Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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;

VISTO il proprio provvedimento del 27 giugno 2019 con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione dell'estensione oggettiva del procedimento comunicata alla società Telecom Italia S.p.A. in data 27 maggio 2019 e della necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti;

VISTO il proprio provvedimento del 4 settembre 2019 con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTO il proprio provvedimento del 5 novembre 2019 con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento a seguito della riapertura della fase istruttoria, al fine di esaminare le risultanze in atti per la valutazione delle

fattispecie oggetto del procedimento e in considerazione della necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle parti;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Telecom Italia S.p.A. (d'ora in avanti Telecom) in qualità di Professionista ai sensi dell'art. 18, lett. *b)*, del Codice del Consumo, avente sede legale a Milano ed operante nel settore delle telecomunicazioni. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2018 presenta ricavi pari a 13.902 milioni di euro[1].
2. Iliad Italia S.p.A. (d'ora in avanti Iliad), operante nel settore delle telecomunicazioni e Altroconsumo – Associazione italiana di consumatori, in qualità di segnalanti.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne due distinte condotte poste in essere da Telecom a partire dal mese di giugno 2018, di seguito descritte.
Condotta *sub* a): nella fase di promozione di offerte "personalizzate" di *winback*[2] per i servizi di telefonia mobile, effettuate nei confronti di *target* prestabili di *ex* clienti contattati attraverso il canale SMS e il canale telefonico, Telecom ha fornito informazioni carenti, indicando unicamente le condizioni principali dell'offerta in termini di volume di traffico e di prezzo, omettendo la presenza di ulteriori costi applicati al piano tariffario proposto o necessari per aderire all'offerta medesima, nonché di vincoli alla fruizione dell'offerta.
Condotta *sub* b): nella fase di adesione dei consumatori a tutte le offerte di telefonia mobile, Telecom ha pre-attivato alcuni servizi e/o opzioni accessorie rispetto all'offerta principale senza il preventivo ed espresso consenso del consumatore, con l'eventuale addebito dei relativi costi di utilizzo non ricompresi nell'offerta economica principale.

[1] Cfr. Doc. n. 118, Bilancio d'esercizio di Telecom Italia S.p.A. al 31 dicembre 2018.
[2] Si intendono per tali le offerte non rivolte alla generalità del pubblico, ma a numerazioni selezionate di *ex* clienti dell'operatore, finalizzate al recupero di tali utenti.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 20 febbraio 2019[3] è stato avviato nei confronti di Telecom il procedimento istruttorio PS11379 ed è stata effettuata un'attività ispettiva in data 26 febbraio 2019 presso le sedi di Roma[4].

5. In data 4 marzo 2019 è stato comunicato l'avvio del procedimento alla società Iliad[5], che ha presentato istanza di partecipazione al procedimento in data 7 marzo 2019[6], ricevendone accoglimento in data 12 marzo 2019[7]. In pari data ne è stata data comunicazione a Telecom[8].

6. Nelle date del 19 e 26 marzo 2019[9] sono pervenute le risposte alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento.

7. In data 2 aprile 2019[10] è stata inoltrata a Telecom una richiesta di informazioni ad integrazione di quella già presente nell'avvio del procedimento e Telecom ha fornito risposta in data 8 aprile 2019[11].

8. In data 12 aprile 2019[12] Telecom ha trasmesso una prima memoria endoprocedimentale con contestuale presentazione di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, volti a rimuovere i profili di criticità oggetto di contestazione.

9. In data 23 maggio 2019[13] è stata inviata a Telecom un'integrazione della comunicazione di avvio del procedimento, comunicata a Iliad in data 27 maggio 2019[14].

10. In data 10 giugno 2019[15] è pervenuta la risposta di Telecom alla richiesta di informazioni formulata nella integrazione della comunicazione di avvio del procedimento.

---

[3] Cfr. Doc. n. 8 – Comunicazione di avvio del procedimento.
[4] Cfr. Docc. n. 12 – Verbale di ispezione presso la sede di Roma in via di Val Cannuta e n. 17 – Verbale di ispezione presso la sede di Roma in Corso d'Italia.
[5] Cfr. Doc. n. 19.
[6] Cfr. Doc. n. 22.
[7] Cfr. Doc. n. 23.
[8] Cfr. Doc. n. 24.
[9] Cfr. Docc. nn. 30 e 33.
[10] Cfr. Doc. n. 34.
[11] Cfr. Doc. n. 36.
[12] Cfr. Doc. n. 38.
[13] Cfr. Doc. n. 49.
[14] Cfr. Doc. n. 50.
[15] Cfr. Doc. n. 55.

11. In data 27 giugno 2019[16] si è svolta l'audizione con la società Telecom. In tale sede è stata formulata una richiesta di informazioni, alla quale Telecom ha fornito risposta in data 12 luglio 2019[17].

12. In data 28 giugno 2019 è stata comunicata la proroga del temine di conclusione del procedimento, in considerazione dell'estensione oggettiva del procedimento e della conseguente necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti.

13. Iliad ha trasmesso una memoria endoprocedimentale in data 2 luglio 2019[18], successivamente integrata in data 30 luglio 2019[19] con contestuale istanza di audizione, che si è tenuta in data 1° agosto 2019[20].

14. In data 4 luglio 2018[21] Telecom ha trasmesso una seconda memoria endoprocedimentale con contestuale integrazione della propria proposta di impegni. Essa è stata rigettata in data 31 luglio 2019, con comunicazione a Telecom in data 1° agosto 2019[22].

15. L'Associazione Altroconsumo ha presentato la propria istanza di partecipazione al procedimento in data 9 luglio 2019[23], accolta in data 10 luglio 2019[24]. In data 11 luglio 2019 Telecom è stata informata della partecipazione dell'Associazione[25].

16. In data 27 agosto 2019 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art.16, comma 1, del Regolamento[26] e in data 5 settembre 2019 è stata loro comunicata la proroga del termine di conclusione del procedimento[27].

17. In data 16 settembre 2019 Telecom e Iliad hanno trasmesso le proprie memorie conclusive[28].

18. Con nota del 24 ottobre 2019[29] è stata comunicata alle Parti la riapertura dell'istruttoria al fine di garantire il contraddittorio sui nuovi elementi relativi alla durata della condotta *sub* a), acquisiti attraverso la nota informativa trasmessa da Telecom in data 14 ottobre 2019[30]. Contestualmente, è stata

---

[16] Cfr. Doc. n. 59.
[17] Cfr. Doc. n. 70.
[18] Cfr. Doc. n. 63
[19] Cfr. Doc. n. 76.
[20] Cfr. Doc. n. 79.
[21] Cfr. Doc. n. 64.
[22] Cfr. Doc. n. 80.
[23] Cfr. Doc. n. 67.
[24] Cfr. Doc. n. 68.
[25] Cfr. Doc. n. 69.
[26] Cfr. Docc. nn. 85, 86 e 87.
[27] Cfr. Docc. nn. 90, 91 e 92.
[28] Cfr. Docc. nn. 93 e 94.
[29] Cfr. Docc. nn. 102, 103 e 104.
[30] Cfr. Doc. n. 99.

comunicata alle Parti la nuova data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

19. In data 7 novembre 2019 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento, a seguito della riapertura della fase istruttoria, al fine di esaminare le risultanze in atti per la valutazione delle fattispecie oggetto del procedimento e in considerazione della necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti[31].

20. Telecom e Iliad hanno trasmesso le proprie memorie conclusive sui nuovi elementi relativi alla durata della condotta *sub* a), rispettivamente, in data 7 novembre 2019[32] e 8 novembre 2019[33].

21. In data 17 settembre 2019, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, commi 1-*bis* e 6 del Codice del Consumo, è stata inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni[34]. Il parere dell'Autorità di settore è pervenuto in data 17 ottobre 2019[35].

2) Le evidenze acquisite

Le istanze di intervento ricevute

22. In relazione alle condotte oggetto di contestazione sono pervenute 11 segnalazioni provenienti da consumatori e dall'Associazione di consumatori Altroconsumo, nonché da parte dell'operatore telefonico Iliad[36].

23. Attraverso le segnalazioni è emerso che, a partire dal mese di giugno 2018, negli SMS inviati da Telecom per promuovere le offerte di *winback* sono state omesse alcune informazioni essenziali relative ai contenuti dell'offerta reclamizzata, ovvero i costi di attivazione, il costo della SIM, il costo ricorrente del piano tariffario alla base dell'offerta, vincoli contrattuali quali la durata minima di permanenza, nonché la pre-attivazione di alcuni servizi accessori. I consumatori avrebbero avuto contezza di tali dettagli recandosi presso i rivenditori, unico canale previsto per attivare l'offerta.

24. I costi che il consumatore si trovava a dover sostenere risultavano superiori rispetto all'importo indicato nel messaggio promozionale, per la presenza di costi di attivazione, costi per la SIM e costi per il piano tariffario di base.

25. L'indagine di Altroconsumo ha, infine, evidenziato che da un'inchiesta

---

[31] Cfr. Docc. nn. 109, 110 e 111.
[32] Cfr. Doc. n. 108.
[33] Cfr. Doc. n. 112.
[34] Cfr. Doc. n. 95.
[35] Cfr. Doc. n. 100.
[36] Cfr. Docc. nn. 1- 5, 39-40, 42, 43, 46, 47, 82, 88, 97.

condotta nei punti vendita di Telecom è emersa la presentazione poco chiara e non trasparente delle offerte personalizzate di telefonia mobile, per la presenza di extra-costi e di penali di recesso anticipato non menzionati[37].

Le condotte oggetto del procedimento

Condotta sub a)

26. Dalle evidenze acquisite agli atti risulta che Telecom ha commercializzato:
- nel periodo che va dal mese di giugno 2018 al mese di febbraio 2019, n. 8 offerte selettive di *winback* attraverso il canale SMS[38] e n. 12 offerte selettive di *winback* attraverso il canale telefonico[39]. Il numero complessivo di SMS inviati nel corso delle 8 campagne tramite SMS è di *[5.000.000 – 15.000.000]** e il numero complessivo di linee contattate nel corso delle 12 campagne telefoniche è di *[1.000.000 – 5.000.000]*[40]. Il numero totale delle linee attivate a seguito di tali campagne è pari a *[inferiore a 500.000]*[41];
- nel periodo che va dal mese di luglio 2019 al mese di ottobre 2019, n. 10 offerte selettive di *winback*, per un totale di *[5.000.000 – 10.000.000]* di contatti[42];
- l'attività di promozione tramite *winback* risulta tuttora in corso[43].

27. La formulazione delle offerte personalizzate di *winback* da parte di Telecom non segue una vera e propria pianificazione, trattandosi piuttosto di azioni tattiche che, a seconda degli andamenti di mercato, vengono proposte in finestre temporali ristrette ed a segmenti di clientela individuati secondo criteri oggettivi predeterminati *ex ante*[44].

28. Tali offerte personalizzate di *winback* sono state promosse attraverso il canale SMS e il canale telefonico[45]. In quest'ultimo caso è previsto che il cliente che aderisce all'offerta promossa dal *call center* riceva dal cd. postino intelligente, che procede alla consegna della SIM e al riconoscimento del titolare della stessa, copia della documentazione contrattuale da

---

[37] Cfr. Doc. n. 43.
[38] Cfr. Doc. n. 33 – Risposta di Telecom del 26 marzo 2019 alla richiesta di informazioni, p. 2-3
[39] *Ibidem*, p. 4-5.
* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.
[40] Cfr. Doc. n. 33 cit., p. 2-5.
[41] *Ibidem*, p.7.
[42] Cfr. Doc. n. 108 – Memoria di Telecom del 7 novembre 2019, p. 3.
[43] *Ibidem*.
[44] Cfr. Doc. n. 33 – Risposta del 26 marzo 2019 di Telecom alla richiesta di informazioni, pag. 2.
[45] Cfr. Doc. n. 14.35 e Docc. nn. 14-49 – 14.55; Cfr. Doc. n. 30 cit.

sottoscrivere[46]. Al netto della specificità di ciascuna offerta, i *format* dei vari SMS e degli *script* telefonici utilizzati dagli operatori del *call center* non divergono nel contenuto[47].

29. Le evidenze acquisite dimostrano che le suddette offerte di *winback* prevedono vincoli di permanenza, costi ulteriori rispetto a quelli relativi all'offerta proposta e costi necessari per aderire all'offerta medesima[48]. Precisamente, si tratta del costo della SIM, del costo di attivazione dell'offerta (anche in promozione), del costo ricorrente del piano tariffario alla base dell'offerta (anche in promozione gratuita per i nuovi clienti solo per il primo mese), nonché del vincolo di permanenza minima di 24 mesi, in violazione del quale è previsto l'addebito sul credito residuo del consumatore dell'importo dato dalla differenza tra il costo pieno del contributo di attivazione ed il costo del contributo di attivazione in promozione.

30. Con riferimento al canale SMS, le evidenze acquisite[49] dimostrano che nei brevi testi degli SMS utilizzati per effettuare tali campagne promozionali risultano indicate unicamente le condizioni principali di ciascuna offerta mobile proposta, in termini di volumi di traffico e di prezzo. Risultano, invece, omesse indicazioni su altri costi, ulteriori rispetto a quello del piano tariffario proposto, quali il costo della SIM pari a 10 euro, il costo di attivazione dell'offerta pari a 12 euro, il costo del piano tariffario di base "TIM Base & Chat" pari a 2 euro/mese. Risulta omessa, altresì, l'indicazione di un vincolo di permanenza minima di 24 mesi. Nel testo dell'SMS è presente solo un invito a rivolgersi ai rivenditori.

31. A titolo esemplificativo, si riporta il testo di alcuni SMS inviati nel periodo suindicato[50]:

- *"30GIGA con la MIGLIORE RETE TIM 4G di SEMPRE + MINUTI ILLIMITATI! Passa a TIM a 10,82E/mese. Valida solo x POCHISSIMI giorni. Corri nei negozi TIM entro il [omissis]"*;
- *"PREZZO BLOCCATO in TIM! 40GIGA con la MIGLIORE RETE TIM di SEMPRE + Minuti ILLIMITATI a 10,82E/mese. Valida x TE e tuoi amici di Vodafone. Corri nei negozi TIM!"*;
- *"INCREDIBILE: 30GIGA con la MIGLIORE RETE TIM 4,5G di SEMPRE + MINUTI ILLIMITATI! Passa a TIM a 10E/mese. Valida solo x*

[46] Cfr. Doc. n. 33 cit., p. 6.
[47] Cfr. Doc. n. 38 – Memoria e proposta di impegni di Telecom del 12 aprile 2019, p. 7.
[48] Cfr. Cfr. Doc. n. 33 cit., p. 3-5.
[49] Cfr. Doc. n. 14.35 cit. e Doc. n. 33 cit.
[50] Cfr. Doc. n. 33 cit. per la lista completa dei testi degli SMS inviati durante le campagne di *winback* nel periodo giugno 2018 – febbraio 2019 e Doc. n. 108 per il testo degli SMS utilizzato nelle campagne di *winback* nel periodo luglio – ottobre 2019.

POCHISSIMI giorni. Corri nei negozi TIM";
- "*[Offerta] a [prezzo/mese] con [Giga/Minuti/SMS]. Valida per [DESTINATARIO]. Ultimissimi giorni ... Vai nei negozi TIM entro il [DATA]. Intanto clicca qui per conoscere ulteriori info e costi!*"
- "*[Offerta] a [prezzo/mese] con [Giga/Minuti/SMS]. Valida per [DESTINATARIO]. Vai nei negozi TIM entro il [DATA]. Ulteriori info e costi on.tim.it/cond*".

32. Nelle campagne di *winback* effettuate a partire dal mese di luglio 2019, come si evince da alcuni degli esempi suindicati, Telecom ha inserito nel testo dell'SMS il *link* ad una pagina *web* per conoscere i dettagli dell'offerta, ma non ha in alcun modo modificato la struttura e il contenuto del messaggio, continuando ad omettere nello stesso le informazioni complete sull'offerta reclamizzata.

33. Con riferimento al canale telefonico, gli *script* predisposti da Telecom per gli operatori del *call center* non contengono alcun riferimento al piano tariffario base "TIM Base & Chat" e al relativo costo (2 euro/mese)[51]. Pertanto, l'informazione su tale ulteriore costo ricorrente non viene fornita ai consumatori nel corso delle telefonate promozionali.

Condotta sub b)

34. Per quanto riguarda la condotta *sub* b), è stato possibile accertare che all'atto della sottoscrizione di tutte le offerte vengono attivati dall'operatore, senza la previa acquisizione del consenso espresso da parte dei consumatori, i servizi e/o opzioni accessorie di seguito descritti[52]:
- *Segreteria Telefonica* (che consente di ricevere messaggi vocali quando non è possibile rispondere alla chiamata ricevuta o quando il dispositivo è spento e che prevede un costo per ascoltare i messaggi ricevuti, variabile in funzione del piano tariffario);
- *1 Giga di scorta* (per navigare in Italia e nei Paesi UE, che prevede pacchetti di 200 MB al costo di 1,90 euro ciascuno, fino ad un massimo di 1 GB ogni 30 giorni, per un importo complessivo di 9,50 euro, da utilizzare quando sono terminati i giga previsti dall'offerta di telefonia mobile prescelta e in assenza di altre opzioni dati attive);
- *Tim in Viaggio Full* (per parlare, inviare SMS e navigare da *smartphone, Tablet* e *PC* quando l'utente è all'estero, fuori UE, che prevede una tariffa a

[51] Cfr. Doc. n. 14.49-14.55 cit.
[52] Cfr. Doc. n. 33 cit. e Doc. n. 55 – Risposta del 10 giugno 2019 di Telecom alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di integrazione oggettiva del procedimento.

consumo per il traffico fonia e gli SMS e un *bundle* dati giornaliero per la navigazione, variabile a seconda del Paese in cui si utilizza).

35. Tale condotta riguarda non soltanto le offerte personalizzate di *winback* oggetto della condotta *sub* a), ma tutte le offerte rivolte al pubblico in generale[53]. I suddetti servizi sono disattivabili gratuitamente su richiesta del consumatore solo dopo la sottoscrizione del contratto e l'attivazione della SIM. È previsto un costo di 3,99 euro nell'ipotesi in cui, però, la disattivazione di 1 Giga di scorta sia richiesta dal consumatore mediante il servizio clienti 119, quale costo di gestione della pratica da parte dell'operatore umano[54]. Tali servizi sono riattivati automaticamente da Telecom nel caso di cambio offerta o cambio piano tariffario da parte del consumatore, laddove la nuova offerta o il nuovo piano tariffario li preveda come componenti accessori[55].

36. La pre-attivazione del servizio di Segreteria Telefonica risulta indicata nei moduli contrattuali utilizzati presso i punti vendita di Telecom. In particolare, nella sezione dedicata alla descrizione del profilo tariffario, è riportata la seguente informazione: "*Troverai attiva la Segreteria Telefonica. Le chiamate al 41919 per ascoltare i messaggi ricevuti in Segreteria Telefonica hanno un costo di 1,50€ a chiamata, indipendentemente dalla durata*". È prevista, inoltre, l'apposizione di una firma del consumatore in calce alla sezione denominata "*INFORMATIVA SU TRAFFICO DATI PER NAVIGAZIONE INTERNET, SEGRETERIA TELEFONICA*" come mera presa d'atto della pre-attivazione di tale servizio da parte del professionista. Di seguito si riporta il relativo testo presente nei moduli contrattuali:

"*Il cliente è consapevole del fatto che:*

(i) [...]

(ii) la carta SIM consente di ricevere ed ascoltare messaggi vocali sulla Segreteria Telefonica. Le chiamate al 41919 per ascoltare i messaggi ricevuti in Segreteria Telefonica hanno un costo di 1,50€ a chiamata, indipendentemente dalla durata. È possibile in qualsiasi momento disattivare la Segreteria Telefonica online sul sito tim.it o chiamando il numero gratuito 40920" [56].

---

[53] Cfr. Doc. n. 48 – Verbale di acquisizione documentale del 23 maggio 2019, pp. 4-7, pagine del sito web di Telecom dedicate ad offerte al pubblico.

[54] Cfr. Doc. n. 55 cit. p. 3.

[55] *Ibidem*.

[56] In particolare, fino a dicembre 2018 tali informazioni sono state inserite nel modulo denominato "Le informative di TIM" (Cfr. All. 1a al Doc. n. 36 – Risposta di Telecom dell'8 aprile 2019 alla richiesta di informazioni) e nel modulo "Riepilogo della commercializzazione – offerta prepagata" (Cfr. All. 1c al Doc. n. 36 cit.). A partire da dicembre 2018 Telecom ha svolto un'opera di accorpamento e razionalizzazione dei propri moduli cartacei pre-contrattuali, in ragione della quale le informazioni in questione sono ora rinvenibili nel nuovo modulo denominato "Le informative di TIM" (Cfr. All. 2b al Doc. n. 36 cit.).

37. Nei moduli contrattuali utilizzati presso i punti vendita non risultano indicati, invece, i servizi e/o opzioni accessori/e 1Giga di Scorta e TIM In Viaggio Full, per cui ne risulta omessa qualsiasi informativa sulla relativa pre-attivazione e sui relativi costi.

38. Con riferimento, invece, ai moduli contrattuali che sono consegnati dal postino ai consumatori preventivamente contattati dagli operatori del *call center*[57], è stato accertato che:

- per la Segreteria Telefonica, riportano la medesima informativa sopra descritta, sia nella sezione dedicata alla descrizione del profilo tariffario, che nella sezione denominata "*INFORMATIVA SU TRAFFICO DATI PER NAVIGAZIONE INTERNET, SEGRETERIA TELEFONICA*", ove è prevista l'apposizione di una firma del consumatore come mera presa d'atto della pre-attivazione del servizio in parola;
- per 1 Giga di Scorta, riportano nella sezione dedicata alla descrizione dell'offerta la seguente informazione: "*L'offerta include fino a 1 GB di scorta che permetterà di navigare a 1,90€ ogni 200 megabyte (fino a max 1 Giga per un importo complessivo di 9,50€). Il Giga di scorta è disattivabile in qualsiasi momento. Un sms avviserà dell'approssimarsi dell'esaurimento dei giga previsti dalle tue offerte. Al termine del Giga di scorta, la navigazione Internet si blocca fino a successiva disponibilità. Acquistando un'opzione dati aggiuntiva, si utilizzeranno i Giga di queste offerte, che hanno priorità rispetto al Giga di Scorta*".

39. Nei moduli contrattuali consegnati dal postino ai consumatori preventivamente contattati dagli operatori del *call center* non risulta, invece, indicato il servizio/opzione accessorio/a TIM In Viaggio Full e, pertanto, ne risulta omessa qualsiasi informativa sulla relativa pre-attivazione e sui relativi costi.

40. La condotta in questione è tutt'ora in corso. Nel periodo giugno 2018 – maggio 2019, Telecom ha concluso un numero complessivo di contratti comprensivi di almeno uno dei servizi e/o opzioni accessori/e in questione pari a *[1.000.000 – 5.000.000]*, in riferimento ai quali l'importo totale addebitato per Segreteria Telefonica è pari a *[euro 1.000.000 – 5.000.000]* (IVA esclusa), per 1 Giga di Scorta è pari a *[euro 1.000.000 – 5.000.000]* (IVA esclusa) e per TIM In Viaggio Full è pari a *[inferiore a euro 1.000.000]* (IVA esclusa)[58].

---

[57] Cfr. All. 2 al Doc. n. 36 cit.

[58] Cfr. Doc. n. 55 – Risposta di Telecom del 10 giugno 2019 alla richiesta di informazioni.

3) Le argomentazioni del segnalante Iliad

41. In relazione alla condotta *sub* a), Iliad ha denunciato la diffusione da parte di Telecom di pubblicità e comunicazioni commerciali relative ad offerte dedicate a predefinite categorie di utenti (*ex* clienti o clienti di altri operatori), che sarebbero ingannevoli ed omissive per la mancata indicazione degli ulteriori costi addebitati obbligatoriamente ai consumatori in caso di adesione, che modificherebbero radicalmente il valore dell'offerta. Sul punto, Iliad ha evidenziato la rilevante entità di tali costi, che porterebbe il consumatore a pagare, al momento della sottoscrizione dell'offerta, un importo anche di tre volte superiore al prezzo promesso in fase di lancio dell'offerta medesima[59].

42. In ordine al mezzo utilizzato, Iliad ha evidenziato che non esistono limitazioni di spazio degli SMS che renderebbero impossibile fornire al consumatore tutte le informazioni necessarie sulle condizioni economiche dell'offerta, in quanto Telecom stessa invia messaggi molto più lunghi di quelli utilizzati nelle offerte di *winback*, ad esempio in occasione delle modifiche contrattuali unilaterali[60].

43. Infine, a parere di Iliad, l'ingannevolezza di un messaggio pubblicitario va valutata nel momento in cui si realizza l'"aggancio" del consumatore e non può, pertanto, essere esclusa sulla base della circostanza per cui le informazioni essenziali sull'offerta proposta siano reperibili successivamente attraverso altri mezzi, quali il sito *internet*, il rivenditore o i documenti precontrattuali (c.d. autosufficienza informativa)[61].

44. In merito alla condotta *sub* b), Iliad ha rilevato che Telecom non consentirebbe ai propri utenti di aderire alle offerte proposte senza attivare i servizi opzionali oggetto della condotta in esame, limitandosi a consentirne la disattivazione solo dopo l'adesione all'offerta, attraverso un sistema di *opt-out*[62].

45. Tali servizi sarebbero accessori, in quanto costituiscono prestazioni ulteriori rispetto a quelle del pacchetto base, possono essere disattivati dal consumatore solo dopo la conclusione del contratto e comportano un costo addizionale (ricorrente o a consumo) per il consumatore. Infine, la loro successiva disattivazione non determina alcuna problematica per la fruizione del servizio di telefonia, oggetto dell'offerta principale[63].

---

[59] Cfr. Docc. nn. 1, 2, 4 – Segnalazioni di Iliad e Doc. n. 63 – Memoria endoprocedimentale di Iliad.
[60] Cfr. Doc. 63 cit., p. 6-9.
[61] *Ibidem*, p. 11.
[62] Cfr. Doc. n. 76 – Integrazione della memoria endoprocedimentale di Iliad.
[63] Cfr. Doc. 63 cit., p.14.

4) Le argomentazioni difensive del professionista

46. In via preliminare, Telecom ha contestato la competenza dell'Autorità ad intervenire in relazione alla condotta *sub* a), rilevando che, secondo la più recente giurisprudenza, nel campo delle comunicazioni elettroniche la competenza ad intervenire su pratiche commerciali ingannevoli spetterebbe all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), mentre la competenza dell'Agcm sarebbe circoscritta alle sole fattispecie di pratica commerciale "aggressiva" ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo e "in ogni caso aggressiva" ai sensi dell'art. 26 del Codice del Consumo[64].

47. Sotto il profilo procedurale, Telecom ha eccepito la violazione dei principi del giusto procedimento[65] per le ragioni di seguito esposte:

- l'estensione del procedimento all'intera platea dell'offerta commerciale "*mass market*" di Telecom avrebbe ristretto i termini dell'istruttoria e del possibile contraddittorio, dal momento che la prima memoria e proposta di impegni sarebbero state svuotate di significato e rilevanza;
- nella comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria non sarebbe stata espressa alcuna valutazione in merito alle difese svolte dalla società e all'attuazione unilaterale degli impegni, impedendo così una eventuale replica.

48. In relazione alla condotta *sub* a) Telecom ha rilevato, innanzitutto, che andrebbe applicata a tale fattispecie la normativa di settore dettata dall'Agcom in tema di trasparenza informativa[66]. In particolare, Telecom ha richiamato sia gli orientamenti applicativi forniti dalla predetta Autorità di regolazione attraverso la propria attività di *enforcement* (delibere di archiviazione dei procedimenti sanzionatori nn. 157/16/CONS, 156/16/CONS, 158/16/CONS, 159/16/CONS e la diffida n.118/18/CIR, aventi ad oggetto comportamenti analoghi alla condotta *sub* a), sia l'atto di indirizzo generale adottato dall'Agcom con la delibera n. 135/18/CIR. Da tali atti risulterebbe che le offerte di *winback* commercializzate da Telecom sono in linea con i canoni di trasparenza e pubblicità enucleati dagli artt. 70 e 71 del Codice delle comunicazioni elettroniche e dagli artt. 3 e 4 delle delibere Agcom n. 96/07/CONS e n. 252/16/CONS.

49. Con riferimento al merito della contestazione, Telecom ritiene che gli SMS e gli *script* in uso agli operatori del *call center* per le campagne di *winback* ricadano nel campo di applicazione dell'art. 22, comma 3, del Codice

[64] Cfr. Doc. n. 38 – Memoria e proposta di impegni di Telecom del 12 aprile 2019, p. 4.
[65] Cfr. Doc. n. 93 – Memoria conclusiva di Telecom del 16 settembre 2019, p. 4-5.
[66] Cfr. Doc. n. 38 cit., p. 4-5.

del Consumo, per la ristrettezza in termini di spazio e di tempo del mezzo di comunicazione impiegato. Pertanto, ai fini della valutazione della diligenza professionale impiegata da Telecom occorrerebbe aver riguardo all'intero processo di vendita, tenendo conto anche delle informazioni fornite dai rivenditori ai consumatori preventivamente contattati tramite SMS e del contenuto del plico pre-contrattuale consegnato dal postino ai consumatori preventivamente contattati dagli operatori del *call center*[67].

50. A tale riguardo, Telecom ha evidenziato che tutte le informazioni la cui carenza è stata contestata nella comunicazione di avvio del procedimento sarebbero contenute nei moduli contrattuali che devono essere sottoscritti dal consumatore presso i punti vendita e che i rivenditori illustrerebbero anche a voce tutte le caratteristiche dell'offerta. Con riferimento alle campagne di *winback* promosse tramite il canale telefonico, Telecom ha evidenziato che non è prevista la conclusione del contratto per telefono, essendo il consumatore vincolato solo dopo aver firmato la documentazione contrattuale che viene allo stesso consegnata dal postino e che il materiale informativo che il consumatore riceve prima della conclusione del contratto sarebbe esaustivo.

51. La correttezza del processo informativo posto in essere da Telecom sarebbe confermata, a parere del professionista, anche dal numero esiguo di attivazioni contrattuali rispetto al numero di linee contattate con le campagne di *winback*[68].

52. Infine, Telecom eccepisce l'insussistenza dell'elemento soggettivo della condotta contestata, dal momento che i già richiamati provvedimenti e atti di regolazione dell'Agcom, nonché una richiesta di informazioni effettuata dall'Autorità nell'ambito dell'attività pre-istruttoria di un precedente caso, avrebbero determinato un legittimo affidamento di Telecom sulla correttezza della propria condotta. Inoltre, l'elemento soggettivo sarebbe mancante anche per l'esistenza di una causa di esclusione di responsabilità, dal momento che la costruzione di offerte di *winback* come quelle in esame sarebbe stata espressamente consentita dall'Agcom con oneri informativi differenziati da quelli ordinari più attenuati[69].

53. Con riferimento alla condotta *sub* b), Telecom ha rilevato che i servizi e/o opzioni oggetto del procedimento sono componenti del piano tariffario o dell'offerta proposta. In particolare, in relazione al servizio/opzione TIM In Viaggio Full, Telecom ha rilevato che si tratta di un modulo di condizioni economiche e tariffarie valide per l'estero (previsto di *default* per i clienti

[67] *Ibidem*, p. 6.
[68] *Ibidem*, p. 7.
[69] *Ibidem*, p. 13.

winback) che si "*monta*" sulle offerte tariffarie sottostanti valide per i soli servizi nazionali, al fine di completarle appunto per la componente dei servizi esteri, dando così vita ad un unico piano tariffario modulare (flessibile). In nome della flessibilità tariffaria e della modularità e progressiva auto-determinazione delle offerte economiche, Telecom consente al consumatore di rinunciare a TIM In Viaggio Full in qualsiasi momento e gratuitamente, andando così incontro alle normali tariffe di *roaming* internazionale vigenti nel Paese di elezione, che sono tuttavia meno convenienti e costituiscono per Telecom una partita di giro a beneficio dell'operatore estero, su cui Telecom trattiene una minima percentuale in *mark-up*. È fatta salva, comunque, la possibilità per il consumatore di acquistare altre opzioni a pagamento (es. TIM In Viaggio Pass)[70].

54. È stato evidenziato, inoltre, che oltrepassato il confine, il consumatore riceve un SMS che lo pone nelle condizioni di avvedersi dell'esistenza del servizio[71] e che la stessa finalità è assolta da un *pop up* informativo che si visualizza accedendo all'area autenticata del sito/app MyTim.

55. Telecom ha sottolineato, infine, che solo il *[1 – 5%]* dei consumatori ha richiesto il passaggio a un piano diverso da TIM In Viaggio Full e appena *[inferiore all'1%]* di questi ha presentato un reclamo[72].

56. Con riferimento a 1 Giga di Scorta, Telecom ha rilevato che sarebbe un'opzione "*embedded*" nelle offerte TIM, ossia che rientra nel contenuto delle stesse e che la relativa informativa sarebbe fornita direttamente dai rivenditori mentre, nei casi di sottoscrizione del contratto presso il domicilio del consumatore (a seguito di campagne tramite il canale telefonico), l'informativa in questione sarebbe contenuta nella documentazione contrattuale consegnata dal postino[73]. Inoltre, una seconda informativa sarebbe fornita attraverso l'SMS con il quale il consumatore è avvertito dell'approssimarsi dell'esaurimento del proprio traffico *internet*[74] ed una terza informativa sarebbe fornita con un ulteriore SMS con il quale il consumatore

---

[70] *Ibidem*, p. 15-17.

[71] Il testo dell'SMS è il seguente: "*Benvenuto in Svizzera! Ti ricordiamo che hai attiva TIM in Viaggio Full. In questo paese chiami a 23cent al minuto, senza scatto alla risposta e ricevi a zero cent, invii SMS a 10cent e con 3Euro al giorno, solo se navighi, hai fino a 500 MB di Internet oltre i quali le tariffe saranno a consumo. Per i relativi costi, per le altre offerte TIM per l'estero e per ogni altra info, anche sull'elenco dei Paesi cui si applica la tariffa base, chiama gratuitamente il Servizio Clienti 119 o il 40916! La protezione dati estero è disattiva (per riattivarla invia PROTEZIONESTERO OFF al 40916). Ti ricordiamo che puoi ricaricare su TIM.it o farti ricaricare dall'Italia e che per i servizi di emergenza è disponibile il numero gratuito 112. Buona permanenza da TIM!*".

[72] Cfr. Doc. n. 38 cit., p. 17.

[73] *Ibidem*, p. 17-19.

[74] Il testo dell'SMS è il seguente "*[NOME OFFERTA]: stai per esaurire il traffico internet incluso nell'offerta. Per avere più GIGA chiama il 409166 o vai su https.m.TIM.it/extra-internet*".

è avvisato dell'attivazione dell'opzione 1 Giga di Scorta[75].

57. L'adeguatezza delle azioni di informazione sopra descritte sarebbe dimostrata dall'elevato numero di disattivazioni dell'opzione 1 Giga di Scorta sul totale delle linee attivate in *winback* nel periodo oggetto di osservazione, pari a *[50 – 100%]*. L'apprezzamento dell'opzione da parte dei consumatori sarebbe dimostrato dall'esiguo numero di reclami presentati per il Giga di scorta, appena *[1 – 5%]*[76].

58. Con riferimento al servizio di Segreteria Telefonica, Telecom ha rappresentato che, da un punto di vista tecnico, la scheda SIM è pre-abilitata alla Segreteria Telefonica ma, da un punto di vista giuridico e commerciale, la Segreteria Telefonica è una "componente" del piano tariffario, come sarebbe dimostrato dal fatto che i costi per l'ascolto dei messaggi lasciati in segreteria variano in relazione a tale piano[77].

59. In ogni caso, l'abilitazione tecnica della SIM è gratuita e nessun addebito verrebbe sofferto dal consumatore in mancanza di una volizione espressa quale è la chiamata effettuata dallo stesso per ascoltare i messaggi ricevuti in segreteria. Sul punto, Telecom ha sottolineato che tale chiamata costituirebbe un atto di consenso consapevole, in quanto il consumatore è debitamente informato dei costi previsti per l'ascolto dei messaggi ricevuti, dal momento che appone una firma in un apposito campo della modulistica contrattuale in cui sono illustrati chiaramente i costi per la componente Segreteria Telefonica[78].

IV. PARERE DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

60. In data 17 settembre 2019[79] veniva inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo poiché la condotta oggetto del presente provvedimento è stata attuata tramite SMS e telefonate, e ai sensi dell'art. 27, comma 1-*bis* del Codice del Consumo, poiché la condotta riguarda un operatore attivo nel settore delle comunicazioni.

---

[75] Il testo dell'SMS è il seguente "*I giga di scorta è attiva. Se finisci il traffico internet hai 1 GB in più al mese a 1,90 Euro ogni 200MB, solo in caso di utilizzo. Per conoscere le opzioni attive sulla tua linea chiama il 409161 o vai nella sezione MyTIM di TIM.it*".
[76] Cfr. Doc. n. 38 cit., p. 19.
[77] Cfr. Doc. n. 64, p.5.
[78] *Ibidem*, p. 5-6.
[79] Cfr. Doc. n. 95.

61. In data 18 ottobre 2019 perveniva il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni[80]. L'Autorità ha ritenuto di evidenziare "*con riferimento alla normativa di settore di cui alla richiesta di parere ai sensi dell'art. 27 comma 1-bis del Codice del consumo, che le condotte oggetto del procedimento, relative ai messaggi promozionali destinati agli ex clienti e alla preattivazione di servizi senza consapevole richiesta del cliente, risultano in parte riconducibili – fermi restando i profili di aggressività e ingannevolezza, nonché quelli di cui all'articolo 65 del Codice del consumo – alle previsioni degli articoli 70 e 71 del Codice delle comunicazioni elettroniche in materia di contratti e trasparenza delle informazioni. Inoltre, l'art. 4, comma 5 della delibera n. 252/16/CONS, dispone che "Nel caso di offerte riservate, deve essere garantita al destinatario dell'offerta la facoltà di poter agevolmente accedere al dettaglio delle condizioni giuridiche ed economiche dei servizi offerti", mentre la delibera n. 326/10/CONS all'art. 1, comma 2, dispone che "Gli operatori mobili assicurano che gli utenti finali siano pienamente informati sulla disponibilità di piani tariffari di base per i servizi voce, traffico dati e SMS conformi alle premesse poste a base del presente provvedimento e, se già clienti, che possano passare ad essi gratuitamente. Tali informazioni sono rese al pubblico con ogni utile modalità e canale di contatto, inclusa la rete di vendita e il sito web aziendale" e all'articolo 2, comma 2, dispone che "Qualora il cliente non abbia dato indicazioni diverse in forma scritta, gli operatori provvedono a far cessare il collegamento dati non appena il credito o il traffico disponibile residuo (di tempo o di volume) di cui al comma 1 sia stato interamente esaurito dal cliente, senza ulteriori addebiti o oneri per quest'ultimo, avvisandolo di tale circostanza. La connessione dati è riattivata nel più breve tempo possibile dopo che l'utente ha fornito, mediante una modalità semplice, il proprio consenso espresso, che non può, quindi, essere tacito o presunto.*".

62. Inoltre, considerato che la promozione delle offerte personalizzate rivolte ai consumatori *ex* clienti di Telecom è avvenuta attraverso l'invio di SMS e tramite telefono, "*utilizzati dalla società TIM per pubblicizzare le offerte in questione*", l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ritiene che essi "*siano strumenti idonei ad agevolare e amplificare significativamente la realizzazione delle pratiche commerciali rispetto alla quale è richiesto parere*" per le motivazioni di seguito riportate:

- l'SMS è uno strumento "*idoneo a diffondere rapidamente informazioni agli utenti in relazione alle condizioni economiche dei contratti sottoscritti, e*

[80] Cfr. Doc. n. 100.

rappresenta un mezzo molto efficace per raggiungere l'effettivo utilizzatore della SIM;

- *il telefono è uno strumento particolarmente invasivo della vita privata, che sottopone il soggetto contattato, virtuale fruitore dei servizi offerti, a una sollecitazione non richiesta sia rispetto al contenuto che al momento in cui essa avviene, creando un rapporto fondato su quanto comunicato dal professionista, è suscettibile di ingenerare una ragionevole fiducia nell'interlocutore, rendendo in tal modo possibile l'omissione di informazioni ovvero la fornitura di informazioni fuorvianti o non corrispondenti al vero*".

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

1) Valutazioni preliminari

63. In via preliminare, si precisa come l'Agcom abbia evidenziato che "*le condotte oggetto del procedimento, relative ai messaggi promozionali destinati agli ex clienti e alla preattivazione di servizi senza consapevole richiesta del cliente, risultano in parte riconducibili – fermi restando i profili di aggressività e ingannevolezza, nonché quelli di cui all'articolo 65 del Codice del consumo – alle previsioni degli articoli 70 e 71 del Codice delle comunicazioni elettroniche in materia di contratti e trasparenza delle informazioni*".

64. L'astratta e parziale riconducibilità delle condotte oggetto del presente provvedimento alla normativa di settore non esclude l'applicabilità del Codice del Consumo, nella misura in cui siano configurabili violazioni dello stesso, quando non vi siano contrasti tra i due plessi normativi, come statuito nella sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea del 13 settembre 2018 n. 54 relativa alle cause riunite C-54/17 e C-55/17[81], richiamata nella recente sentenza del Consiglio di Stato (sezione VI) del 25 ottobre 2019 n. 7296/2019.

65. In tale sentenza il Consiglio di Stato afferma che "*Nella definizione del rapporto di competenza tra l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che opera nel mercato generale con funzioni di vigilanza, e l'Autorità di regolazione, che opera nel settore particolare, la norma*

[81] "*Inoltre, occorre rilevare che l'articolo 1, paragrafo 4, della direttiva «servizio universale» prevede che le disposizioni di tale direttiva relative ai diritti degli utenti finali si applichino fatte salve le norme dell'Unione in materia di tutela dei consumatori e le norme nazionali conformi al diritto dell'Unione. Orbene, dall'espressione «fatte salve le norme [dell'Unione] in materia di tutela dei consumatori» risulta che l'applicabilità della direttiva 2005/29 non è pregiudicata dalle disposizioni della direttiva «servizio universale»*".

fondamentale di riferimento è l'art. 19 comma 3, del Codice del Consumo". Tale articolo stabilisce che, in caso di contrasto tra norme che disciplinano la condotta contestata, prevalgono quelle contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle norme nazionali di recepimento che disciplinano "*aspetti specifici*" delle pratiche commerciali scorrette e non le disposizioni di disciplina delle pratiche commerciali scorrette[82].

66. Il Consiglio di Stato riprende le argomentazioni sviluppate dalla Corte di giustizia dell'Unione europea, secondo cui "*la nozione di <contrasto> denota <un rapporto tra le disposizioni che va oltre la mera difformità o la semplice differenza, mostrando una divergenza che non può essere superata mediante una formula inclusiva che permetta la coesistenza di entrambe le realtà, senza che sia necessario snaturarle>. Ne consegue che <contrasto> sussiste unicamente quando <disposizioni estranee> alla direttiva n. 29 del 2005, disciplinanti <aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali>, impongono <ai professionisti, senza alcun margine di manovra, obblighi incompatibili> con quelli stabiliti dalla suddetta direttiva*".

67. Aggiunge poi il Consiglio di Stato: "*Da quanto esposto risulta come il Giudice Europeo ritenga che il criterio di risoluzione di una possibile concorrenza di norme che disciplinano la condotta contestata sia costituito non dal <criterio di specialità> ma dal <criterio di incompatibilità>. Il primo criterio presuppone che le due discipline presentino aspetti comuni e aspetti differenti. Il secondo criterio presuppone che tra le due discipline sussista una complessiva divergenza di contenuti che non ne consenta neanche l'astratta coesistenza. Questa interpretazione è aderente al significato letterale dell'art. 19, comma 3, Cod. cons. e coerente con quanto lo stesso legislatore nazionale ha disposto con l'art. 27, comma 1-bis, introdotto dal decreto legislativo n. 21 del 2014*".

68. Infine, si afferma che: "*Il nuovo criterio elaborato dalla Corte di Giustizia decreta, pertanto, l'abbandono dei criteri di matrice penalistica che sono poco compatibili con la natura delle regole di condotta contemplate nei due settori. Queste, come già sottolineato, essendo espressione del principio di buona fede e demandando al caso concreto la loro completa tipizzazione, non si prestano ad un confronto astratto mediante comparazione delle fattispecie. In questa prospettiva, l'espressione < aspetti specifici > della pratica commerciale scorretta impone un confronto non tra interi settori o tra*

---

[82] La norma richiamata prevede che "*in caso di contrasto, le disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento che disciplinano aspetti specifici delle pratiche commerciali scorrette prevalgono sulle disposizioni di disciplina delle pratiche commerciali scorrette e si applicano a tali aspetti specifici*".

fattispecie concrete, ma tra singole norme generali e di settore, con applicazione di queste ultime soltanto qualora esse contengano profili di disciplina incompatibili con quelli generali di disciplina delle pratiche commerciali scorrette. Ne consegue che la normativa di settore non disciplinerà pratiche commerciali scorrette, ma condotte che presentano aspetti di divergenza radicale con tali pratiche. In definitiva, alla luce di quanto affermato dalla Corte di Giustizia, la regola generale è che, in presenza di una pratica commerciale scorretta, la competenza è dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato.[83].

69. Ciò posto, l'intervento dell'Autorità nello specifico caso inerisce al proprio ambito di competenza, in quanto relativo a due condotte: una attinente ai profili di trasparenza e correttezza dell'informazione, per i quali non sussiste contrasto, nel senso chiarito dalla Corte di giustizia e richiamato dal Consiglio di Stato, tra le relative disposizioni del Codice del Consumo e le norme di settore ricordate dal parere dell'Agcom; e l'altra attinente all'applicazione delle norme in materia di diritti dei consumatori nei contratti, disciplina quest'ultima regolata dal Codice del Consumo e che non può ritenersi sovrapponibile o comunque assorbita dalle tutele previste dalla regolazione settoriale.

70. Sempre in via preliminare, occorre esaminare alcune eccezioni sollevate da Telecom sulle asserite violazioni dei principi del giusto procedimento.

71. Telecom sostiene che l'integrazione oggettiva del procedimento, estendendo la contestazione della condotta *sub* b) a tutte le offerte al pubblico, avrebbe ristretto i termini dell'istruttoria e del contraddittorio, svuotando di significato la prima memoria e proposta di impegni. Tale eccezione non può che essere disattesa, dal momento che proprio in considerazione di tale estensione e della conseguente necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti l'Autorità ha prorogato il termine di conclusione del presente procedimento[84]. Come si evince chiaramente dalla scansione procedimentale, in tutto il corso dell'istruttoria è stato assicurato a Telecom l'esercizio del diritto di accesso agli atti, il deposito di proprie memorie difensive e documenti allegati entro termini congrui, nonché l'audizione della società da parte degli Uffici, così configurando un sistema assistito da una piena garanzia del contraddittorio.

72. Infine, ad avviso di Telecom, costituirebbe violazione del principio del giusto procedimento anche la circostanza che la comunicazione del termine di

[83] Sentenza cit., p. 18.

[84] Il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato di 60 giorni in data 4 settembre 2019 e di ulteriori 40 giorni in data 5 novembre 2019.

conclusione della fase istruttoria non contiene alcuna valutazione in merito alle difese svolte dalla società e alla attuazione unilaterale degli impegni. Nel caso di specie, con la comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria sono state confermate e precisate le condotte contestate a Telecom con la comunicazione di avvio del procedimento e con la comunicazione di integrazione oggettiva del procedimento ed è stato, inoltre, concesso un congruo termine (di 20 giorni) per il deposito delle memorie conclusive e di eventuali documenti, mettendo quindi il professionista in condizione di poter svolgere le proprie argomentazioni difensive rispetto a tutti gli elementi oggetto di contestazione ed assicurando in tal modo un adeguato livello di contraddittorio.

2) Valutazioni nel merito delle condotte contestate

73. Il presente provvedimento concerne due distinte e autonome condotte poste in essere dalla società Telecom.
Condotta *sub* a): nella fase di promozione di offerte "personalizzate" di *winback* per i servizi di telefonia mobile, effettuate nei confronti di *target* prestabiliti di *ex* clienti contattati tramite SMS e canale telefonico, Telecom ha fornito informazioni carenti, indicando unicamente le condizioni principali dell'offerta, in termini di volumi di traffico e di prezzo, e omettendo la presenza di ulteriori costi applicati al piano tariffario proposto e/o necessari per aderire all'offerta o di vincoli alla fruizione dell'offerta.
Condotta *sub* b): nella fase di adesione dei consumatori a tutte le offerte di telefonia mobile, Telecom ha pre-attivato alcuni servizi e/o opzioni secondarie rispetto all'offerta principale senza il preventivo ed espresso consenso del consumatore, con l'eventuale addebito dei relativi costi di utilizzo non ricompresi nell'offerta economica principale.
74. Le evidenze agli atti consentono di ritenere le suddette condotte in violazione del Codice del Consumo per i motivi che seguono.

Condotta sub a)

75. Il testo dell'SMS di aggancio e gli *script* telefonici utilizzati per promuovere le offerte personalizzate di *winback* di Telecom risultano non idonei a consentire al consumatore di disporre immediatamente degli elementi essenziali dell'offerta al fine di poterne valutare la convenienza economica. Il consumatore, di fatto, non viene posto immediatamente nella condizione di conoscere in maniera esaustiva tutti i vincoli e i costi connessi all'offerta

attraverso la lettura del testo dell'SMS di "aggancio" e le informazioni fornite dal *call center* nel corso della telefonata promozionale.

76. Telecom, infatti, tende ad enfatizzare nell'SMS il costo base dell'offerta, omettendo qualsiasi riferimento ad altri elementi di costo, anche rilevanti, che potrebbero modificare in maniera significativa l'importo complessivo che il consumatore verrebbe a sostenere. Allo stesso modo, nel corso della telefonata promozionale delle offerte di *winback,* viene omesso ogni riferimento al costo ricorrente di 2€/mese previsto per il piano tariffario di base dell'offerta promossa. In tal modo, Telecom incide sulla valutazione di convenienza dell'offerta e, dunque, sulla decisione commerciale del consumatore.

77. Ferma restando l'applicazione della normativa Agcom, come richiamata nelle argomentazioni difensive di Telecom, si evidenzia che il rinvio alla possibilità per il consumatore di conoscere le condizioni complete dell'offerta recandosi presso il punto vendita o leggendo la documentazione contrattuale che viene consegnata al domicilio del consumatore preventivamente contattato dal *call center*, non vale a escludere l'ingannevolezza della condotta di Telecom. La promozione, infatti, deve sempre essere compiuta in sé stessa, almeno per quanto attiene agli elementi rilevanti dell'offerta, in particolare quelli di costo, in modo che il consumatore possa disporne per effettuare una scelta consapevole, già dal momento in cui viene "agganciato" dal professionista.

78. Non può essere accolta, inoltre, la tesi di Telecom secondo cui l'incompletezza delle informazioni sarebbe giustificata da presunti limiti di spazio e di tempo connessi alla natura del mezzo di comunicazione utilizzato (SMS e telefono). Telecom non ha fornito alcuna prova della sussistenza, nelle fattispecie concrete in esame, di una effettiva impossibilità a presentare in modo chiaro, nella comunicazione iniziale, tutte le informazioni rilevanti relative alle offerte di *winback.* Infatti, per quanto concerne le offerte promosse tramite il canale telefonico, non si ravvisa alcun ragionevole impedimento alla comunicazione del costo mensile del piano tariffario di base "TIM Base & Chat" (attivato di *default* da Telecom), dal momento che non sussiste un limite massimo di durata della conversazione telefonica, potendo in ogni caso affermarsi che tale informativa può essere fornita in un tempo molto contenuto. Anche con riferimento alle offerte promosse tramite SMS, non è accoglibile l'eccepita sussistenza di limiti di spazio dal momento che è possibile inoltrare SMS con testi anche molto lunghi (più di 800 caratteri) o inviare SMS multipli e connessi, già utilizzati da tutti gli operatori telefonici,

Telecom inclusa[85], soprattutto per comunicare ai propri clienti modifiche contrattuali unilaterali. In merito a tale questione si è espressa peraltro anche l'Agcom nella delibera 627/15/CONS[86].

79. L'inserimento, nel testo degli SMS delle ultime campagne di *winback*, di un *link* ad una pagina *web* che riporta i dettagli dell'offerta, non appare idoneo a sanare la condotta omissiva, sia perché Telecom non ha mutato la struttura del testo, sia perché il consumatore non avrebbe immediatamente a disposizione tutte le informazioni essenziali sull'offerta, dovendo anche in questo caso compiere una specifica azione per acquisirle, ovvero cliccare sul *link* presente nel messaggio per leggere il testo della pagina predisposta dall'operatore per quella specifica offerta. Si tratta di un'azione meramente eventuale e tra l'altro non realizzabile da tutti i soggetti raggiunti dagli SMS, essendo esclusa la possibilità di visionare la pagina di atterraggio per coloro il cui attuale piano tariffario non prevede la connessione dati o che non sono dotati di apparati predisposti per la navigazione *internet*.

80. Infine, occorre esaminare l'eccezione sollevata da Telecom sulla mancanza dell'elemento soggettivo in capo al professionista per la condotta attuata in ragione del legittimo affidamento che sarebbe stato generato anche dall'assenza di iniziative promosse dall'Autorità in attività precedenti. Tale eccezione appare priva di pregio. Il contesto nel quale si inserisce la condotta *sub* a) oggetto del presente provvedimento è, infatti, completamente differente rispetto a quello oggetto del caso richiamato da Telecom nelle proprie argomentazioni. Inoltre, costituisce principio consolidato dell'ordinamento italiano quello per cui la violazione del legittimo affidamento potrebbe profilarsi soltanto ove siano state fornite all'interessato rassicurazioni precise, incondizionate e concordanti, che nel caso di specie non ricorrono[87].

81. In conclusione, la condotta posta in essere da Telecom nella fase di promozione di offerte "personalizzate" di *winback* per i servizi di telefonia mobile, nei confronti di *target* prestabiliti di *ex* clienti contattati tramite SMS e telefono, in cui non sono riportate tutte le informazioni essenziali sull'offerta, venendo omessa la presenza di ulteriori costi applicati al piano tariffario proposto o necessari per aderire all'offerta promossa, nonché la presenza di vincoli contrattuali, in termini di durata minima di adesione, si configura come una violazione dell'art. 22 del Codice del consumo, in quanto

---

[85] Cfr. All. 1 e All. 2 al Doc. n. 63 – Memoria endoprocedimentale di Iliad.

[86] Nella richiamata delibera AGCom viene chiaramente affermato: "*Né può ritenersi condivisibile l'assunto che "in ragione del limite dei 160 caratteri" previsto per gli SMS non è stato possibile fornire maggiori indicazioni, in quanto è noto che, data l'attuale tecnologia, tale limite sia ormai ampiamente superabile e gestibile, soprattutto nel caso in cui la maggior parte dei clienti possiedono terminali avanzati*".

[87] Cfr. Consiglio di Stato, sentenza, 17 novembre 2015, n. 5250.

idonea ad indurre in errore il consumatore medio, facendogli assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

Condotta sub b)

82. I servizi e/o opzioni oggetto del procedimento presentano le seguenti caratteristiche:

a) sono a pagamento e prevedono un costo ulteriore rispetto a quello richiesto per l'obbligazione principale sottoscritta dal consumatore,

b) sono attivati automaticamente dall'operatore all'atto della sottoscrizione del contratto, senza alcun esplicito consenso da parte del consumatore,

c) possono essere solo rifiutati e disattivati dal consumatore dopo la sottoscrizione del contratto.

83. Tale meccanismo di pre-attivazione posto in essere da Telecom senza l'acquisizione di uno specifico consenso preventivo ed espresso, per ciascuno dei servizi in esame, costituisce una violazione del Codice del Consumo ai sensi dell'art. 65. Tale pre-attivazione impedisce, di fatto, al consumatore l'esercizio del diritto di scelta dei servizi a cui intende aderire in fase di sottoscrizione del contratto.

84. Con l'introduzione dell'art. 65 del Codice del Consumo il legislatore ha inteso perseguire l'obiettivo di rendere impraticabile ai professionisti l'introduzione di formule o meccanismi automatici di adesione, a volte anche inconsapevole, a servizi aggiuntivi che il consumatore non intenda espressamente e deliberatamente richiedere al professionista in fase di sottoscrizione del contratto. Dal momento che la richiesta di un servizio deve avvenire attraverso una scelta libera da parte del consumatore, il legislatore ha ritenuto che tale libertà potesse essere garantita da un meccanismo di adesione cosiddetto di "*opt in*", ovvero attraverso l'acquisizione del consenso preventivo ed espresso, vietando, dunque, la pratica che impone al consumatore, in fase di sottoscrizione di una prestazione principale, di dover rifiutare le opzioni pre-attivate relative a talune prestazioni secondarie (cd. meccanismo di "*opt out*").

85. Nel caso di specie, la sussistenza di specifici costi per i servizi in esame, costi non inclusi nell'offerta principale, e la disattivabilità dei servizi stessi dopo la sottoscrizione del contratto, rappresentano elementi che configurano tali servizi, di fatto, come accessori e opzionali e quindi sottoposti al regime normativo dell'art. 65 del Codice del consumo. Per essi, dunque, si rende necessaria l'acquisizione di uno specifico consenso espresso del consumatore

("*opt in*").

86. Le clausole contrattuali di mera presa d'atto della pre-attivazione di servizi e/o opzioni a pagamento, ulteriori rispetto a quelli rientranti nell'obbligazione principale, non possono essere considerate libere manifestazioni della volontà del consumatore inerenti alla richiesta della loro fornitura, in quanto sono formule di accettazione precostituite da Telecom, che devono essere sottoscritte in quanto l'offerta può essere accettata o rifiutata solo nella sua interezza e, dunque, non consentono al consumatore alcuna possibilità di scelta.

87. Telecom sostiene che i servizi e/o opzioni oggetto del procedimento sono componenti incluse nell'offerta o nel piano tariffario e, invocando la libertà di iniziativa economica e l'autonomia privata, sostiene il proprio diritto di formulare le offerte nella modalità ritenuta più conveniente e, quindi, dando valenza di essenzialità ad ogni servizio che essa reputi necessario per la conclusione del contratto. Telecom si avvarrebbe, dunque, di tale facoltà nella formulazione delle offerte commerciali, qualificando i servizi e/o opzioni in questione come componenti *embedded* dell'offerta o estensioni del piano tariffario, rispetto al quale il consumatore ha la facoltà di aderire o meno.

88. Al riguardo, si osserva che se i servizi e/o opzioni in questione fossero effettivamente componenti *embedded* dell'offerta o del piano tariffario, come sostenuto da Telecom, non sarebbe possibile per il consumatore eliminare tali componenti successivamente all'adesione al contratto, disattivandoli.

89. Infatti, o tali servizi sono componenti essenziali e inscindibili dell'offerta e rientrano, pertanto, nell'obbligazione principale sottoscritta dal consumatore, oppure sono componenti secondarie e scindibili dell'offerta, dotate di un proprio costo e, pertanto, opzionali e disattivabili.

90. Quando Telecom ha inteso rendere effettivamente una prestazione componente essenziale di un'offerta lo ha fatto includendo la stessa nell'offerta principale. A titolo meramente esemplificativo si richiama l'offerta denominata "TIM 7 Extra 30 Gb" in cui Telecom include nel canone mensile di 7 euro anche i costi del servizio accessorio di reperibilità "Lo Sai e Chiamaora di TIM" e il costo dell'ascolto dei messaggi del servizio di Segreteria Telefonica[88].

91. Se Telecom rimette, invece, al consumatore la valutazione circa la essenzialità o meno di alcuni servizi, consentendogli, pertanto, di richiederne la disattivazione successivamente alla sottoscrizione del contratto, è evidente che essi sono considerati accessori e opzionali anche dal professionista, in

[88] Cfr. Doc. n. 14.51 – *Script*.

quanto in caso contrario la loro disattivazione verrebbe a modificare la struttura stessa dell'offerta così come il professionista l'ha formulata. Se la disattivazione è concessa dal professionista dopo l'adesione al contratto, non si comprende, dunque, per quale motivo esso non debba riconoscere al consumatore la facoltà di *opt in* anche prima dell'adesione.

92. Inoltre, se tali componenti dell'offerta o del piano tariffario fossero ritenute essenziali dovrebbero essere chiaramente indicate anche nella fase promozionale, così come nella contrattualistica, con la medesima evidenza e rilevanza rispetto al servizio base costituito da pacchetti di minuti di chiamate, SMS e servizio dati, tenuto conto di quanto indicato negli artt. 48 e 49 del Codice del Consumo. Al contrario, così come sopra evidenziato, i servizi e/o opzioni oggetto del procedimento non sono minimamente indicati né negli SMS promozionali, né negli *script* predisposti dal professionista per gli operatori del *call center* e solo alcuni di essi sono riportati nella modulistica contrattuale.

93. Peraltro, appare necessario sottolineare che per il servizio 1 Giga di Scorta la gratuità della relativa disattivazione sussiste solo se si effettua tale operazione utilizzando il canale *on line* "MyTIMMobile" oppure chiamando il numero 40916 che prevede un sistema automatizzato di risposte "IVR" (*Interactive Voice Response*). Laddove, invece, il consumatore avesse bisogno di utilizzare per tale operazione il servizio clienti chiamando il numero 119 (ad esempio, perché in difficoltà ad utilizzare *internet* o ad interagire con sistemi automatizzati di risposta) dovrebbe sopportare un costo di 3,99 euro per l'intervento dell'operatore[89]. In tali casi, dunque, Telecom non solo attribuisce al consumatore l'onere di attivarsi per disattivare una o più prestazioni dal medesimo non scelte, ma lo costringe anche a sopportare un costo per tale attività.

94. In conclusione, la condotta posta in essere da Telecom, nella fase di adesione dei consumatori a tutte le offerte di telefonia mobile, realizzata pre-attivando alcuni servizi e/o opzioni che non rientrano nell'offerta principale e nei suoi costi senza il preventivo ed espresso consenso del consumatore, si configura come una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo.

[89] Cfr. Doc. n. 55 cit., p. 3.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

95. 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.

96. 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 che 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.

97. 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 sub a)

98. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, del profilo di ingannevolezza che ha contraddistinto l'attività promozionale di Telecom, fondato sull'omissione di informazioni rilevanti circa le offerte personalizzate di *winback*. Si tiene, inoltre, conto della dimensione economica della società (al 31 dicembre 2018 il fatturato è stato pari a circa 13.902 milioni di euro) e del suo livello di notorietà in ambito nazionale, in quanto è tra gli operatori più importanti nel settore dei servizi di telecomunicazioni in Italia, dell'ampiezza di diffusione della pratica, realizzata attraverso gli SMS e le chiamate indirizzate direttamente agli *ex* clienti Telecom, per un totale di oltre *[10 – 25]* milioni di contatti, nonché del pregiudizio economico per i consumatori, pari ad un importo minimo stimato di oltre *[1-5]* milioni di euro[90].

[90] Tale cifra è stata ottenuta moltiplicando i costi certi addebitati dall'operatore e omessi nei messaggi di *winback* (10 euro costo SIM e 12 euro costi di attivazione – cfr. Doc. n. 33 – Risposta di Telecom del 26 marzo 2019 alla richiesta di informazioni) per il numero stimato dei contratti conclusi a seguito delle

99. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta sia stata attuata dal mese di giugno 2018 fino al mese di febbraio 2019, sia ripresa nel mese di luglio 2019 e sia tuttora in corso[91].

100. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 1.900.000 euro (unmilionenovecentomila euro).

101. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, la circostanza aggravante della recidiva, in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo[92], si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 2.280.000 euro (duemilioniduecentottantamila euro).

Sulla condotta sub b)

102. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della particolare natura del suo profilo, caratterizzato dalla pre-attivazione di alcuni servizi secondari rispetto all'offerta principale senza il consenso preventivo ed espresso del consumatore. Si tiene, inoltre, conto della dimensione economica della società (al 31 dicembre 2018 il fatturato è stato pari a circa 13.902 milioni di euro), del suo livello di notorietà in ambito nazionale, in quanto è tra gli operatori più importanti nel settore dei servizi di telecomunicazioni in Italia, della numerosità dei clienti interessati dalla condotta, ossia tutti coloro che nel periodo sottoindicato hanno sottoscritto un contratto di telefonia mobile con Telecom in cui sia presente almeno uno dei servizi pre-attivati oggetto del procedimento (pari a *[1.000.000 – 5.000.000]*) e del pregiudizio economico per i consumatori, pari ad un importo minimo di oltre *[1.000.000 – 5.000.000]* di euro, corrispondenti ai ricavi dell'operatore per i servizi pre-attivati derivanti da tali contratti e relativi al periodo giugno 2018 – maggio 2019[93].

---

campagne di *winback* nel periodo giugno 2018 – febbraio 2019 (circa *[inferiore a 500.000]*). Tale stima dei contratti conclusi è stata effettuata al fine di tenere in considerazione che i costi di attivazione e della SIM, non presenti negli SMS di *winback*, sono invece indicati negli *script* telefonici utilizzati dai *call center*. Pertanto, al numero totale dei contratti conclusi a seguito delle campagne di *winback* nel periodo giugno 2018 – febbraio 2019, così come indicato da Telecom (*[inferiore a 500.000]* – cfr. Doc. n. 33 cit.), è stato sottratto un valore stimato del numero di contratti conclusi a seguito della promozione via telefono, ottenuto sulla base della percentuale di incidenza (*[5-25%]*) delle linee contattate tramite *call center* (il numero di linee contattate tramite SMS e tramite *call center*, nel periodo predetto, è stato indicato da Telecom nel Doc. n. 33 cit.).

[91] Cfr. Doc. n. 33 cit. e Doc. n. 99 – Informativa di Telecom del 14 ottobre 2019.

[92] Si vedano PS10696 e PS11044.

[93] Cfr. Doc. n. 55 – Risposta di Telecom del 10 giugno 2019 alla richiesta di informazioni.

103. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta è stata posta in essere almeno a partire dal giugno 2018, risultando ancora in essere[94].

104. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 2.100.000 euro (duemilionicentomila euro).

105. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, la circostanza aggravante della recidiva, in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo[95], si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 2.520.000 euro (duemilionicinquecentoventimila 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. 22 del Codice del Consumo per l'omissione di informazioni rilevanti nei messaggi promozionali relativi alle offerte di *winback* indirizzati, tramite SMS e telefonate, agli *ex* clienti Telecom;

RITENUTO, inoltre, 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. 65 del Codice del Consumo in quanto Telecom ha pre-attivato alcuni servizi secondari senza il consenso preventivo ed espresso del consumatore all'atto dell'adesione ai contratti di telefonia mobile;

DELIBERA

a) che la condotta *sub* a) descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Telecom Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

[94] Cfr. Doc. n. 33 cit. e Doc. n. 99 cit.
[95] Si vedano PS10696 e PS11044.

b) che la condotta *sub* b) descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Telecom Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

c) di irrogare alla società Telecom Italia S.p.A. con riferimento alla condotta descritta al punto a) una sanzione amministrativa pecuniaria di 2.280.000 € (duemilioni duecentottantamila euro);

d) di irrogare alla società Telecom Italia S.p.A. con riferimento alla condotta descritta al punto b) una sanzione amministrativa pecuniaria di 2.520.000 € (duemilionicinquecentoventimila euro);

e) che la società Telecom Italia S.p.A. comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui ai punti a) e 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.

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
Roberto Rustichelli