



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “*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 i propri provvedimenti del 13 ottobre 2020 e del 15 dicembre 2020, con i quali, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, sono state disposte le proroghe del termine di conclusione del procedimento, per particolari e sopravvenute esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Telepass S.p.A. (di seguito Telepass o TE o, se citata insieme a Telepass Broker S.r.l., società del Gruppo Telepass), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lett. *b*), del Codice del Consumo. La società è interamente controllata da Atlantia S.p.A. ed è attiva nell’emissione, acquisizione e/o gestione di strumenti per il pagamento del pedaggio per i transiti effettuati sulla rete stradale e autostradale, italiana ed estera, nonché

per la commercializzazione, la fruizione e il pagamento di servizi aggiuntivi inerenti alla mobilità e a tutti i servizi simili e connessi. Nell'esercizio finanziario concluso il 31 dicembre 2019, la società ha registrato ricavi pari a circa 210,5 milioni di euro¹.

2. Telepass Broker S.r.l. (di seguito TB o, se citata insieme a Telepass S.p.A., società del Gruppo Telepass), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo. La società è interamente controllata da Telepass S.p.A. e agisce in qualità di intermediario assicurativo. Dal conto economico per l'esercizio concluso il 31 dicembre 2019, risulta che la società ha registrato ricavi pari a circa 278.000 euro².

3. A.N.A.P.A. - Associazione Nazionale Agenti Professionisti di Assicurazione (di seguito ANAPA), in qualità di associazione di Categoria professionale segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

4. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dalle società Telepass e Telepass Broker relativo alle modalità con cui viene fornita l'informazione circa il servizio di preventivazione e intermediazione di polizze RC Auto.

5. Ciò premesso, le condotte riguardano:

A) l'assenza di informativa circa la gestione, la conservazione e il trasferimento dei dati dei clienti dalle compagnie assicurative *partner* a Telepass, la quale potrà farne un uso commerciale;

B) l'assenza di indicazioni sulle modalità, sulle procedure, sui parametri di riferimento e di selezione del preventivo RC Auto proposto: vengono enfatizzate la particolare facilità e convenienza della proposta effettuata attraverso l'APP, senza indicare i criteri, i parametri di riferimento e le procedure di scelta della compagnia e del preventivo proposto.

¹ Doc. 48, all. 3: Bilancio prodotto dalla società.

² Doc. 48, all. 4: Bilancio prodotto dalla società.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 12 giugno 2020 è stato comunicato alle società del Gruppo Telepass l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11710, per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto Telepass e TB, riportando in maniera presuntivamente ingannevole ed omissiva informazioni rilevanti circa l'acquisizione dei dati dei clienti e le modalità e le procedure adottate ai fini della preventivazione delle polizze RC Auto, potrebbero indurre in errore i consumatori spingendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso³.

7. Con comunicazione del 22 giugno 2020 l'Associazione di categoria segnalante A.N.A.P.A. è stata informata dell'avvio dell'istruttoria nei confronti delle società del Gruppo Telepass⁴.

8. Il 25 giugno 2020 le società del Gruppo Telepass hanno avanzato istanza di proroga dei termini per produrre memorie e le risposte alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio, accolta con comunicazione del 26 giugno 2020⁵.

9. In data 3 luglio 2020, con successiva integrazione del 13 luglio 2020, le società hanno prodotto le risposte e i documenti richiesti in sede di avvio⁶.

10. Il 29 luglio 2020 si è svolta l'audizione su istanza delle società⁷.

11. In data 7 settembre 2020, con successiva integrazione del 23 novembre 2020, le società del Gruppo Telepass hanno risposto alla richiesta di informazioni formulata durante l'audizione del 29 luglio 2020⁸.

12. Il 20 ottobre 2020 è stata comunicata la proroga del termine di conclusione del procedimento deliberata dall'Autorità nell'adunanza del 13 ottobre 2020⁹.

13. Il 5 novembre 2020, con successiva integrazione del 10 novembre 2020, l'Associazione di categoria ANAPA ha rappresentato di voler partecipare

³ Docc. 3 e 4: comunicazioni di avvio del procedimento.

⁴ Doc. 6: informativa dell'avvio al segnalante.

⁵ Doc. 8 e 11.

⁶ Doc. 15 allegati A e B (versione accessibile dei docc. 12 e 13): memorie difensive e delle informazioni e documenti prodotti dalle Società del Gruppo Telepass in risposta alla richiesta di informazioni della comunicazione di avvio.

⁷ Doc. 22, all. 1 (versione accessibile del doc. 21): Verbale di audizione del 29-7-2020.

⁸ doc. 31 (Versione accessibile del Doc. 23): risposta alla richiesta d'informazioni formulata in sede di audizione.

⁹ Doc. 24.

all'istruttoria; l'istanza è stata accolta il 18 novembre 2020 e l'accoglimento è stato comunicato alle società TE e TB il 23 novembre 2020¹⁰.

14. Le società del Gruppo Telepass, in data 22 luglio 2020, hanno presentato un Formulario d'impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, al fine di rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

15. Il 20 ottobre 2020 è stato comunicato il rigetto degli impegni per inammissibilità ed inidoneità delle misure proposte, come deliberato dall'Autorità, nella sua adunanza del 13 ottobre 2020¹¹.

16. Il 16 dicembre 2020 è stata comunicata alle Parti la proroga di conclusione del procedimento deliberata dall'Autorità nell'adunanza del 15 dicembre 2020¹².

17. Con comunicazione del 14 gennaio 2021 l'Autorità ha rigettato l'istanza di TE e TB del 4 dicembre 2020, con la quale si richiedeva la revisione del rigetto degli impegni¹³.

18. In data 18 gennaio 2021 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento¹⁴.

19. Il 28 gennaio 2021 ANAPA ha inviato le proprie argomentazioni conclusive¹⁵.

20. In data 8 febbraio 2021 le società del Gruppo Telepass hanno trasmesso le memorie conclusive¹⁶.

21. Il 9 febbraio 2021 sono state trasmesse le richieste di pareri, rispettivamente, all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo, e all'IVASS - Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo.

22. Il 4 marzo 2021 l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha trasmesso il proprio parere.

23. Il 5 marzo 2021 l'IVASS - Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni ha espresso il proprio parere.

¹⁰ Docc. 27 e 28: istanza di partecipazione all'istruttoria di ANAPA; doc 29: accoglimento dell'istanza di partecipare al procedimento da parte di ANAPA; doc. 32: Comunicazione alle società del Gruppo Telepass dell'esito dell'istanza di partecipazione al procedimento da parte di ANAPA.

¹¹ Doc. 25: comunicazione di rigetto per inammissibilità ed inidoneità degli impegni proposti dalle società del Gruppo Telepass.

¹² Doc. 40 e 41: Comunicazioni alle società del Gruppo Telepass e ad ANAPA della proroga di chiusura del procedimento deliberata nella riunione dell'Autorità del 15 dicembre 2020.

¹³ Doc. 42: Comunicazione della delibera dell'Autorità del 12-1-2021, di rigetto dell'istanza di riesame della decisione di rigetto degli impegni adottata dal Collegio il 13-10-2020.

¹⁴ Doc. 43 e doc. 44: comunicazioni del termine della fase istruttoria trasmesse alle Parti.

¹⁵ Doc. 45: memoria conclusiva di ANAPA.

¹⁶ Doc. 52 (versione accessibile del doc. 48): memorie conclusive delle società del Gruppo Telepass.

2) *Le evidenze acquisite*

24. La procedura di preventivazione delle polizze RC Auto avviene attraverso l'APP di Telepass. Si tratta di un servizio dedicato ai clienti titolari di un contratto di Telepass *Family* o Telepass *Viacard*, che si svolge attraverso alcune fasi guidate: una prima fase riguarda la richiesta e fornitura del preventivo, a cui può seguire la decisione di aderire alla polizza preventivata¹⁷.

¹⁷ Le fasi della procedura prevedono:

- a) accesso alla APP Telepass inserendo le proprie credenziali;
- b) la selezione dell'opzione accedendo alla sezione "RC Auto";
- c) la selezione dalla sezione "Calcola il tuo preventivo" con presa visione dell'"Informativa Privacy";
- d) scelta della targa abbinata al contratto Telepass per la quale calcolare un preventivo e selezione dell'età del guidatore più giovane;
- e) inserimento della data di nascita del proprietario del veicolo;
- f) ricezione del preventivo della compagnia *partner* con il prezzo RC più basso, a cui si possono aggiungere le garanzie accessorie che l'utente ritiene di selezionare. Per RC e per ogni garanzia accessoria proposta, viene indicato il premio richiesto, massimali (modificabili dai clienti) ed eventuali franchigie e scoperti;
- g) possibilità di informarsi sul contenuto di ogni singola garanzia selezionando "i";
- h) selezionando "verifica i dati", possibilità di verificare e modificare i dati relativi ad anno conseguimento patente, stato civile, professione, ricovero del veicolo, antifurto, figli minori, km percorsi in un anno, utilizzo abituale del mezzo, allestimento;
- i) se si intende procedere con il salvataggio del preventivo, si seleziona "procedi", una schermata conterrà i dati di riepilogo del preventivo, le garanzie selezionate, l'importo del premio, eventuali sconti, il totale dell'eventuale addebito; si può visualizzare il PDF del preventivo salvato e del *set* informativo;
- j) contestualmente, si riceve un'*e-mail* con il PDF del preventivo salvato e il *set* informativo. Il PDF del preventivo salvato è anche disponibile in app nella sezione "archivio preventivi" per tutto il periodo di validità del preventivo;
- k) qualora si decidesse di procedere all'acquisto della polizza, si seleziona l'opzione "procedi all'acquisto", e si accede al "Questionario di coerenza" nel quale è riportato un riepilogo delle coperture richieste con l'indicazione di massimali, franchigie e scoperti. Se il cliente conferma che la copertura assicurativa è adeguata alle proprie esigenze e accetta i massimali, le franchigie, le esclusioni e gli scoperti, può procedere a selezionare l'opzione "Avanti" e accedere alla schermata successiva;
- l) nella schermata "Norme e Condizioni" si può:
 - dare il consenso a ricevere la documentazione via *e-mail*; o
 - visualizzare la documentazione legale (l'*Informativa Privacy* della compagnia; le norme e Condizioni Aggiuntive Telepass);
- m) in caso di selezione dell'opzione "Avanti", nella schermata successiva si può verificare di nuovo la correttezza dei dati inseriti, le garanzie scelte e l'importo del premio, di eventuali sconti, l'importo del totale addebito e si può consultare di nuovo il PDF del preventivo e del *set* informativo. Qualora si intendesse procedere con l'acquisto della polizza, si seleziona "Acquista";
- n) nella schermata successiva si verifica di nuovo la correttezza di "Nome e Cognome; Targa; Marca e Modello del veicolo" e si conferma la volontà di procedere all'acquisto della polizza selezionando "Conferma".

25. Il cliente Telepass per i servizi di mobilità ottiene, tramite l'APP, il preventivo della polizza. Sempre tramite APP è svolto il processo di adempimento degli obblighi informativi *privacy* e ai fini del rispetto della regolazione IVASS. Con riferimento al processo di sottoscrizione della polizza, è previsto l'addebito diretto del premio sul medesimo conto corrente di appoggio utilizzato per pagare il canone e i corrispettivi Telepass. L'incasso del premio è effettuato da Telepass, su autorizzazione di Telepass Broker.

26. La preventivazione, la sottoscrizione e il pagamento dei premi della polizza assicurativa RC Auto si svolgono unicamente tramite la APP Telepass. Il servizio segnalato è stato pubblicizzato mediante il sito *internet* di Telepass, nonché mediante la stessa APP di Telepass¹⁸: “*Assicurazione RC Auto Non ti ricordi la data di scadenza della tua polizza? Devi rinnovare e non trovi tutte le informazioni per richiedere il preventivo? Con il servizio RC Auto di Telepass hai un modo semplice e veloce per rinnovarla: ti basta aprire la tua APP Telepass e in pochi semplici passi potrai visualizzare il preventivo e acquistarla, con addebito sul conto Telepass. Inoltre, hai sempre uno sconto su misura per te*”.

27. A fronte della particolare enfasi attribuita alla modalità “*semplice e veloce*”, nonché alla facilità e alla particolare convenienza per il rinnovo dell'assicurazione RC Auto in scadenza attraverso l'APP di Telepass, il consumatore non era informato in merito alla raccolta e all'utilizzo a fini commerciali dei suoi dati, che Telepass ottiene dalle compagnie assicurative in fase di preventivo. L'utente interessato al preventivo RC Auto viene reso edotto solo all'interno dell'informativa *privacy*, cui viene fatto meramente rinvio all'inizio del *funnel* di preventivazione, del fatto che le società raccolgono e trattano le informazioni minime necessarie per il calcolo del preventivo¹⁹.

28. Quanto alle modalità, ai criteri di selezione e al perimetro del preventivo, sono unicamente riportati i loghi dei *partner*, mentre non vi è alcuna informazione su come è selezionato il preventivo proposto al cliente che interroga l'applicazione.

29. Con riferimento all'acquisizione e raccolta dei dati dei clienti durante la preventivazione e il collocamento delle polizze, Telepass dispone già di tutti i dati del titolare del contratto del dispositivo Telepass, inclusi i dati fiscali e

¹⁸ Doc. 1: segnalazione ANAPA, pag. 3 con *screen shot* della comunicazione diffusa sul sito *internet* e mediante l'APP scaricabile sul dispositivo mobile.

¹⁹ Doc. 15, all. 5- informativa sulla *Privacy*, di cui il Cliente viene a conoscenza all'inizio del *Funnel* della procedura di preventivazione. Le Società attraverso l'informativa sulla *Privacy* indicano al cliente la tipologia dei dati raccolti, quali, a titolo di esempio: i dati anagrafici, i dati del veicolo (la marca), il modello, la tipologia, la classe e il codice dell'apparato Telepass associato alla targa del veicolo, nonché gli estremi bancari (codice IBAN), e l'attestato di rischio degli ultimi dieci anni.

bancari del cliente e della *e-mail*. Come rappresentato in atti, Telepass, Telepass Broker e le Compagnie di assicurazioni *partner* condividono un *data base* dedicato per la gestione e acquisizione dei dati assicurativi, separato rispetto alla piattaforma attraverso la quale TE gestisce i dati degli utenti titolari dei dispositivi per i servizi di pagamento in mobilità (es. transiti, parcheggi ecc). Nel *data-base insurance* sono quindi contenute tutte le informazioni dei clienti che hanno stipulato una polizza assicurativa o salvato un preventivo.



Schema prodotto dalle società²⁰

30. Le informazioni in comune tra i due *data-base* (quello di TE e quello dedicato all'attività assicurativa) sono: (i) la targa del cliente Telepass, (ii) la data di nascita dell'intestatario del contratto Telepass e (iii) il suo indirizzo di residenza. I dati vengono conservati per le finalità connesse alla valutazione del rischio, alla definizione del preventivo economico e al miglioramento del servizio, e vengono trattati sino alla soddisfazione della richiesta del cliente e per il periodo prescrizione applicabile. Nel caso di mancato perfezionamento del contratto assicurativo all'atto della ricezione del preventivo, i dati dei clienti vengono conservati per un periodo di 15 giorni, mentre per finalità di *marketing* i dati sono mantenuti per i 13 mesi successivi alla cessazione del rapporto, salva la previa opposizione espressa²¹.

31. Dallo schema fornito dalle società interessate²², risulta una condivisione di dati tra TE, TB e le Compagnie assicurative al fine di fornire il preventivo richiesto mediante l'algorithmo di selezione della polizza più conveniente, con

²⁰ Doc. 31 (versione accessibile del doc. 23), p. 3: risposte alla richiesta d'informazioni effettuata in audizione il 29-07-2020.

²¹ Doc. 15 All. A: risposta delle società del Gruppo Telepass alla richiesta informazioni dell'avvio, in cui è stato dichiarato che: "Inoltre, in caso di mancato perfezionamento del contratto, i Dati potranno essere conservati per un periodo di 15 giorni per consentire di completare la procedura temporaneamente sospesa o interrotta", pag. 6, e, invece, "con riferimento ai trattamenti per fini di marketing, [...]svolti sulla base di un legittimo interesse, i dati saranno trattati per tutta la durata del rapporto e fino a che sussistano obbligazioni o adempimenti connessi all'esecuzione dello stesso e per i successivi 13 mesi dalla cessazione del rapporto, salvo previa opposizione al trattamento", pag. 6-7.

²² Doc. 31 pag. 3, cit.: risposta alla richiesta d'informazioni formulata in sede di audizione il 29-7-2020.

la fornitura di informazioni attraverso il *data base insurance* gestito dalle società Telepass. La gestione condivisa dei dati è stata confermata dalle società del Gruppo Telepass nelle proprie memorie²³.

32. Il reciproco scambio d'informazioni è altresì confermato dalla documentazione contrattuale tra TB e le due principali società d'intermediazione assicurativa *partner*, [Omissis]* e [Omissis]²⁴. Si tratta di accordi commerciali di natura orizzontale poiché le suindicate società operano in qualità di intermediari collocando polizze, in prevalenza RC Auto, di non individuate 'Compagnie emittenti', "attraverso tecniche di comunicazione a distanza". Il controllo e la gestione del prodotto assicurativo vengono esercitati dai *partner* di TB, quali, nella specie, [Omissis] ed [Omissis]. I suindicati 'produttori assicurativi', congiuntamente con la compagnia emittente, identificano per singolo prodotto il gruppo di clienti a cui il prodotto potrebbe adattarsi [Omissis], tenendo conto delle caratteristiche di ogni prodotto assicurativo. TB, d'altro lato, adotta meccanismi di distribuzione coerenti con la strategia suggerita dalle società assicuratrici *partner*, adottando procedure volte a monitorare costantemente il prodotto assicurativo, favorendone la revisione periodica, nonché fornendo ai rispettivi *partner* assicurativi [Omissis]²⁵.

33. Agli atti risulta che TB ha stipulato accordi di libera collaborazione, oltre che con le società [Omissis] e [Omissis], anche con la società [Omissis]²⁶.

34. Oltre a quelle con [Omissis] e [Omissis], già vigenti al momento dell'avvio del procedimento, il 3 ed il 18 agosto 2020 sono state lanciate nuove *partnership*, rispettivamente con [Omissis] e [Omissis]. Inoltre, sono in corso trattative commerciali con [Omissis] ed [Omissis]; quest'ultima dovrebbe

²³ doc. 15, All. A: memorie difensive, pag. 6. Le Parti hanno infatti dichiarato che: "[...] I dati sono trattati nell'ambito di un processo decisionale automatizzato anche attraverso la consultazione di banche dati gestite da terzi (e.g.: banca dati delle compagnie assicurative *partner* commerciali di Telepass Broker) al solo fine di effettuare una valutazione economico finanziaria per la successiva preventivazione e per l'emissione della polizza, per l'adempimento di ogni obbligo di legge richiesto nell'ambito dell'esercizio dell'attività assicurativa, prevenzioni delle frodi e del finanziamento del terrorismo. In particolare, questo processo viene svolto utilizzando un algoritmo di calcolo che elabora i dati acquisiti in on boarding al fine di individuare le polizze assicurative offerte dai *partner* commerciali di Telepass Broker più convenienti e che meglio soddisfano le esigenze del cliente (più in particolare, il codice algoritmico elabora i dati inseriti dal cliente al fine di individuare, tra le polizze assicurative offerte dai *partner* commerciali di Telepass Broker, il premio RC Auto più basso a parità di massimale minimo offerto da ciascuna compagnia *partner*). Il preventivo è poi comunicato mediante l'uso della posta elettronica ai dati di recapito che sono stati spontaneamente indicati nella richiesta del servizio". Cfr. anche Doc. 31 (versione accessibile del doc. 23), p. 2.

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

²⁴ Doc. 12, all. 6: Accordo di libera collaborazione con [Omissis], lett. g) e h) della premessa), ed all. n. 8: Accordo di libera collaborazione con [Omissis], lett. g) e h) della premessa).

²⁵ Doc. 12, all. 6 e all. 8, art. 4, lett. b) e c), pag. 6 e 7: Accordi con [Omissis] e [Omissis], da cui risulta che Telepass Broker si obbliga nei riguardi delle società *partner* ad acquisire dai clienti di TE le informazioni necessarie a valutare le necessità dei clienti stessi.

²⁶ Doc. 12, all. 7: contratti con [Omissis].

operare con un proprio intermediario sottoscrittore di polizze (*underwriting*), [Omissis], dal 15 settembre 2020. Infine, è in corso un negoziato con [Omissis], del Gruppo [Omissis], che dovrebbe operare attraverso una società di nuova costituzione denominata [Omissis], controllata da TE, in veste di agente assicurativo, previa iscrizione alla sezione A del Registro Unico degli Intermediari.

35. Nel corso dell'audizione del 29 luglio 2020, le società del Gruppo Telepass hanno dichiarato che, riguardo alle modalità di individuazione del preventivo, in base ai dati forniti dal cliente, l'algoritmo individua l'offerta delle compagnie *partner* con il prezzo più basso, e *“l'unico elemento di riferimento è la garanzia RC Auto con il massimale minimo offerto delle compagnie, secondo la logica del contratto di base che prevede uno schema contrattuale minimo e che tutte le compagnie offrono. Una volta selezionato il preventivo così individuato, il consumatore lo può integrare in base alle proprie esigenze, variando il massimale o aggiungendo ulteriori opzioni per una maggior copertura”*²⁷.

36. Riguardo ai rinnovi delle Polizze RC Auto, con riferimento ai 'clienti acquisiti', ossia coloro che hanno attivato la RC Auto con l'intermediario TB, attraverso la piattaforma e gli applicativi gestiti da TE, i contratti di collaborazione con [Omissis] e [Omissis] prevedono un'*opzione preferenziale* per la visualizzazione delle proposte di rinnovo della polizza da essi predisposte²⁸.

37. Dal mese di giugno 2019 a maggio 2020, risulta che il numero di preventivi richiesti è aumentato a livello mensile da [7.500-30.000] (giugno 2019) a [50.000-100.000] (maggio 2020); il numero di Polizze distribuite è incrementato a livello mensile da [0-1.000] (giugno 2019) a [1.000-10.000] (maggio 2020), con una crescita del rapporto Polizze distribuite/preventivi richiesti da [0%-5%] nel giugno 2019 [1%-10%] nel maggio 2020.

38. A livello mensile, i premi RC Auto relativi alle polizze intermedie, al lordo delle tasse e del contributo SSN, dal mese di giugno 2019 al mese di maggio 2020, sono saliti da [0-50.000] a [100.000-5.000.000], con un aumento delle commissioni percepite da Telepass Broker nel periodo interessato da [€0-€10.000] a [€10.000-€500.000], registrando una crescita delle commissioni a

²⁷ Doc. 22_all. 1: Verbale di audizione del 29-07-2020.

²⁸ Doc. 12, all. 6: Accordo con [Omissis], pag. 8, ed all. 8, Accordo con [Omissis], art. 4, lett. e), p. 9, laddove si prevede in occasione dei rinnovi delle polizze RC Auto, che TB si obbliga a consegnare ai clienti, attraverso la piattaforma Telepass e gli Applicativi Telepass, le proposte di rinnovo predisposte da [Omissis] e da [Omissis]. Inoltre, viene stabilita una 'opzione preferenziale' nella visualizzazione sulla piattaforma di Telepass, a favore dei suindicati *partner*, tanto che le eventuali altre offerte di altre imprese di assicurazione, pur se migliorative in termini di premio sulla copertura RCA, potranno essere visualizzate solo in via subordinata, secondo modalità concordate tra le parti e preordinate alla tutela del portafoglio dei due intermediari.

favore di TB in percentuale sui premi lordi da [0%-10%] nel giugno 2019 a [0%-10%]²⁹ nel maggio 2020.

[Omissis]

3) Le argomentazioni difensive delle Parti

Le società del Gruppo Telepass

39. Con memorie del 3 luglio 2020 e successive integrazioni del 13 luglio 2020, nonché del 7 settembre 2020 e del 23 novembre 2020, nonché con la memoria finale dell'8 febbraio 2021, le società TE e TB hanno rappresentato quanto segue:

➤ TE e TB, attraverso la piattaforma digitale messa in atto, potrebbero qualificarsi come nuovi entranti non verticalmente integrati nel settore dell'*insurance tech* e, in particolare, nel mercato della RC Auto attualmente caratterizzato ancora dalla presenza predominante di operatori tradizionali, le cui agenzie raccolgono oltre l'80% dei premi.

➤ Il segnalante non sarebbe qualificabile come tale, perché si tratterebbe di un'associazione rappresentante degli interessi di categoria degli agenti assicurativi, appartenenti al canale tradizionale di distribuzione delle polizze RC Auto, interessato a 'marginalizzare' ogni forma innovativa e di sviluppo digitale da parte dei nuovi soggetti entranti;

➤ Circa il ruolo svolto da ciascuna delle società del Gruppo Telepass, TB svolge l'attività di distribuzione assicurativa, sottoscrivendo accordi di collaborazione con le Compagnie assicuratrici nel settore dell'RC Auto nell'ottica di fornire ai propri clienti, già sottoscrittori di uno o più contratti Telepass Family o Telepass con Viacard, servizi ulteriori legati alla mobilità.

➤ Riguardo alle procedure utilizzate dalle società nell'acquisizione dei dati personali ed alle relative modalità informative, entrambe le società sono 'contitolari' del trattamento dei dati personali che vengono di volta in volta raccolti, costituiti dalle informazioni minime necessarie per il calcolo del preventivo richiesto tramite APP dal cliente³⁰.

➤ L'algoritmo si limita a selezionare la polizza con il premio RC Auto più contenuto a parità di massimale minimo offerto da ciascun *partner*,

²⁹ Doc. 31 pag. 6 (versione accessibile del doc. 23), cit.

³⁰ Doc. n. 15, all. A e B e Doc. 31 (versioni accessibili dei docc. 12, 13 e 23): memorie e risposte alle richieste di informazioni formulate in sede di avvio e risposte alla richiesta di informazioni formulata nell'audizione del 29 luglio 2020.

indipendentemente dal compenso provvigionale percepito dalle società: è un meccanismo oggettivo e neutro che, al fine di proporre il prodotto più adeguato al cliente, restituisce il preventivo della polizza RC Auto con il premio più basso a parità di massimale minimo offerto dai *partner* di Telepass.

➤ L'utente, qualificabile come un consumatore medio avvezzo all'utilizzo delle piattaforme informatiche, quale è l'APP di Telepass, sarebbe informato per ben due volte sulla raccolta e utilizzo dei dati nel corso del processo di preventivazione e, in particolare: (i) una prima volta all'inizio del *funnel* del preventivo e prima dell'acquisizione di qualsiasi dato, nell'informativa *privacy*, in occasione del processo di acquisizione dei dati necessari per il preventivo; (ii) una seconda volta, subito prima di procedere all'acquisto della polizza. L'addebito del premio, una volta conclusa la procedura di adesione alla polizza, avviene sul medesimo conto corrente indicato dal cliente per l'addebito del canone Telepass, con evidenza nel documento riepilogativo degli addebiti inviato periodicamente da Telepass.

➤ Negli accordi commerciali intercorrenti tra la società TB e le compagnie di assicurazioni/intermediari non sono previste clausole di esclusiva con le compagnie *partner*, i cui loghi sarebbero visibili all'interno del sito *internet* www.telepass.com nella sezione "Assicurazioni".

➤ Con riferimento alla finalità di *marketing* della raccolta dei dati, verrebbe garantito all'interessato il diritto di opporsi in qualunque momento alla ricezione di comunicazioni di natura commerciale e/o promozionale, attraverso varie modalità (indirizzi *e-mail* riportati nell'informativa *privacy*, il *link unsubscribe* presente nelle singole *e-mail*). Inoltre, la campagna di promozione dell'offerta assicurativa sarebbe principalmente svolta attraverso i canali digitali di Telepass, quali il sito www.telepass.com e l'app Telepass, nonché mediante campagne pubblicitarie diffuse sui media digitali attraverso *banner* sui siti di editori e campagne di *direct marketing*; nell'ottica di una comunicazione commerciale integrata, nei mesi di luglio e di agosto 2020 sarebbero stati usati anche canali tradizionali, quali la radio, le affissioni e le pagine sul mezzo stampa.

Infine, secondo quanto dichiarato dalle società del Gruppo Telepass, a partire dall'8 febbraio 2021, circa la condotta A, "*i dati acquisiti presso le compagnie nel corso del processo di preventivazione non potranno più formare oggetto di eventuali trattamenti per finalità commerciali*"³¹; quanto alla condotta B, è stata riportata l'indicazione sul criterio seguito per la selezione del preventivo – ossia il premio RC Auto più basso a parità di massimale minimo offerto da

³¹ Doc. 52 (versione accessibile del doc 48), all. 1, p. 15: memorie conclusive.

ciascun compagnia *partner* - e, laddove rilevante, la compagnia di assicurazione emittitrice della polizza³².

Infine, è stata riformulata la grafica della sezione con l'elenco dei *partner*, distinguendoli tra “compagnie assicurative” e “intermediari assicurativi”³³.

➤ Con riferimento agli eventuali profili sanzionatori, le società del Gruppo Telepass, dopo aver preliminarmente sostenuto l'assenza di responsabilità ai sensi dell'art. 3, comma 2, della L. n. 689/1981, hanno dedotto il minor grado di offensività delle condotte contestate rispetto ad altre pratiche, poiché il consumatore avrebbe sempre avuto la possibilità di rinvenire tutte le informazioni necessarie nell'Informativa *privacy* e/o da altre sezioni disponibili sull'APP o, ancora, sul *web*. Inoltre, considerata l'assenza di segnalazioni di utenti Telepass, dovrebbe essere tenuto in considerazione l'opera svolta per modificare il processo di preventivazione. Ancora, nell'ottica del principio di proporzionalità, dovrebbe considerarsi il fatto che le provvigioni complessivamente raccolte dal Gruppo per la commercializzazione di polizze RC Auto nel 2019 sono state pari a Euro [100.000-500.000], mentre sono [20.000-70.000] gli utenti che sino a oggi hanno acquistato polizze RC Auto tramite l'APP. Infine, tenuto conto del carattere di novità del caso di specie, le società hanno dedotto l'assenza dei presupposti per l'irrogazione della sanzione e, in subordine, la necessità di irrogare una sanzione simbolica, pari al minimo edittale.

Le argomentazioni di A.N.A.P.A.

40. Con comunicazione pervenuta il 28 gennaio 2021, l'associazione professionale di categoria ANAPA ha precisato quanto segue:

➤ Risulterebbe inconferente la prospettata carenza di legittimazione ad agire dell'Associazione ANAPA, quale portatore d'interessi della categoria professionale degli agenti appartenenti al canale tradizionale distributivo delle polizze RC Auto, poiché gli artt. 18 e ss. del Codice del Consumo si applicano anche a favore delle microimprese.

➤ Sussisterebbe una differenza formale e di contenuti tra l'informativa sulla *privacy* e quella da rendere in sede precontrattuale ai sensi del Codice del Consumo. Il consumatore medio - per quanto utilizzatore abituale di App - non avrebbe, infatti, piena consapevolezza dell'utilizzo dei propri dati solamente grazie alle informazioni presenti all'interno di una sezione

³² Doc. 52, p.19, cit: memorie, presentazione *Funnel APP*, da cui risultano le varie fasi del processo di preventivazione e dei criteri seguiti per la selezione delle *Compagnie Partner*.

³³ Doc. 52, p. 18: Memorie conclusive delle società del Gruppo Telepass.

‘Privacy’, nella quale oltre al regolamento sul trattamento dei suoi dati personali, sarebbero riportati incisi difficilmente comprensibili, quali, ad esempio: “la consultazione di banche dati gestita terzi” e “per l’invio di comunicazioni di natura commerciale e/o iniziative promozionali, ecc. ecc.”. La possibile confusione per i consumatori, inoltre, deriverebbe dall’indistinta modulistica, rinvenibile nel sito *internet* di Telepass(<https://www.telepass.com/it/privati/supporto/moduli-e-contratti>), per i servizi di mobilità e quelli assicurativi³⁴, che implicherebbe una faticosa ricerca attiva di informazioni riportate in modo disorganizzato.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

41. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in particolare *Internet*, in data 9 febbraio 2021 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

42. Con parere pervenuto in data 4 marzo 2021, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che la condotta oggetto del procedimento si è svolta tramite l’APP Telepass utilizzata da Telepass e TB per proporre ai propri clienti il collocamento *online* di alcune polizze RC Auto.

43. Il mezzo *Internet*, attraverso cui il servizio di preventivazione RC Auto è stato diffuso, è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all’utente una vasta sequenza di potenziali informazioni promozionali atte a influenzarne il comportamento, ed è un mezzo idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni contenute nel sito dei Professionisti, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

³⁴ Doc. 45: Memoria conclusiva ANAPA, p. 3, in cui sono riportate a titolo di esempio le varie modulistiche rinvenibili nella sezione del sito di Telepass <https://www.telepass.com/it/privati/supporto/moduli-e-contratti>, da quella per il pedaggio autostradale a quella per l’assicurazione RCA, oltre che la modulistica per servizi quali “Memo” (che avvisa il consumatore della scadenza della revisione auto), nonché perfino quella per il servizio di lavaggio dell’auto, con conseguente scarsa chiarezza informativa sull’identità dei soggetti offerenti, sul funzionamento e sulle condizioni dei servizi assicurativi, con possibile confusione e induzione ad assumere una decisione commerciale tutt’altro che avveduta ed informata da parte del consumatore.

V. PARERE DELL'ISTITUTO PER LA VIGILANZA NELLE ASSICURAZIONI

44. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore assicurativo, in data 9 febbraio 2021 è stato richiesto il parere all'Istituto per la Vigilanza nelle Assicurazioni, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo.

45. Con parere pervenuto in data 5 marzo 2021, l'IVASS ha rappresentato che, “[...] rilevato che codesta Autorità ha rigettato gli impegni presentati dagli intermediari, perché ha ritenuto sussistente un proprio interesse all'accertamento dell'eventuale violazione, anche tenuto conto che le condotte descritte potrebbero integrare una pratica commerciale manifestamente scorretta e grave, ex art. 27, comma 7, d.lgs. 206/2005 [...] per quanto di competenza, non si hanno osservazioni da formulare”.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

46. In via preliminare, risultano inconferenti le eccezioni sollevate dalle società del Gruppo Telepass in ordine alla legittimazione di A.N.A.P.A., quale associazione di categoria professionale, a richiedere l'intervento dell'Autorità. Tale associazione, infatti, rientra tra i soggetti di cui all'art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo ed è legittimata a partecipare al procedimento ai sensi dell'art. 4, comma 1, del Regolamento sulle procedure istruttorie³⁵.

47. Con riferimento al ruolo svolto sia da TE che da TB nell'attuazione della pratica, si osserva quanto segue: Telepass ha diffuso le informazioni sul servizio di preventivazione e di collocamento delle polizze Rc Auto, mentre Telepass Broker è incaricata della distribuzione dei prodotti assicurativi per gli utenti Telepass e, pertanto, beneficia direttamente degli effetti della condotta in esame. Pertanto, entrambe le società sono da ritenersi responsabili per la realizzazione della pratica commerciale in esame.

³⁵ Cfr. art. 4, del Regolamento, rubricato *Istanza di intervento*: “Ogni soggetto, di cui all'articolo 18, comma 1, lettere a), b), d-bis) del Codice del Consumo, od organizzazione, che ne abbia interesse, può richiedere, attraverso comunicazione in formato cartaceo o elettronico (webform o PEC), l'intervento dell'Autorità nei confronti di pubblicità che ritenga ingannevole o illecita, ai sensi del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole, ovvero di pratiche commerciali che ritenga scorrette, ai sensi del Codice del Consumo”.

48. Ciò posto, il presente provvedimento concerne le modalità informative sull'utilizzo, per la profilazione degli utenti e per finalità di *marketing*, dei dati degli utenti che richiedono un preventivo assicurativo tramite l'APP Telepass, i criteri e i parametri di riferimento seguiti per proporre preventivi e vendere prodotti assicurativi RC Auto.

49. In base alle risultanze istruttorie si evidenziano le seguenti criticità:

Condotta A): assenza di informativa circa il trasferimento dei dati dei clienti dalle Compagnie *partner* a Telepass, e il loro utilizzo a fini commerciali.

50. Le società TE e TB, nell'esercizio dell'attività di collocamento di servizi assicurativi per conto delle compagnie con le quali hanno concluso contratti di distribuzione delle polizze RC Auto, ricevono, senza che il consumatore ne sia adeguatamente informato, flussi di informazioni attinenti ai dati dell'utente che richiede il preventivo. Il processo di condivisione di tali informazioni tra le società del Gruppo Telepass e le Compagnie/Intermediari di assicurazione avviene senza che i potenziali aderenti ai preventivi delle polizze proposte vengano adeguatamente informati sulla raccolta e sul modo con cui i loro dati vengono utilizzati dalle società interessate, anche a fini commerciali. L'utente interessato al preventivo RC Auto viene informato solo all'interno dell'informativa *privacy*, cui viene fatto meramente rinvio all'inizio del *funnel* di preventivazione, del fatto che le società raccolgono le informazioni necessarie per il calcolo del preventivo e le trattano per finalità di *marketing*.

51. Tale circostanza confonde gli utenti in ordine al tipo d'informazioni acquisite dai professionisti: da un lato, il consumatore riceve alcune informazioni sul livello di riservatezza dei dati personali, mentre dall'altro lato non apprende chiaramente quali siano le modalità di gestione, di conservazione e di utilizzo dei suoi dati. Per il resto, l'informazione fornita in sede di presentazione del servizio di preventivazione si limita a enfatizzare la semplicità e velocità, nonché la convenienza della procedura e della visualizzazione del preventivo della polizza RC Auto sull'App, potendosi poi acquistare il prodotto direttamente tramite l'APP usufruendo inoltre di uno sconto particolare³⁶.

³⁶ Doc. 24: cfr. i *claim* che invogliano a effettuare il preventivo enfatizzando la semplicità, velocità e convenienza economica nell'aderire alla polizza RC Auto tramite l'APP di Telepass: “*proteggi la tua auto con la forza di un solo dito*”, invitando a effettuare un preventivo, “*Hai una polizza in scadenza? Fai un preventivo*”, nonché “*acquista l'RC auto in modo semplice, veloce e conveniente, in più hai fino al 10% di sconto*”.

52. Contrariamente a quanto sostenuto dalle società del Gruppo Telepass, la circostanza che in sede di presentazione del servizio il consumatore non viene informato sull'utilizzo commerciale dei propri dati non viene sanata dal fatto che nell'informativa *Privacy*, cui viene meramente fatto rinvio all'inizio del *funnel* viene ricordata la finalità commerciale sottostante alla raccolta, al mantenimento e alla gestione dei propri dati, poiché le società adottano un processo di 'patrimonializzazione' dei dati assoggettati a sfruttamento economico, di cui l'utente finale deve venire a conoscenza³⁷.

53. I dati dei clienti vengono conservati fino ai 13 mesi successivi alla cessazione del rapporto, salvo previa opposizione espressa³⁸. TE e TB hanno dunque tutto il tempo di sfruttare e di gestire in via autonoma e indipendente i dati dei clienti sotto l'aspetto commerciale.

54. Prive di pregio sono le argomentazioni sollevate dalle società TE e TB in ordine alla possibilità per l'interessato di opporsi in qualunque momento alla ricezione di comunicazioni di natura commerciale e/o promozionale, attraverso varie modalità. Al riguardo, è possibile sostenere che gli strumenti messi a disposizione per opporsi a ricevere comunicazioni promozionali (quali gli indirizzi *e-mail*, riportati nell'informativa *privacy*, e il *link unsubscribe* presente nelle singole *e-mail* ricevute) afferiscono ad aspetti strumentali, riconducibili alla sfera di disponibilità dei dati personali dei consumatori, che esulano dall'ambito di una corretta e trasparente informativa da diffondere ai consumatori per allertarli dell'eventuale sfruttamento commerciale dei dati forniti utilizzando il servizio, ponendosi anzi in un momento successivo a quello in cui tale informativa dovrebbe essere prodotta.

³⁷ Tar Lazio, 10 gennaio 2020, nn. 260, 261: “A fronte della tutela del dato personale quale espressione di un diritto della personalità dell'individuo, e come tale soggetto a specifiche e non rinunciabili forme di protezione, quali il diritto di revoca del consenso, di accesso, rettifica, oblio, sussiste pure un diverso campo di protezione del dato stesso, inteso quale possibile oggetto di una compravendita, posta in essere sia tra gli operatori del mercato che tra questi e i soggetti interessati. Il fenomeno della “patrimonializzazione” del dato personale, tipico delle nuove economie dei mercati digitali, impone agli operatori di rispettare, nelle relative transazioni commerciali, quegli obblighi di chiarezza, completezza e non ingannevolezza delle informazioni previsti dalla legislazione a protezione del consumatore, che deve essere reso edotto dello scambio di prestazioni che è sotteso alla adesione ad un contratto per la fruizione di un servizio, quale è quello di utilizzo di un “social network”. (...) La possibilità di uno sfruttamento economico del dato personale nell'ambito delle piattaforme social e la conseguente necessità di tutelare il consumatore che le utilizzi non può neppure definirsi (...) un concetto del tutto innovativo, frutto di una interpretazione “estensiva” di norme sanzionatorie, come tale contraria al principio di prevedibilità”.

³⁸ Doc. 15 All. A: risposta alla richiesta di informazioni dell'avvio, in cui è stato dichiarato che “con riferimento ai trattamenti per fini di marketing, [...] svolti sulla base di un legittimo interesse, i dati saranno trattati per tutta la durata del rapporto e fino a che sussistano obbligazioni o adempimenti connessi all'esecuzione dello stesso e per i successivi 13 mesi dalla cessazione del rapporto, salvo previa opposizione al trattamento”, pag. 6-7.

55. Infine, non può essere accolta l'argomentazione sollevata dai professionisti circa l'indiscussa avvedutezza e consapevolezza del consumatore medio in ordine al livello di percezione dell'utilizzo commerciale dei dati dallo stesso forniti, in quanto come sostenuto da consolidata giurisprudenza *“La qualifica di consumatore medio deve essere, anche, rapportata al contesto di diffusione dei messaggi e alla tipologia di prodotto e quindi, in particolare nei settori ad alta evoluzione tecnologica e nel contesto di nuovi e diversificati servizi, i consumatori possono essere non dotati delle competenze specifiche necessarie per rilevare e fronteggiare l'esistenza di pericoli connessi alla loro fruizione”*³⁹. Nel caso di specie, proprio la nuova modalità distributiva utilizzata dalle società del Gruppo Telepass attraverso il proprio applicativo, tecnologicamente avanzato, determina la necessità di un maggior rigore informativo a carico delle suindicate società nei confronti dei consumatori.

56. Con riferimento alle integrazioni informative da ultimo apportate dalle società TE e TB in ordine al trattamento dei dati dei clienti, vale osservare che esse risultano idonee a risolvere i profili di criticità sopra evidenziati⁴⁰.

Condotta B): informazioni rese al consumatore in merito ai criteri di selezione delle polizze proposte.

57. I clienti non hanno alcuna cognizione dell'effettiva rappresentatività delle compagnie di assicurazioni RC Auto oggetto di preventivazione. Sull'APP e sul sito sono unicamente riportati i loghi dei *partner*, ma alcuni di essi ([*Omissis*] e [*Omissis*]) sono dei meri intermediari assicurativi che agiscono come agenti mandatari di non individuate “Compagnie emittenti”. Inoltre, non vi è alcuna informazione sui criteri ed i parametri in base ai quali è selezionato il preventivo proposto.

58. Dalla documentazione contrattuale in atti, infatti, emergono due elementi di incertezza sui preventivi ottenibili tramite App di TE: (i) l'utente, al momento del preventivo, non conosce l'effettivo perimetro delle compagnie oggetto di confronto, tenuto conto che i principali *partner* assicurativi di TB ([*Omissis*] e [*Omissis*]) operano per conto di non bene identificate ‘Compagnie emittenti’; (ii) i preventivi ottenibili sono il risultato di un algoritmo, il cui funzionamento non è specificato al consumatore, che seleziona la polizza con il premio RC Auto più contenuto a parità di massimale minimo offerto da ciascun *partner*.

³⁹ Cfr. Tar Lazio, 9 settembre 2015, n. 11122, e Consiglio di Stato, 17 febbraio 2012, n. 853.

⁴⁰ Doc. 52 (versione accessibile del doc. 48): memorie conclusive delle società del Gruppo Telepass.

59. Inoltre, gli atti del fascicolo evidenziano l'esistenza di una specifica opzione commerciale di preferenza accordata a *[Omissis]* ed *[Omissis]* nel proporre attraverso l'APP di Telepass le polizze RC Auto degli stessi *partner* in fase di rinnovo da parte dei clienti già acquisiti tramite la piattaforma di Telepass, anche in presenza di soluzioni meno onerose da parte di altri operatori⁴¹. Tale opzione, in grado evidentemente di influenzare le scelte dei consumatori interessati, non viene affatto resa nota agli stessi.

60. Le integrazioni informative inserite da ultimo nel processo di preventivazione appaiono colmare le lacune rilevate in ordine ai criteri di selezione dei preventivi e al perimetro delle Compagnie *partner*⁴².

61. In conclusione, le condotte descritte *sub* lett. *a)* e *b)*, appaiono integrare una pratica commerciale scorretta, in violazione degli articoli 21 e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto sono state fornite informazioni ingannevoli e/o carenti sulla raccolta e trattamento dei dati degli utenti, da parte di Telepass S.p.A. e Telepass Broker S.p.A., e sulle modalità di preventivazione, con l'effetto di indurre i consumatori ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

62. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

63. 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 di cui 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.

64. Con riguardo alla gravità della violazione si tiene conto, nella fattispecie in esame, della particolare natura del profilo di scorrettezza accertato, caratterizzato da rilevanti carenze informative sul trattamento dei dati degli utenti, che costituiscono patrimonio di rilevante valore economico per gli stessi e che vengono utilizzati per finalità ulteriori e diverse rispetto a quelle

⁴¹ Cfr. doc. 12, all. 6, Accordo con *[Omissis]*, pag. 8; ed all. 8, Accordo con *[Omissis]*, art. 4, lett. e), p. 9, cit. *supra*.

⁴²Doc. 52 (versione accessibile del Doc. 48): memorie conclusive, all. 1, pp. 18-19.

per cui sono raccolti (fornitura del preventivo), nonché sulle modalità di erogazione del servizio, che sono elementi evidentemente fondamentali per la scelta consapevole sull'adesione o meno.

65. Si considera, altresì, la rilevanza dei Professionisti, trattandosi di due operatori facenti parte del Gruppo Atlantia, di rilievo internazionale e di elevata notorietà, *leader* nel settore italiano dei servizi legati alla mobilità. All'uopo, rileva altresì il fatturato, per la società Telepass S.p.A., pari a circa 210 milioni di euro nel 2019.

66. Rileva, inoltre, ai fini della gravità, il grado di diffusione della pratica, che è estesa, tramite APP ed *internet*, a tutto il territorio nazionale, con una diffusione capillare. L'elevata offensività della pratica è rappresentata dal notevole numero dei clienti Telepass potenzialmente interessati che, al 30 giugno 2020, risultavano essere 9,1 milioni⁴³.

67. La gravità discende, infine, dalla peculiarità del contesto di riferimento, in quanto innovativo e implicante l'acquisizione, lo scambio e l'utilizzo di informazioni personali alle quali è attribuito un ingente valore economico.

68. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti si evince che la pratica commerciale oggetto del presente procedimento è stata posta in essere almeno dal mese di giugno 2019⁴⁴ e risulta cessata alla data dell'8 febbraio 2021⁴⁵.

69. Sulla base di tali elementi, si ritiene di fissare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile, in solido, a Telepass S.p.A. e Telepass Broker S.p.A., nella misura di 2.100.000 €(due milioni e cento mila euro).

70. Ciò posto, considerata la circostanza che Telepass Broker S.p.A. abbia registrato perdite d'esercizio nell'anno 2019, si ritiene congruo determinare l'importo finale della sanzione, da irrogare in solido alle società Telepass S.p.A. e Telepass Broker S.p.A., in 2.000.000 €(due milioni di euro).

71. Sul punto, non può trovare accoglimento l'eccezione di parte, secondo la quale la sanzione dovrebbe essere proporzionata all'ammontare delle sole provvigioni raccolte dal Gruppo Telepass per la commercializzazione delle polizze RC Auto. Infatti, la raccolta e l'utilizzo dei dati degli utenti per finalità diverse e ulteriori rispetto alla mera fornitura dei preventivi, atteso il valore

⁴³ Fonte: Relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2020 del gruppo Atlantia, pag. 80, in cui si legge: "Al 30 giugno 2020 gli apparati attivi Telepass sono 9,1 milioni con un incremento di circa 262 mila unità rispetto al 30 giugno 2019 (3,0%)".

⁴⁴ Doc. 15 All. A, pag. 2, dell'indice del fascicolo.

⁴⁵ Doc. 52: memorie conclusive, pag. 15.

economico degli stessi dati, è, evidentemente, fonte di una diversa tipologia di profitto, che si aggiunge a quello ricavato dalle Parti a titolo di provvigioni.

RITENUTO, pertanto, in conformità ai pareri dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e dell'Istituto per la Vigilanza nelle Assicurazioni, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale, articolata nelle condotte descritte nel par. II, *sub* lettere *a)* e *b)*, risulta scorretta, ai sensi degli artt. 21 e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto idonea a indurre i consumatori ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso, in relazione alle carenze nell'informazione fornita sulla raccolta e sul trattamento da parte di Telepass S.p.A. e Telepass Broker S.p.A., dei dati degli utenti e sulle modalità e i criteri di selezione dei preventivi;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub* lett. *a)* e *b)*, del presente provvedimento, posta in essere da Telepass S.p.A. e Telepass Broker S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 21 e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare a Telepass S.p.A. e Telepass Broker S.p.A., in solido tra loro, una sanzione amministrativa pecuniaria di 2.000.000 €(due milioni di euro);

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e

sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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, lett. 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