a dare il proprio consenso ad un contratto di abbonamento a DAZN, il cui primo mese risultava gratuito. In primo luogo, gli stessi Professionisti hanno riconosciuto che “*tecnicamente, dal punto di vista strettamente giuridico, la sottoscrizione dell'abbonamento a DAZN da parte di un consumatore determina la conclusione di un contratto*”³⁷.

³⁶ Cfr. Doc. N. 9.

³⁷ Cfr. Doc. N. 49, pag. 7.

31. Inoltre, molte segnalazioni agli atti del fascicolo evidenziano infatti come, per completare la registrazione dell'*account*, indispensabile per la fruizione del mese gratuito, fossero richiesti o venissero acquisiti automaticamente, anche tramite piattaforme come Google Play che già ne disponevano, i dati di strumenti di pagamento del consumatore, a dimostrazione che l'atto di creazione dell'*account* costituiva a tutti gli effetti la sottoscrizione di un abbonamento a titolo oneroso. Infatti, in caso di mancata disdetta entro la scadenza del primo mese gratuito iniziavano gli addebiti automatici dell'importo mensile di 9,99 euro³⁸.

32. Il *claim* oggetto di esame è stato utilizzato sul *web* dal 26 luglio 2018³⁹ ed è stato modificato il 6 settembre 2018⁴⁰.

3) Le argomentazioni difensive dei professionisti

33. Le due Società nelle proprie memorie difensive hanno premesso che “[...] DAZN ha da poco iniziato ad operare anche in Italia [...] solamente a partire dal 26 luglio 2018[...]”, in quanto “l’assegnazione dei diritti esclusivi di trasmissione a livello nazionale delle partite di calcio relative alle stagioni sportive 2018/19, 2019/20 e 2020/21 [...] si è conclusa, in data 13 giugno 2018, con l’aggiudicazione a Perform Investment dei diritti di trasmissione di 113 partite della Serie A”. Per questo motivo Perform ha potuto disporre di “un margine di tempo assai ridotto per essere in grado di trasmettere il primo incontro della stagione sportiva 2018/19 di serie A, che si è tenuto lo scorso 18 agosto”⁴¹.

34. Inoltre, è stato anche evidenziato in tali memorie che “Perform ha sostenuto ingenti investimenti al fine di entrare nel mercato italiano [...] e predisporre l’innovativa offerta DAZN [...] ovvero per offrire] la possibilità di accedere in diretta ad eventi sportivi quali in primis le partite di calcio su dispositivi portatili, il che si traduce in un accesso simultaneo alla piattaforma da parte di un numero estremamente rilevante di utilizzatori. Pertanto, i limiti strutturali della rete a banda larga italiana, problematica peraltro riconosciuta dallo stesso Governo italiano [...] hanno inciso

³⁸ Cfr. Docc. NN. 32, 38-40, 43, 47, 51, 64-65, 70, 75, 77, 79, 94, 112-113, 122.

³⁹ Cfr. Doc N. 125, pp. 10-11.

⁴⁰ *Ibidem*, pp. 6-7.

⁴¹ Cfr. Docc. N. 49 e N. 125 p. 2.

significativamente sulla operatività di DAZN in Italia"⁴².

35. Con specifico riferimento alle condotte oggetto del presente procedimento, le due Società Perform hanno precisato quanto segue:

A. in merito alla condotta consistente nella presentazione dell'offerta relativa alla visione delle partite di serie A e B per la stagione 2018/19 in cui è stata enfatizzata la possibilità di fruire del servizio DAZN in ogni momento e in ogni luogo senza specificare le limitazioni tecniche che avrebbero potuto ostacolarne o impedirne la fruizione, nessuna carenza informativa può essere riscontrata per i seguenti motivi:

- lo slogan *“quando vuoi, dove vuoi”*, utilizzato nello *spot* televisivo, trasmesso a luglio 2018, e nella *homepage* del sito internet di DAZN, ha una evidente natura funzionale volta a richiamare l'attenzione degli utenti sulle caratteristiche principali del servizio offerto. Infatti, con *“quando vuoi”* si intendeva fare riferimento alla possibilità di guardare contenuti *live* e comunque *on-demand* e con *“dove vuoi”* alla possibilità di utilizzare diversi dispositivi portatili. Si tratta, pertanto, di un evidente *claim* *“esagerato”* ed *“iperbolico”* che non avrebbe potuto trarre in inganno i consumatori che, essendo utilizzatori di *smartphone*, *tablet* o *desktop*, sarebbero stati perfettamente consapevoli della necessità di disporre di un'adeguata connessione internet per poter accedere ai contenuti video online, e che, quindi certamente non potevano non sapere che *“non <in ogni momento> e non <ovunque> la connessione internet è disponibile in Italia in questo momento storico”*. Tra l'altro, slogan generici del tutto assimilabili a quello utilizzato da DAZN sono frequentemente utilizzati da vari operatori;

- DAZN riporta le informazioni circa le possibili limitazioni all'utilizzo del servizio in tre differenti aree del sito internet (nelle FAQ in *homepage*, nella sezione del sito denominata *“Guida”* e nelle Condizioni Generali);

- *“[...] la necessità di disporre di un'adeguata connessione internet per beneficiare del servizio è fisiologicamente ed ontologicamente connaturata alla tipologia del servizio (digitale) offerto da DAZN”*⁴³;

B. in merito alla condotta consistente nelle informazioni fornite al momento dell'iscrizione al servizio DAZN sul sito internet e, in particolare, all'utilizzo del *claim* *“non c'è contratto, potrai disdire ogni mese”*, i Professionisti, pur riconoscendo *“la non correttezza formale della formulazione testuale”* del

⁴² *Ibidem.*

⁴³ *Ibidem*, pp. 3-6.

claim, non ritengono che si sia determinata alcuna possibilità di equivoco per il consumatore per i seguenti motivi:

- nonostante l'espressione “*non c'è contratto*”, la dizione che segue “*potrai disdire ogni mese*” avrebbe aiutato il consumatore a comprendere che se sussiste la necessità di disdire, una relazione contrattuale verrà ad instaurarsi con DAZN;
- in caso ci si voglia limitare a considerare l'espressione “*non c'è contratto*” di per sé, il consumatore medio potrebbe attribuirgli tre significati diversi: a) assenza di vincolo, ossia si può uscire dal contratto in qualunque momento; b) assenza della necessità di sottoscrivere un contratto vero e proprio; c) assenza di negozio giuridico fonte di obbligazione *ex art. 1321* codice civile. Le prime due interpretazioni sono vere e non ingannevoli non essendoci un vincolo effettivo e non essendo necessario sottoscrivere un documento contrattuale formale, nell'ultimo caso il consumatore comprenderebbe, comunque, che gli viene concessa la possibilità di recedere dal contratto in ogni momento⁴⁴.

36. Infine, le due Società Perform hanno spontaneamente implementato alcune misure volte specificatamente a superare le criticità espresse nella comunicazione di avvio e/o a compensarne gli effetti:

- in data 11 dicembre 2018 è stata avviata una campagna indirizzata ai consumatori ex clienti di DAZN che avevano acconsentito ad essere contattati per finalità di *marketing* (circa [400.000-2.000.000] consumatori), ai quali è stato offerto un mese di fruizione gratuita del servizio in caso di nuova adesione. Il giorno successivo (12 dicembre 2018) è stata lanciata un'altra offerta indirizzata a coloro i quali risultavano in quel momento ancora clienti ([400.000-1.500.000] consumatori), offrendo loro mensilità gratuite di accesso alla versione online della Gazzetta dello Sport. Hanno aderito alle offerte [30.000-200.000] consumatori per un valore economico complessivo di oltre [400.000-1.500.000] euro;
- in data 16 gennaio 2019, Perform ha migliorato le procedure volte a consentire la disdetta dell'abbonamento, snellendo il percorso azionabile dalla homepage del sito internet di DAZN;
- in data 6 febbraio 2019, Perform ha sostituito l'intestazione "*crea un account*" con "*registrati a DAZN*" nella pagina internet in cui vengono inseriti i dati personali per la registrazione, al fine di rimarcare in maniera

⁴⁴ *Ibidem*, pp. 6-7.

ancora più netta la sussistenza di una relazione contrattuale derivante dalla registrazione del profilo dell'utente⁴⁵.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

37. In data 12 febbraio 2019⁴⁶ veniva inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi e per gli effetti di cui all art. 27, commi 1-*bis* e 6, del Codice del Consumo.

38. In data 11 marzo 2019 perveniva il parere⁴⁷ dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che si esprimeva in merito alla promozione del servizio DAZN per la stagione calcistica 2018/19 attraverso Internet e *spot* televisivi, sostenendo che essa non rientra nell'ambito di applicazione della normativa settoriale, e 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”*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

39. Il procedimento concerne due distinte e autonome condotte, poste in essere dalle due Società Perform:

Condotta *sub a)*: nell'attività promozionale dell'offerta relativa alla visione di eventi calcistici e, in particolare, relativa alla serie A e B per la stagione 2018/19, esse hanno utilizzato un *claim* attraverso cui veniva enfatizzata la possibilità di fruire del servizio di *streaming* sportivo DAZN ovunque i consumatori si trovassero e in qualsiasi momento, senza alcun riferimento alle limitazioni tecniche che avrebbero potuto, invece, ostacolarne o addirittura impedirne la fruizione.

Condotta *sub b)*: in sede di adesione al servizio DAZN veniva prospettata al consumatore la fruizione di un mese di prova gratuito, richiedendo a tal fine la registrazione alla piattaforma, e sostenendo che tale operazione non

⁴⁵ *Ibidem*, pp. 11-13.

⁴⁶ Cfr. Doc. N. 126.

⁴⁷ Cfr. Doc. N.132.

avrebbe costituito la sottoscrizione di un contratto di abbonamento, cosa che, invece, non è risultata vera. Infatti, il consumatore, per evitare gli addebiti del servizio per i mesi successivi a quello gratuito, avrebbe dovuto attivarsi per disdire l'abbonamento.

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. Il claim “*quando vuoi, dove vuoi*” lascia intendere ai consumatori che i contenuti del servizio di *streaming* DAZN possono essere visionati con estrema facilità, dovunque ci si trovi e in qualsiasi momento. Tuttavia, gli elementi raccolti durante l'istruttoria hanno smentito tale assunto.

42. Le due Società Perform hanno infatti riconosciuto che nella fase iniziale del servizio vi sono state difficoltà tecniche, che hanno comportato per molti consumatori problemi effettivi di fruizione sia parziale che totale del servizio, ingenerando, pertanto, un diffuso malcontento negli utenti per la scarsa qualità delle trasmissioni degli eventi sportivi⁴⁸.

43. Le indiscusse difficoltà operative del servizio DAZN, riscontrate all'avvio della stagione calcistica 2018/19, nonostante gli ingenti investimenti effettuati dalle Società Perform, sono state giustificate dalle stesse richiamando l'attenzione sulla particolare condizione di DAZN, in quanto nuovo *player* nel mercato italiano dello *streaming online* di eventi sportivi, e sui limiti strutturali della rete italiana a banda ultralarga.

44. Proprio le motivazioni addotte dai Professionisti mostrano che essi erano pienamente consapevoli del fatto che, quanto meno nella fase di avvio, si sarebbero potuti verificare problemi tecnici nella fruizione degli eventi sportivi in *streaming* sui diversi dispositivi utilizzati dagli utenti, se non altro a causa del diverso sviluppo della rete a banda ultralarga sul territorio nazionale, che di per sé rendeva impossibile un'ottimale visione delle partite “*dove vuoi*”.

45. Né i *claim* in questione costituiscono espressioni “esagerate” e “iperboliche”, tali da costituire una mera esaltazione dell'attrattività di un prodotto e/o di un servizio offerto, ma al contrario sono in grado di richiamare l'attenzione del consumatore su quelle che potrebbero essere

⁴⁸ Cfr. Doc. N. 49, p. 6.

intese come reali ed effettive caratteristiche del servizio, e che tali non si sono dimostrate.

46. In conclusione, la promozione del servizio DAZN di trasmissione delle partite di calcio di serie A e B per la stagione 2018/19, condotta tramite il *web* e lo specifico promo televisivo, nella sua presentazione complessiva ai potenziali nuovi clienti, attraverso *claim* che enfatizzavano la disponibilità del servizio “*quando vuoi, dove vuoi*”, senza allertare immediatamente il consumatore in merito alle effettive limitazioni tecniche che questi avrebbe potuto riscontrare per la sua fruizione, si configura come ingannevole in violazione dell’art. 21 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)

47. Le evidenze istruttorie consentono di affermare che anche per quanto attiene alla condotta *sub b)* le due Società Perform hanno posto in essere una violazione dell’art. 21 del Codice del Consumo, in quanto le informazioni fornite ai consumatori sul sito *web* di DAZN per effettuare la registrazione al servizio risultavano ingannevoli. Il consumatore, attratto dall’offerta di fruizione di un mese gratuito “*di prova*” del servizio di *streaming* sportivo, veniva indotto a registrarsi senza che gli venisse comunicato esplicitamente che tale azione, di fatto, comportava la sottoscrizione dell’abbonamento al servizio DAZN con addebiti mensili dopo il primo mese, e anzi sulla pagina *web* di registrazione veniva specificato non solo che “*Non c’è contratto, potrai disdire ogni mese*”, ma anche che “*i 9,99 ti saranno addebitati solo se deciderai di proseguire*”. Quindi, il consumatore era legittimato a ritenere che la registrazione al servizio non implicava alcuna obbligazione contrattuale, con i relativi costi futuri, quando invece la creazione di un account determinava proprio la conclusione di un contratto vincolante. L’effetto della registrazione era dunque la sottoscrizione di un abbonamento a DAZN con conseguenti addebiti mensili, che sarebbero scattati dopo il primo mese gratuito. Il consumatore sarebbe stato posto nella condizione di doversi attivare in tempo utile, ovvero entro la scadenza del mese di prova gratuito, per disdire l’abbonamento al fine di evitare gli addebiti futuri.

48. I Professionisti hanno riconosciuto “*la non correttezza della*

formulazione testuale dal punto di vista meramente formale ⁴⁹ dell'espressione "Non c'è contratto", ma hanno sostenuto che tale slogan fosse adeguatamente contestualizzato, in quanto seguito dalla dizione "*potrai disdire ogni mese*". Tale informazione complessiva non avrebbe potuto ingenerare alcun equivoco nel consumatore, in quanto la necessità di disdire non sarebbe concepibile senza la preventiva sottoscrizione di un contratto.

49. L'argomentazione non può essere condivisa. L'utilizzo da parte dei Professionisti di una espressione chiara e netta quale "*Non c'è contratto*" è associato all'offerta di un periodo di prova gratuito, che potrebbe essere sfruttato anche solo attraverso la creazione di un *account* dell'utente e senza sottoscrivere un contratto. Quindi, non si può escludere che l'uso di tale espressione possa esercitare sul consumatore un'azione di convincimento, nel senso dell'assenza del contratto, in merito al tipo di rapporto che egli si troverebbe ad instaurare con i Professionisti, fornendo i propri dati per creare l'*account* di accesso al servizio, nel periodo offerto in prova gratuitamente.

50. In conclusione, la condotta posta in essere dai Professionisti nei confronti dei potenziali clienti, consistente nell'utilizzo, sul sito *web*, di un *claim* per l'iscrizione al servizio DAZN che nega l'instaurazione di un rapporto contrattuale, mentre, di fatto, attraverso la creazione di un *account* da parte dell'utente, si realizza la sottoscrizione di un abbonamento al servizio, si configura come ingannevole in violazione dell'art. 21 del Codice del Consumo, in quanto essa risulta idonea ad indurre in errore il consumatore, facendogli assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbe preso.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

51. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, con il provvedimento che vieta le pratiche poste in essere in violazione degli artt. 20 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.

52. In caso di procedimento, come quello di specie, che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto

⁴⁹ Cfr. Doc. N. 125 p. 6.

modo di chiarire come, in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applichi 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 sarà applicato il cumulo materiale delle sanzioni per le due violazioni accertate.

53. 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)

54. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, del profilo di ingannevolezza che ha contraddistinto l'attività promozionale delle Società Perform Investment e Perform Media Services, fondata sull'enfatizzazione della possibilità di agevole fruizione di DAZN, senza fare riferimento a limitazioni tecniche che avrebbero potuto ostacolare o impedire l'utilizzo del servizio. Si tiene, inoltre, conto della dimensione economica dei professionisti (al 31 dicembre 2017 il fatturato della divisione DAZN del gruppo Perform è stato pari a 102.254.420 euro) e dell'ampiezza di diffusione della pratica, realizzata attraverso il *web* e la televisione, che hanno permesso di raggiungere una vasta platea di consumatori.

55. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta sia stata attuata a partire dal 15 luglio 2018, data del primo messaggio che riporta il *claim* con le carenze informative riscontrate, fino al 6 settembre 2018, data della modifica del *claim*⁵⁰.

56. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 300.000 € (trecentomila euro).

57. In considerazione del fatto che sussistono, nel caso di specie,

⁵⁰ Cfr. Doc. N. 125, pp. 6, 10 e 11.

circostanze attenuanti relative alle perdite di esercizio (come risulta dal bilancio di Perform Media Services S.r.l alla data del 31/12/2017) e in considerazione delle misure compensative per i clienti adottate, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione nella misura di 260.000 € (duecentosessantamila euro).

Sulla condotta sub b)

58. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, del profilo di ingannevolezza rappresentato dal *claim* utilizzato per l'iscrizione al servizio DAZN, in cui è esclusa l'instaurazione di un rapporto contrattuale, mentre, di fatto, la registrazione al servizio da parte dell'utente comporta la sottoscrizione del contratto. Si tiene, inoltre, conto della dimensione economica dei professionisti (al 31 dicembre 2017 il fatturato della divisione DAZN del gruppo Perform è stato pari 102.254.420 euro), e dell'ampiezza di diffusione della pratica, realizzata attraverso il *web*, e della conseguente numerosità dei consumatori interessati.

59. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la condotta sia stata posta in essere dal 26 luglio 2018, data del primo messaggio che riporta il *claim* accertato come ingannevole, fino al 6 settembre 2018, data della variazione del *claim*⁵¹.

60. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 260.000 € (duecentosessantamila euro).

61. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza attenuante relativa alle perdite di esercizio (come risulta dal bilancio di Perform Media Services S.r.l alla data del 31/12/2017), si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 240.000 € (duecentoquarantamila 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 del Codice del Consumo, per la modalità di presentazione ingannevole, sul *web* e tramite lo specifico promo televisivo, del servizio DAZN per la stagione calcistica 2018/19;

⁵¹ Cfr. Doc. N. 125, pp. 7, 10 e 11.

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 dell'art. 21 del Codice del Consumo, in quanto il Professionista ha utilizzato un *claim* ingannevole che incoraggiava l'iscrizione al servizio DAZN per fruire di un periodo di prova gratuito, negando che con tale azione si instaurasse un rapporto contrattuale;

DELIBERA

a) che la condotta *sub a)*, descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere dalle società Perform Investment Limited e Perform Media Services S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 21 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

b) che la condotta *sub b)*, descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere dalle società Perform Investment Limited e Perform Media Services S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 21 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

c) di irrogare in solido alle società Perform Investment Limited e Perform Media Services S.r.l., con riferimento alla condotta descritta al punto a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 260.000 € (duecentosessantamila euro);

d) di irrogare in solido alle società Perform Investment Limited e Perform Media Services S.r.l., con riferimento alla condotta descritta al punto b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 240.000 € (duecentoquarantamila euro).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento.

Qualora il pagamento venga effettuato da Perform Media Services S.r.l., dovrà essere utilizzato 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.

Qualora il pagamento venga effettuato da Perform Investment Limited, dovrà avvenire tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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

Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*

Gabriella Muscolo