



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXI - n. 12

**Publicato sul sito www.agcm.it
22 marzo 2021**

SOMMARIO

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	5
AS1725 - COMUNE DI REGGIO CALABRIA – PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE	5
AS1726 - COMUNE DI BARLETTA (BT) – PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE	9
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	12
PS11680 - CV MAKER IT-SERVIZI NON RICHIESTI	
<i>Provvedimento n. 28600</i>	<i>12</i>
PS11710 - TELEPASS/ACCORDO PRIMA ASSICURAZIONE	
<i>Provvedimento n. 28601</i>	<i>23</i>
VARIE	39
CONTRIBUTO ALL'ONERE DERIVANTE DAL FUNZIONAMENTO DELL'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO PER L'ANNO 2021	
<i>Provvedimento n. 28599</i>	<i>39</i>
RIVALUTAZIONE SOGLIE FATTURATO EX ART.16, COMMA 1, DELLA LEGGE N.287/90	
<i>Provvedimento n. 28602</i>	<i>41</i>

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1725 - COMUNE DI REGGIO CALABRIA – PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE

Roma, 5 marzo 2021

Comune di Reggio Calabria

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 3 marzo 2021, ha deliberato di esprimere il trasmettere la propria segnalazione ai sensi dell’articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riferimento alla delibera del 13 luglio 2020 n. 85 della Giunta Comunale, avente ad oggetto la *“Presa d’atto art. 182 c.2 decreto rilancio n.34/2020. modifiche e integrazioni alla d.g.c. n. 29 del 02.03.2020 recante indirizzi operativi per l’estensione della validità delle c.d.m. comunali vigenti, in adempimento alle disposizioni della l 145/2018”*.

In particolare, mediante la suddetta delibera, il Comune di Reggio Calabria ha disposto l’estensione della durata delle concessioni demaniali marittime al 31 dicembre 2033 in favore dei concessionari esistenti, sulla base di quanto previsto dall’art. 1, commi 682, 683 e 684 della legge n. 145/2018, nonché dell’art. 182, comma 2, del decreto legge 19 maggio 2020, n. 34, convertito con legge del 17 luglio 2020, n. 77, nella parte in cui tali norme si riferiscono, confermandolo, al meccanismo di proroga *ex lege* delle concessioni demaniali marittime.

In linea generale, l’Autorità ricorda che in materia di affidamenti riguardanti l’uso di beni pubblici (rientranti nel demanio o nel patrimonio indisponibile dello Stato o degli enti locali), l’individuazione del privato affidatario deve avvenire mediante l’espletamento, da parte della Pubblica Amministrazione, di procedure ad evidenza pubblica¹.

Al riguardo, si evidenzia che gli articoli 49 e 56 del TFUE impongono agli Stati membri l’abolizione delle restrizioni ingiustificate alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ossia di tutte le misure che vietano, ostacolano o comunque sono idonee a comprimere l’esercizio di tali libertà. Secondo la Corte di giustizia, una normativa nazionale che consente la proroga automatica

¹ Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, sent. del 25 settembre 2009, n. 5765; Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. 18 novembre 2019, n. 7874. In tal senso si è espressa, di recente, anche l’ANAC con la delibera del 17 gennaio 2019, n. 25.

delle concessioni demaniali pubbliche in essere per attività turistico-ricreative deve considerarsi in violazione di dette disposizioni².

Inoltre, la direttiva 2006/123/CE (c.d. Direttiva Servizi) prevede all'art. 12 che “qualora il numero di autorizzazioni disponibili per una determinata attività sia limitato per via della scarsità delle risorse naturali o delle capacità tecniche utilizzabili, gli Stati membri applicano una procedura di selezione tra i candidati potenziali, che presenti garanzie di imparzialità e di trasparenza e preveda, in particolare, un'adeguata pubblicità dell'avvio della procedura e del suo svolgimento e completamento” (par. 1) e che, in tali casi, “l'autorizzazione è rilasciata per una durata limitata adeguata e non può prevedere la procedura di rinnovo automatico né accordare altri vantaggi al prestatore uscente o a persone che con tale prestatore abbiano particolari legami” (par. 2).

Come noto, gli Stati membri sono tenuti a conformarsi ai richiamati principi eurolunitari e, ove la normativa interna non rispetti le disposizioni della direttiva citata, contrastando di riflesso con i principi di libera circolazione e di libertà di stabilimento, se ne impone la relativa disapplicazione³. In tal senso, l'Autorità, in precedenti interventi di *advocacy*, si è più volte pronunciata sulla necessità di procedere agli affidamenti delle concessioni – tra cui quelle riguardanti i beni demaniali marittimi ed aventi finalità turistico-ricreative⁴ – mediante lo svolgimento di procedure ad evidenza pubblica. In particolare, è stato osservato che, nei mercati in cui, in ragione delle specifiche caratteristiche oggettive delle attività tecniche, economiche e finanziarie, esiste un'esclusiva, o sono ammessi ad operare un numero limitato di soggetti, l'affidamento delle concessioni deve comunque avvenire mediante procedure concorsuali trasparenti e competitive, al fine di attenuare gli effetti distortivi della concorrenza, connessi alla posizione di privilegio attribuita al concessionario⁵.

² Cfr. sentenza della Corte di Giustizia del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15, *Promoimpresa srl e a. contro Consorzio dei comuni della Sponda Bresciana del Lago di Garda e del Lago di Idro e a.*

³ Si ricorda, infatti, che, secondo la consolidata giurisprudenza europea, tutte le amministrazioni nazionali, nell'esercizio delle loro funzioni, sono tenute ad applicare le disposizioni del diritto europeo, disapplicando le norme nazionali da esse non conformi, cfr., *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia nella causa 103/88, *Fratelli Costanzo c. Comune di Milano*, nonché nella causa C-224/97, *Ciola* e nella causa C-198/01, *Consorzio Industrie Fiammiferi (CIF) c. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*.

In tal senso, la Corte di Giustizia ha ribadito, da ultimo nella sentenza del 4 dicembre 2018, caso C-378/17, che “il principio del primato del diritto dell'Unione impone non solo agli organi giurisdizionali, ma anche a tutte le istituzioni dello Stato membro di dare pieno effetto alle norme dell'Unione” (par. 39) e ricorda che l'obbligo di disapplicare riguarda anche “tutti gli organismi dello Stato, ivi comprese le autorità amministrative, incaricati di applicare, nell'ambito delle rispettive competenze il diritto dell'Unione” (par. 38). In proposito si vedano altresì, *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia nella causa 106/77, *Amministrazione delle finanze dello Stato c. Simmenthal SpA*, nella causa C-119/05, *Lucchini*, nella causa C-614/14, *Ognyanov* e nelle cause riunite C-52/16 e C-113/16, «*SEGRO*» *Kft.*

⁴ Cfr. la segnalazione resa dall'Autorità in data 12 dicembre 2018 ai sensi degli artt. 21 e 22 della legge n. 287/1990 (AS1550 – Concessioni e criticità concorrenziali, in Boll. AGCM n. 48/2018).

⁵ Anche la giurisprudenza amministrativa ha rilevato un disallineamento tra la normativa nazionale che dispone la proroga delle concessioni e la normativa eurolunitaria, evidenziando la necessità per le amministrazioni pubbliche di disapplicare la normativa nazionale in modo da garantire che la selezione degli operatori economici interessati avvenga in ogni caso tutelando la concorrenza, rispettando i principi di libera circolazione dei servizi, *par condicio*, imparzialità, proporzionalità, non discriminazione e trasparenza. In proposito, *ex multis*, TAR Veneto, sent. n. 218/2020, TAR Puglia, sent. n. 36/2020, Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. n. 7874/2019.

Con specifico riferimento alle procedure e ai provvedimenti di proroga delle concessioni già in essere⁶, l'Autorità ha più volte sottolineato⁷ che è nell'interesse del mercato effettuare un attento bilanciamento tra i benefici di breve periodo e i possibili costi che si potrebbero manifestare in un orizzonte temporale più ampio.

La concessione di proroghe in favore dei precedenti concessionari, infatti, rinvia ulteriormente il confronto competitivo per il mercato, così impedendo di cogliere i benefici che deriverebbero dalla periodica concorrenza per l'affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica. Quindi, eventuali proroghe degli affidamenti non dovrebbero comunque eccedere le reali esigenze delle amministrazioni, per consentire quanto prima l'allocazione efficiente delle risorse pubbliche mediante procedure competitive.

Di conseguenza, l'Autorità ritiene che, per le ragioni sopra esposte, codesto Comune avrebbe dovuto disapplicare la normativa posta fondamento della delibera del 13 luglio 2020 n. 85 della Giunta Comunale per contrasto della stessa con i principi e la disciplina eurounitaria sopra richiamati. Le disposizioni relative alla proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative contenute nel provvedimento amministrativo integrano, infatti, specifiche violazioni dei principi concorrenziali nella misura in cui impediscono il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento dei servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere.

In conclusione, la delibera comunale *de qua* si pone in contrasto con gli articoli 49 e 56 del TFUE, in quanto è suscettibile di limitare ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative eurounitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'art. 12 della c.d. direttiva Servizi.

L'Autorità auspica, pertanto, che codesto Comune modifichi le determinazioni assunte eliminando le distorsioni concorrenziali sopra evidenziate.

⁶ Si ricorda inoltre che la Corte di Giustizia dell'Unione europea nello stabilire che l'affidamento delle concessioni demaniali marittime ad uso turistico-ricreativo, che riguardano risorse naturali scarse, debba necessariamente realizzarsi attraverso una procedura di selezione tra candidati potenziali nel rispetto di tutte le garanzie di imparzialità e di trasparenza, nonché di adeguata pubblicità, ha posto in rilievo che una normativa nazionale che preveda una proroga *ex lege* della data di scadenza di tali concessioni equivale a rinnovo automatico in contrasto con il dettato dell'art. 12, par. 2, della direttiva 2006/123/CE. Cfr. CGUE, Sez. V, sentenza del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15, cit.

⁷ Cfr. la segnalazione resa dall'Autorità in data 1° luglio 2020, ai sensi dell'art. 21 della legge n. 287/1990, AS1684 – Osservazioni in merito alle disposizioni contenute nel decreto rilancio, in Boll. AGCM n. 28/2020. Si vedano, inoltre, le segnalazioni AS135 – Proroghe delle concessioni autostradali, in Bollettino n. 19/98; AS491 – Disposizioni sul rilascio delle concessioni di beni demaniali e sull'esercizio diretto delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo, in Bollettino n. 46/2008; AS1114 – Regime concessorio presente nel porto di Livorno, in Bollettino n. 12/2014; AS1137 – Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza anno 2014, in Bollettino n. 27/2014.

L'Autorità invita codesto Comune a comunicare entro il termine di 30 giorni dalla ricezione della presente segnalazione, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/1990.

per IL PRESIDENTE
il Componente
Michele Ainis

AS1726 - COMUNE DI BARLETTA (BT) – PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE

Roma, 5 marzo 2021

Comune di Barletta

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 3 marzo 2021, ha deliberato di trasmettere la propria segnalazione, ai sensi dell’articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riferimento alla delibera dell’11 marzo 2020 n. 67 della Giunta Comunale, avente ad oggetto “*Estensione della durata delle concessioni demaniali marittime turistico ricreative ai sensi della legge 30.12.2018 n. 145. Atto di indirizzo*”.

In particolare, mediante la suddetta delibera, il Comune di Barletta, sulla base di quanto previsto dall’art. 1, commi 682, 683 e 684 della legge n. 145/2018, ha disposto un nuovo termine di scadenza delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative, prorogandone la durata fino al 31 dicembre 2033.

In linea generale, l’Autorità ricorda che in materia di affidamenti riguardanti l’uso di beni pubblici (rientranti nel demanio o nel patrimonio indisponibile dello Stato o degli enti locali), l’individuazione del privato affidatario deve avvenire mediante l’espletamento, da parte della Pubblica Amministrazione, di procedure ad evidenza pubblica¹.

Al riguardo, si evidenzia che gli articoli 49 e 56 del TFUE impongono agli Stati membri l’abolizione delle restrizioni ingiustificate alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ossia di tutte le misure che vietano, ostacolano o comunque sono idonee a comprimere l’esercizio di tali libertà. Secondo la Corte di giustizia, una normativa nazionale che consente la proroga automatica delle concessioni demaniali pubbliche in essere per attività turistico-ricreative deve considerarsi in violazione di dette disposizioni².

Inoltre, la direttiva 2006/123/CE (c.d. Direttiva Servizi) prevede all’art. 12 che “*qualora il numero di autorizzazioni disponibili per una determinata attività sia limitato per via della scarsità delle risorse naturali o delle capacità tecniche utilizzabili, gli Stati membri applicano una procedura di selezione tra i candidati potenziali, che presenti garanzie di imparzialità e di trasparenza e preveda, in particolare, un’adeguata pubblicità dell’avvio della procedura e del suo svolgimento e completamento*” (par. 1) e che, in tali casi, “*l’autorizzazione è rilasciata per una durata limitata*

¹ Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, sent. del 25 settembre 2009, n. 5765; Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. del 18 novembre 2019, n. 7874. In tal senso si è espressa, di recente, anche l’ANAC con la delibera del 17 gennaio 2019, n. 25.

² Cfr. sentenza della Corte di Giustizia del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15, *Promoimpresa srl e a. contro Consorzio dei comuni della Sponda Bresciana del Lago di Garda e del Lago di Idro e a.*

adeguata e non può prevedere la procedura di rinnovo automatico né accordare altri vantaggi al prestatore uscente o a persone che con tale prestatore abbiano particolari legami” (par. 2).

Come noto, gli Stati membri sono tenuti a conformarsi ai richiamati principi eurounitari e, ove la normativa interna non rispetti le disposizioni della direttiva citata, contrastando di riflesso con i principi di libera circolazione e di libertà di stabilimento, se ne impone la relativa disapplicazione³. In tal senso, l’Autorità, in precedenti interventi di *advocacy*, si è più volte pronunciata sulla necessità di procedere agli affidamenti delle concessioni – tra cui quelle riguardanti i beni demaniali marittimi ed aventi finalità turistico-ricreative⁴ – mediante lo svolgimento di procedure ad evidenza pubblica. In particolare, è stato osservato che, nei mercati in cui, in ragione delle specifiche caratteristiche oggettive delle attività tecniche, economiche e finanziarie, esiste un’esclusiva, o sono ammessi ad operare un numero limitato di soggetti, l’affidamento delle concessioni deve comunque avvenire mediante procedure concorsuali trasparenti e competitive, al fine di attenuare gli effetti distorsivi della concorrenza, connessi alla posizione di privilegio attribuita al concessionario⁵.

Con specifico riferimento alle procedure e ai provvedimenti di proroga delle concessioni già in essere⁶, l’Autorità ha più volte sottolineato⁷ che è nell’interesse del mercato effettuare un attento bilanciamento tra i benefici di breve periodo e i possibili costi che si potrebbero manifestare in un orizzonte temporale più ampio.

³ Si ricorda, infatti, che, secondo la consolidata giurisprudenza europea, tutte le amministrazioni nazionali, nell’esercizio delle loro funzioni, sono tenute ad applicare le disposizioni del diritto europeo, disapplicando le norme nazionali da esse non conformi, cfr., *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia nella causa 103/88, *Fratelli Costanzo c. Comune di Milano*, nonché nella causa C-224/97, *Ciola* e nella causa C-198/01, *Consorzio Industrie Fiammiferi (CIF) c. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*.

In tal senso, la Corte di Giustizia ha ribadito, da ultimo nella sentenza del 4 dicembre 2018, caso C-378/17, che “*il principio del primato del diritto dell’Unione impone non solo agli organi giurisdizionali, ma anche a tutte le istituzioni dello Stato membro di dare pieno effetto alle norme dell’Unione*” (par. 39) e ricorda che l’obbligo di disapplicare riguarda anche “*tutti gli organismi dello Stato, ivi comprese le autorità amministrative, incaricati di applicare, nell’ambito delle rispettive competenze il diritto dell’Unione*” (par. 38). In proposito si vedano altresì, *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia nella causa 106/77, *Amministrazione delle finanze dello Stato c. Simmenthal SpA*, nella causa C-119/05, *Lucchini*, nella causa C-614/14, *Ognyanov* e nelle cause riunite C-52/16 e C-113/16, «*SEGRO*» *Kft.*.

⁴ Cfr. la segnalazione resa dall’Autorità in data 12 dicembre 2018 ai sensi degli artt. 21 e 22 della legge n. 287/1990 (AS1550 – Concessioni e criticità concorrenziali, in Boll. AGCM n. 48/2018).

⁵ Anche la giurisprudenza amministrativa ha rilevato un disallineamento tra la normativa nazionale che dispone la proroga delle concessioni e la normativa eurounitaria, evidenziando la necessità per le amministrazioni pubbliche di disapplicare la normativa nazionale in modo da garantire che la selezione degli operatori economici interessati avvenga in ogni caso tutelando la concorrenza, rispettando i principi di libera circolazione dei servizi, *par condicio*, imparzialità, proporzionalità, non discriminazione e trasparenza. In proposito, *ex multis*, TAR Veneto, sent. n. 218/2020, TAR Puglia, sent. n. 36/2020, Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. n. 7874/2019.

⁶ Si ricorda inoltre che la Corte di Giustizia dell’Unione europea nello stabilire che l’affidamento delle concessioni demaniali marittime ad uso turistico-ricreativo, che riguardano risorse naturali scarse, debba necessariamente realizzarsi attraverso una procedura di selezione tra candidati potenziali nel rispetto di tutte le garanzie di imparzialità e di trasparenza, nonché di adeguata pubblicità, ha posto in rilievo che una normativa nazionale che preveda una proroga *ex lege* della data di scadenza di tali concessioni equivale a rinnovo automatico in contrasto con il dettato dell’art. 12, par. 2, della direttiva 2006/123/CE. Cfr. CGUE, Sez. V, sentenza del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15, cit...

⁷ Cfr. la segnalazione resa dall’Autorità in data 1° luglio 2020, ai sensi dell’art. 21 della legge n. 287/1990, AS1684 – *Osservazioni in merito alle disposizioni contenute nel decreto rilancio*, in Boll. AGCM n. 28/2020. Si vedano, inoltre, le segnalazioni AS135 – *Proroghe delle concessioni autostradali*, in Bollettino n. 19/98; AS491 – *Disposizioni sul rilascio delle concessioni di beni demaniali e sull’esercizio diretto delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo*, in Bollettino n. 46/2008; AS1114 – *Regime concessorio presente nel porto di Livorno*, in Bollettino n. 12/2014; AS1137 – *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza anno 2014*, in Bollettino n. 27/2014.

La concessione di proroghe in favore dei precedenti concessionari, infatti, rinvia ulteriormente il confronto competitivo per il mercato, così impedendo di cogliere i benefici che deriverebbero dalla periodica concorrenza per l'affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica. Quindi, eventuali proroghe degli affidamenti non dovrebbero comunque eccedere le reali esigenze delle amministrazioni, per consentire quanto prima l'allocazione efficiente delle risorse pubbliche mediante procedure competitive.

Di conseguenza, l'Autorità ritiene che, per le ragioni sopra esposte, codesto Comune avrebbe dovuto disapplicare la normativa posta fondamento della delibera dell'11 marzo 2020 n. 67 della Giunta Comunale per contrasto della stessa con i principi e la disciplina eurounitaria sopra richiamati. Le disposizioni relative alla proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative contenute nell'atto ricognitivo integrano, infatti, specifiche violazioni dei principi concorrenziali nella misura in cui impediscono il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento dei servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere.

In conclusione, la determina comunale *de qua* si pone in contrasto con gli articoli 49 e 56 del TFUE, in quanto è suscettibile di limitare ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative eurounitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'art. 12 della c.d. direttiva Servizi.

L'Autorità auspica, pertanto, che codesto Comune modifichi le determinazioni assunte eliminando le distorsioni concorrenziali sopra evidenziate.

L'Autorità invita codesto Comune a comunicare entro il termine di 30 giorni dalla ricezione della presente segnalazione, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/1990.

per IL PRESIDENTE
il Componente
Michele Ainis

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11680 - CV MAKER IT-SERVIZI NON RICHIESTI

Provvedimento n. 28600

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 marzo 2021;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, 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, n. 25411;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 16 luglio 2020, così come integrata nelle date 7 settembre, 2 ottobre, 30 novembre, 3 e 4 dicembre 2020, con la quale la Parte ha presentato impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 3 novembre 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. CVmaker B.V. (di seguito anche “CVmaker”) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Tale società gestisce un portale multimediale accessibile tramite il sito *internet* www.cvmaker.it che offre, in particolare, la possibilità di creare un *curriculum vitae* dietro pagamento di un corrispettivo.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento in esame ha ad oggetto le condotte tenute dal professionista nell'offerta di servizi telematici per la creazione di un *curriculum vitae* con riguardo:

- a)* alle modalità di rappresentazione ai consumatori della natura, delle caratteristiche dei servizi offerti, dei risultati conseguibili attraverso gli stessi, nonché delle condizioni economiche dell'offerta, così come indicate sul sito www.cvmaker.it e nei “*Termini e Condizioni contrattuali*”;
- b)* alla frapposizione di ostacoli ai consumatori per l'esercizio del diritto di recesso e di altri diritti contrattuali previsti nelle condizioni di vendita, anche attraverso l'invio di solleciti contenenti la minaccia di avviare azioni legali.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

III.1) L'iter del procedimento

3. In seguito alle richieste di intervento pervenute a decorrere dall'ottobre 2019¹, e in considerazione delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 29 maggio 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11680 nei confronti di CVmaker B.V., ai sensi degli articoli 21, 22, 24, e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo.

Infatti, le affermazioni rese dal professionista sul sito aziendale *www.cvmaker.it* in ordine al servizio proposto non solo vantavano la possibilità di conseguire con ogni probabilità un posto di lavoro (“Hai il 65% di possibilità in più di ottenere un lavoro”), ma inducevano a ritenere che il sottostante rapporto contrattuale si esaurisse nell’ottenimento di un *curriculum* a fronte del pagamento *una tantum* del corrispettivo pari a 2,95 euro (“Crea il tuo CV professionale online con CVmaker”); in realtà, con l’adesione al servizio si sottoscriveva un abbonamento mensile a rinnovo automatico dal costo di 14,95 euro al mese, circostanza di cui viene data evidenza solo nell’ultima pagina *web* della procedura *online* di formazione del *curriculum*, con caratteri minuti in fondo alla *homepage*, nonché nel punto 5.2 dei “Termini e Condizioni contrattuali”, documento a consultazione eventuale. Inoltre, l’informativa in merito alla rinuncia al diritto di recesso in caso di contenuti digitali era inserita al termine dell’ultima pagina *web* del processo informatico di formazione del *curriculum*, con caratteri molto ridotti, ed era resa in termini non sufficientemente chiari: “Dopo il pagamento potrai scaricare subito il tuo CV e rinuncerai automaticamente al diritto di recesso”.

Numerosi consumatori avevano inoltre segnalato di non essere riusciti ad annullare l’abbonamento, pur seguendo la procedura informatica indicata a tal riguardo sul sito del professionista, nonostante i “Termini e Condizioni contrattuali” prevedessero la possibilità di annullare l’abbonamento in qualsiasi momento tramite il proprio *account* o tramite il servizio clienti (art. 8.2), fermo restando l’omessa restituzione degli importi già pagati (gli importi “*prepagati non saranno mai restituiti*”, art. 8.3). Infine, secondo i segnalanti, il professionista avrebbe inviato solleciti di pagamento, accompagnati dalla minaccia di promuovere azioni legali, idonei ad indurre i consumatori aderenti all’offerta a pagare piuttosto che ad esercitare i diritti loro spettanti.

4. In seguito alla comunicazione di avvio del procedimento del 29 maggio 2020, il professionista ha fornito riscontro alle richieste di informazioni, con memorie del 6 luglio e del 1° settembre 2020².

5. Il professionista ha effettuato l’accesso agli atti del fascicolo il 22 luglio e il 23 settembre 2020³.

6. In data 27 luglio e 23 settembre 2020 sono stati sentiti in audizione i rappresentanti legali di CVmaker B.V.⁴.

7. In data 16 luglio 2020 il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento, successivamente integrata e modificata in data 7 settembre, 30 novembre e 3 dicembre 2020. La versione definitiva e consolidata di tali impegni è stata depositata in data 4 dicembre 2020⁵.

¹ Cfr. segnalazione del 23 ottobre 2019 prot. n. 68957.

² Cfr. doc. 18 e 28 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. doc. 25 e 34 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. 27 e 35 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. 21, 29, 37, 41, 42, 43 del fascicolo istruttorio.

8. In data 14 gennaio 2021 è stata comunicata alla Parte, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della fase istruttoria.

III.2 Gli elementi acquisiti

9. Il professionista ha fornito elementi informativi in merito ai servizi offerti e alle proprie condotte nelle memorie pervenute in data 6 luglio 2020 e 1° settembre 2020.

10. Riguardo alle informazioni rese ai consumatori in merito al diritto di recesso, il professionista ha rappresentato che può ritenersi applicabile al caso di specie quanto previsto dall'art. 59, comma 1, lettera o), del Codice del Consumo, trattandosi della fornitura di un contenuto digitale tramite supporto non materiale, la cui esecuzione avviene a seguito di accordo espresso dall'utente informato, il quale, con l'accettazione del servizio, perde il diritto di recesso. Di tale circostanza gli utenti sono edotti: a) nei "Termini e condizioni contrattuali"; b) tramite un avviso inserito tra le informazioni rilevanti nella pagina *web* dedicata al pagamento del servizio; c) con *e-mail* inviata all'aderente al servizio immediatamente dopo il primo pagamento.

11. In merito alle procedure predisposte per il trattamento delle richieste di recesso da parte degli aderenti ai servizi offerti dal professionista, CVmaker ha osservato che i consumatori che hanno aderito esclusivamente al servizio iniziale, consistente nel primo *download* del *curriculum vitae* al costo di 2,95 euro per i primi quattordici giorni, possono porre termine al rapporto di abbonamento avvalendosi di una delle seguenti modalità: a) effettuando il *login* nel proprio *account* e procedendo autonomamente alla cancellazione; b) utilizzando il servizio clienti tramite il *link* <https://www.cvmaker.it/contatto>; c) inviando una *e-mail* in lingua italiana al *customer service*; d) telefonando al *customer service* al numero verde 800909705; e) utilizzando la *chat* dal vivo con il *customer service* in lingua italiana.

12. Con riferimento ai rifiuti delle richieste di cancellazione degli *account* lamentati da alcuni consumatori segnalanti, il professionista ha precisato di rifiutare tali richieste unicamente qualora esse siano effettuate senza utilizzare gli specifici strumenti messi a disposizione a tal fine, ossia i mezzi appena citati predisposti per porre termine al rapporto di abbonamento.

13. Quanto ai solleciti inviati da CVmaker agli aderenti al servizio relativamente agli importi dovuti, il professionista ha reso noto di aver modificato il testo dei solleciti, eliminando ogni riferimento alla possibile promozione di azioni legali nei loro confronti. Nel nuovo testo è altresì fatto riferimento alla possibilità di annullare l'abbonamento con la seguente affermazione: "Vuoi annullare l'abbonamento? Puoi annullare con facilità il tuo abbonamento dal tuo account. Ti basta accedere con le credenziali che hai ricevuto e andare su <<Account>>. Scorri fino alla sezione abbonamento e annulla usando il pulsante sulla parte inferiore della pagina. Il tuo account verrà eliminato in modo immediato. Nota bene: l'eliminazione dell'account non modifica l'obbligo di pagamento del(dei) periodo(periodi) insoluto (insoluti). Se hai eventuali domande relative a questa *e-mail*, ti invitiamo a leggere le nostre Domande più frequenti [alle quali è rimesso un *link*] oppure a contattarci. Cordiali saluti [nome del dipendente che spedisce la lettera] CVmaker.it."

III.3 Gli impegni del professionista

14. Gli impegni presentati da CVmaker B.V., che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante, hanno ad oggetto le misure di seguito descritte⁶.

a) Modalità di rappresentazione del servizio offerto tramite una nuova veste grafica della homepage del sito internet

15. Nella prima schermata in cui il consumatore accede al sito *www.cvmaker.it*, in particolare nella parte alta della *homepage* in prossimità del tasto di colore azzurro pervinca in cui è inserita l'affermazione “Crea il tuo CV”, sarà inserito un riquadro in cui verrà inserito il seguente testo: “Crea il tuo CV per €2,95 e dopo 14 giorni accedi a tutte le funzionalità del sito a soli €14,95 euro al mese. Potrai cancellare il tuo account in ogni momento utilizzando uno dei mezzi a tua disposizione. Clicca qui per maggiori informazioni”. In corrispondenza della parola “qui” verrà inserito un *link*, cliccando il quale il consumatore verrà reindirizzato ad una pagina *web* contenente indicazioni in merito alle modalità di cancellazione dell’account, cancellazione cui è correlata la cessazione dell’addebito dei canoni di abbonamento.

b) Comunicazioni agli aderenti del servizio in merito alla futura decorrenza dell’abbonamento

16. Sarà inviata agli utenti che hanno aderito al servizio, decorsi sette giorni dal *download* del primo *curriculum vitae* e dunque quando mancano ulteriori sette giorni all’attivazione del servizio in abbonamento, una *e-mail* presso l’indirizzo inserito in sede di compilazione del primo *curriculum vitae*, finalizzata a ricordare l’effettuata attivazione dell’account e il correlato addebito mensile dovuto per l’abbonamento. Il testo di tale *e-mail* comprende una serie di informazioni relative alla creazione dell’account, alla rinnovabilità dello stesso con cadenza mensile per 14,95 euro al mese, nonché alla possibilità di cancellare il proprio *account* seguendo specifiche istruzioni a cui si accede cliccando su un *link* che condurrà, tra l’altro, ad un’apposita casella dedicata all’annullamento degli abbonamenti.

c) Modalità di rappresentazione delle condizioni di vendita nella pagina web dedicata al pagamento per l’acquisto del servizio

17. Nella pagina *web* finale del processo informatico di creazione del *curriculum vitae*, dedicata al pagamento per l’acquisto del servizio tramite carta di credito o Paypal, saranno riformulate e rese graficamente più visibili le informazioni relative alle condizioni di vendita del servizio oggetto di acquisto.

In particolare, sarà del tutto eliminata l’indicazione del prezzo “€ 14,95” barrata e sovrascritta con quella indicante “€ 2,95”, attualmente posta in calce alla pagina di pagamento.

Il testo relativo alle condizioni di vendita presente in tale pagina *web* verrà reso graficamente con caratteri più scuri, idonei a risaltare maggiormente sullo sfondo grigio, e sarà così riformulato: “Dopo il pagamento del servizio potrai scaricare subito il tuo CV e rinuncerai automaticamente al diritto di recesso. Otterrai pieno accesso al tuo account per 14 giorni e in questo periodo di tempo potrai modificare il tuo CV, creare lettere di presentazione e usare tutte le altre funzionalità. Decorsi 14 giorni si avvierà in automatico un servizio di abbonamento al costo di €14,95 al mese e potrai

⁶ Cfr. doc. 43.

continuare ad utilizzare tutte le funzionalità. Potrai eliminare il tuo account in qualunque momento". Rispetto al testo attualmente presente sulla pagina *web* in questione la frase *"Dopo il periodo di prova il tuo account verrà rinnovato automaticamente per € 14,95"* sarà dunque sostituita dall'affermazione: *"Decorsi 14 giorni si avvierà in automatico un servizio di abbonamento al costo di € 14,95 al mese"*.

d) Modalità di rappresentazione dei costi del servizio nella sezione FAQ del sito internet

18. La domanda e la risposta contenute nella sezione FAQ del sito *internet* *www.cvmaker.it*, concernenti il costo del servizio, saranno riposizionate e portate in cima alla relativa lista delle FAQ. Il testo della domanda e della relativa risposta verrà inoltre riformulato nel modo seguente (le modifiche sono riportate in grassetto): *"Qual è il costo del servizio?" "Il prezzo per il servizio di download del primo CV e attivazione dell'account per i primi 14 giorni è di €2,95. Dopo il periodo di 14 giorni, è attivato un abbonamento, pertanto il tuo account viene automaticamente rinnovato ogni mese per € 14,95. Con un account attivo, puoi in ogni momento modificare e scaricare i tuoi CV, creare una lettera di copertura illimitata, utilizzare il nostro programma di posta elettronica per le applicazioni e utilizzare il nostro sistema di ricerca di lavoro nell'intero periodo. Dopo il periodo di un mese, l'abbonamento per il tuo account verrà rinnovato automaticamente ogni mese per lo stesso prezzo fino all'annullamento. Puoi cancellare e chiudere il tuo account in qualsiasi momento. Il prezzo indicato sul nostro sito web include l'IVA ed ogni altra spesa applicabile"*.

e) Formulazione della pagina web dedicata ai prezzi

19. La pagina *web* interamente dedicata all'indicazione del prezzo del servizio, presente nel sito *internet* *www.cvmaker.it*, sarà interamente riformulata. Nella nuova pagina *web* sarà inserito il testo seguente: *"Con il download del primo CV per soli €2,95 potrai accedere a tutte le funzionalità del sito per 14 giorni utilizzando il tuo account. Dopo 14 giorni sarà attivato un abbonamento per soli €14,95 mensili. Puoi cancellare in ogni momento il tuo account seguendo le istruzioni indicate qui"*. In corrispondenza della parola *"qui"* sarà inserito un *link* alla pagina del sito dedicata alle istruzioni che devono essere seguite per effettuare la cancellazione dell'account.

f) Modalità di rappresentazione dei diritti dei consumatori nei "Termini e Condizioni contrattuali"

20. CVmaker si impegna a rivedere i propri *"Termini e Condizioni Contrattuali"* al fine di adeguarli alla nuova formulazione delle affermazioni contenute nelle pagine *web* interessate dagli impegni sopra indicati, con riferimento alla natura di tutti i servizi offerti e delle condizioni economiche agli stessi applicabili.

In particolare, nell'art. 1 saranno espressamente indicati tutti i servizi offerti da CVmaker consistenti: (i) nel *download* di un primo CV; (ii) nell'attivazione di un servizio in abbonamento con cui creare CV e lettere di presentazione in numero illimitato; (iii) nell'accesso al sistema di *"matching"*, predisposto da CVmaker, che tiene conto delle parole chiave inserite nel CV per abbinarlo alle offerte di lavoro di cui CVmaker viene a conoscenza tramite i principali portali *internet*.

Saranno inoltre apportate modifiche nel testo dei *"Termini e Condizioni Contrattuali"*, in coerenza con gli altri impegni proposti, ossia modifiche relativamente alla rappresentazione del servizio offerto nella *homepage* comprensiva della possibilità di annullare l'abbonamento proposto (impegno a), alle comunicazioni agli aderenti al servizio in merito alla futura decorrenza dell'abbonamento

(impegno b), alle modalità di rappresentazione delle condizioni di vendita (impegno c) e dei costi del servizio (impegno d) e alla nuova formulazione della pagina *web* dedicata ai prezzi (impegno e).

g) Comunicazione agli aderenti al servizio in merito alla rinuncia al diritto di recesso

21. Nella *e-mail* di conferma dell'attivazione dell'account inviata agli aderenti al servizio al momento del *download* del primo *curriculum vitae*, sarà inserito un avviso relativo al fatto che, confermando il pagamento di € 2,95 per il *download* del primo *curriculum vitae* ed attivando l'account, si è acconsentito a rinunciare al diritto di recesso per il contenuto digitale scaricato offerto dal professionista, ai sensi dell'art. 59, comma 1, lettera o), del Codice del Consumo. Tale circostanza è stata espressamente prevista nei "*Termini e Condizioni Contrattuali*" e sarà inserito al riguardo un ulteriore collegamento ipertestuale a tali previsioni.

Tale misura si aggiunge agli altri avvisi, presenti sul sito, riguardanti la possibilità di cancellare l'account e l'abbonamento sottoscritto.

h) Cancellazione dei claim indicanti una specifica percentuale di incremento delle possibilità di ottenere un posto di lavoro

22. CVmaker si impegna a cancellare i *claim* attualmente presenti sul sito con cui viene reclamizzata una precisa percentuale di incremento delle possibilità di ottenere un impiego a seguito dell'utilizzo dei servizi offerti da CVmaker. In particolare, affermazioni quali "*Hai il 65% di possibilità in più di ottenere un lavoro*" e "*Con un CV rappresentativo e professionale ti distingui dalla massa. Avrai inoltre il 65% di possibilità in più di essere convocato/a per un colloquio*", attualmente utilizzate per reclamizzare i servizi offerti dal professionista, saranno eliminate dal testo presente sul sito internet www.cvmaker.it.

i) Inserimento di un avviso sui tempi di cancellazione dell'account

23. In relazione alla possibilità concessa agli aderenti ai servizi offerti da CVmaker di cancellare il proprio *account* e, conseguentemente, il proprio abbonamento, tramite invio di una *e-mail* o tramite una richiesta telefonica presso il numero verde gratuito approntato dal professionista, verrà inserito nella pagina *web* "*Contatto*" del sito www.cvmaker.it il seguente *disclaimer* in merito alla tempistica osservata per evadere tali richieste: "*In caso di richiesta di cancellazione dell'account via mail o tramite il modulo di contatto, l'account sarà cancellato entro la fine della giornata lavorativa successiva*".

l) Impegni in materia di rimborsi

24. Il professionista si impegna a rimborsare tutti gli utenti che abbiano presentato un reclamo in passato e coloro che hanno presentato una segnalazione all'Autorità in relazione alle condotte poste in essere da CVMaker.

25. Inoltre, il professionista si impegna ad introdurre una politica di rimborso dei consumatori che presentino un formale reclamo in merito all'attivazione dell'abbonamento per il rimborso delle somme pagate, così articolata: i) rimborso totale dell'abbonamento a tutti i consumatori che, dopo aver scaricato il primo *cv*, abbiano lasciato decorrere i primi quattordici giorni previsti quale periodo di prova, si siano visti conseguentemente attivare l'abbonamento mensile e, successivamente a tale attivazione, non abbiano utilizzato i servizi del sito; ii) rimborso parziale a tutti gli utenti che, in seguito al decorso dei quattordici giorni previsti quale periodo di prova, e successivamente

all'avvenuta attivazione dell'abbonamento, abbiano posto in essere un uso molto limitato del sito internet *www.cvmaker.it*.

26. In particolare, il rimborso parziale sarà versato a favore degli utenti che abbiano utilizzato, fino ad un massimo di tre volte in totale, uno o più servizi qui di seguito elencati.

A) Con riferimento ai *curricula vitae*: i) creazione di nuovi *curricula vitae*; ii) *download* di *curricula vitae* dall'account dell'utente; iii) *edit* e modifiche di *curricula vitae* già creati.

B) In relazione alle lettere di presentazione: i) creazione di nuove lettere; ii) *download* di lettere dall'account dell'utente; iii) *edit* e modifiche di lettere già create.

C) Con riguardo al "*job application tool*": qualsiasi uso di tale strumento svolto dall'utente e registrato dal professionista.

D) Con riguardo all' "*account tool*": qualsiasi uso di tale strumento svolto dall'utente e registrato dal professionista.

27. Il rimborso parziale sarà accordato dal professionista nella misura data dall'intero ammontare dell'abbonamento pagato fino alla data del reclamo, da presentarsi non oltre tre mesi dall'attivazione dell'abbonamento, sottratti gli importi del numero di utilizzi dei servizi del sito fino ad un massimo di tre utilizzi e per ciascuno dei quali sarà applicato un corrispettivo di € 2,95.

28. Le condizioni sopra riportate saranno rese note nella *homepage* del sito internet *www.cvmaker.it*, in una nuova pagina *web* a ciò dedicata raggiungibile mediante un apposito *link* denominato "*Rimborsi*", nonché in un apposito articolo inserito nei "*Termini e Condizioni contrattuali*".

29. Gli impegni saranno tutti implementati al massimo entro 40 giorni dalla ricezione del provvedimento di accettazione degli stessi da parte dell'Autorità.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

30. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 19 gennaio 2021 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 18 febbraio 2021, la suddetta Autorità ha ritenuto che *internet*, il mezzo di comunicazione utilizzato nel caso di specie, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori i quali, sulla base delle informazioni contenute nel sito del Professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

31. Il provvedimento in esame riguarda l'offerta di servizi telematici per la creazione di un *curriculum vitae*. Nella fruizione dei servizi telematici risulta di primaria importanza evitare che le modalità di presentazione dell'offerta confondano l'utenza sulle effettive caratteristiche e sulle condizioni economiche dei servizi prestati.

32. In quest'ottica, l'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista, migliorando in modo significativo l'informativa concernente i termini e le condizioni applicabili al servizio, siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio di istruttoria.

33. In particolare, si ritiene che gli impegni contengano misure idonee ad informare in modo esauriente e trasparente i consumatori riguardo alla natura e alle caratteristiche del servizio offerto.

Di impatto particolarmente significativo, in questo senso, sono le misure volte a modificare le pagine *web* più rilevanti, ossia la *homepage* e la pagina *web* dedicata all'acquisto tramite carta di credito. In tali snodi cruciali della transazione è stato inserito un avviso chiaro e immediatamente visibile sul contenuto complessivo dell'offerta, consistente non solo nella creazione di un primo *curriculum vitae* al prezzo di 2,95 euro, ma anche nella conclusione in modalità automatica di un abbonamento a determinati servizi al prezzo di 14,95 euro al mese, a rinnovo automatico. Tali modifiche consentiranno agli utenti anche occasionali delle offerte via *internet*, di percepire con immediatezza, fin dal primo contatto, contenuti e condizioni dell'offerta, inclusa la sottoscrizione di un abbonamento a rinnovo automatico soggetto a pagamento mensile. In tal modo i consumatori potranno adottare scelte economiche consapevoli, evitando di incorrere nell'equivoco di ritenere che il rapporto contrattuale si esaurisca nella corresponsione di 2,95 euro a fronte della creazione del solo *curriculum*.

34. Le caratteristiche effettive del servizio offerto e i suoi costi, inoltre, sono ora rese in maniera chiara e trasparente nei “*Termini e Condizioni Contrattuali*”, nella pagina *web* dedicata ai prezzi e nella sezione FAQ.

In particolare, nei “*Termini e Condizioni Contrattuali*” sono ora espressamente indicati i diversi servizi offerti da CVmaker e, in particolare, quelli ai quali si può accedere grazie all'abbonamento, in modo da rendere chiaramente percepibile la differenza tra il *download* di un primo *CV* e l'attivazione dell'abbonamento.

Nella pagina *web* dedicata ai prezzi il professionista propone di identificare con chiarezza il prezzo relativo al *download* del primo *curriculum* e il diverso prezzo dell'abbonamento pari a 14,95 euro al mese, inserendo la seguente dicitura: “*Con il download del primo CV per soli € 2,95 potrai accedere a tutte le funzionalità del sito per 14 giorni utilizzando il tuo account. Dopo 14 giorni sarà attivato un abbonamento per soli € 14,95 mensili*”.

Analogamente, nella sezione FAQ il professionista si impegna a chiarire i costi e le conseguenze dell'attivazione dell'account a seguito dell'acquisto del primo *curriculum*, affermando che: “*Il prezzo per il servizio di download del primo CV e attivazione dell'account per i primi 14 giorni è di € 2,95. Dopo il periodo di 14 giorni, è attivato un abbonamento, pertanto il tuo account viene automaticamente rinnovato ogni mese per € 14,95*”.

La chiara differenziazione tra il costo del servizio in *download* del primo *curriculum vitae* e gli addebiti mensili successivi, necessari per la remunerazione dei servizi in abbonamento, appare idonea a consentire agli utenti di adottare scelte economiche consapevoli.

35. Gli impegni relativi alla trasparenza sulla natura, le caratteristiche e i costi dei servizi offerti sono completati dall'impegno ad inviare al consumatore, decorsi 7 giorni dalla creazione del primo *cv* e, dunque, a distanza di sette giorni dall'attivazione dell'abbonamento, una *e-mail* finalizzata a ricordare l'avvenuta attivazione dell'account e il correlato addebito mensile dovuto per l'abbonamento dopo il 14° giorno. In tal modo viene consentito anche ai consumatori meno avveduti di acquisire consapevolezza della natura e delle caratteristiche del servizio e di richiedere eventualmente la cancellazione dell'account prima dell'attivazione dell'abbonamento.

36. Le misure assunte dal professionista per evidenziare la possibilità di cancellare l'account e l'abbonamento sottoscritto, nonché le informazioni relative al diritto di recesso dall'abbonamento e le indicazioni fornite per il suo esercizio sono anch'esse da considerarsi idonee a fornire ai consumatori un quadro informativo veritiero nonché completo circa i diritti loro spettanti. La facoltà

per gli abbonati di liberarsi dal vincolo contrattuale è anticipata attraverso l'inserimento di una comunicazione chiara ed esaustiva sulla *homepage* del sito e nella pagina *web* dedicata ai prezzi, dove sarà inserito un *link* ipertestuale alle istruzioni che devono essere seguite per effettuare concretamente la cancellazione.

Le medesime istruzioni sono contenute anche nella già illustrata *e-mail* indirizzata ad ogni singolo aderente decorsi sette giorni dal *download* del primo *curriculum vitae*.

37. Le iniziative in materia di recesso sono poi corredate da una previsione riservata a coloro che utilizzeranno modalità che non permettono né l'automatica cancellazione, né la conservazione di una prova dell'invio della relativa comunicazione. Nella pagina "Contatto" verrà infatti inserita un'apposita comunicazione in merito alla tempistica di evasione della richiesta di cancellazione degli *account* (entro la giornata lavorativa successiva a quella di ricezione della richiesta).

38. Parimenti positivo è il miglioramento del *set* informativo previsto relativamente al diritto di recesso dall'acquisto del primo *cv*: il Professionista infatti indicherà espressamente nei "*Termini e Condizioni Contrattuali*" che l'offerta in esame riguarda contenuti digitali e che pertanto con l'acquisto dei servizi offerti da CVmaker, effettuato confermando il pagamento di € 2,95 ed attivando l'*account*, si è acconsentito a rinunciare al diritto di recesso ai sensi dell'art. 59, comma 1, lettera o), del Codice del Consumo. Tale informazione sarà inoltre fornita al momento del *download* del primo *curriculum vitae*.

39. In merito alla cancellazione dei *claim* attualmente presenti sul sito, in cui viene reclamizzata una precisa percentuale di incremento delle possibilità di ottenere un impiego a seguito dell'utilizzo dei servizi offerti da CVmaker, si osserva che detta misura appare congrua al fine di superare le preoccupazioni rilevate in sede di avvio di istruttoria circa i risultati conseguibili aderendo al servizio offerto dal professionista in termini di effettiva possibilità di ottenere un impiego.

40. Le modifiche apportate ai "*Termini e Condizioni Contrattuali*" compendiano utilmente gli impegni assunti dal professionista in tema di trasparenza dell'offerta e condizioni di recesso.

41. Infine, l'impegno a rimborsare tutti gli utenti che hanno presentato un reclamo in passato e coloro che hanno presentato una segnalazione all'Autorità in relazione alle condotte poste in essere da CVMaker appare idoneo a ristorare i consumatori ingannati dalle precedenti modalità di comunicazione sulla natura e i contenuti dell'offerta adottate dal professionista.

A questo impegno, valevole per il passato, si aggiunge l'introduzione di una politica di rimborso in favore dei consumatori che presentino un reclamo, con la quale il professionista si impegna a ristorare tutti gli utenti che, non avendo utilizzato i servizi presenti sul sito, ovvero avendoli utilizzati in misura e per un tempo limitati, abbiano dimostrato per fatti concludenti l'intenzione di ricevere unicamente il primo *curriculum* o di avvalersi dei soli servizi fruiti - nel limite di tre utilizzi totali - senza impegnarsi in un abbonamento con addebito mensile.

Questa iniziativa rappresenta una misura di salvaguardia che completa il *set* di impegni precedentemente illustrati e appare volta a tutelare i consumatori meno avveduti che non abbiano valutato correttamente le caratteristiche del servizio o l'uso che ne avrebbero fatto. L'entità dell'indennizzo, determinata in modo direttamente proporzionale agli strumenti del sito effettivamente utilizzati dai consumatori, nonché la preventiva e dettagliata individuazione delle condizioni richieste per il rimborso parziale e dell'importo che sarà decurtato dal rimborso per ciascun utilizzo, escludono qualsiasi discrezionalità del professionista nella determinazione del rimborso dovuto. Da ultimo si osserva che i consumatori saranno resi edotti delle condizioni della

politica di rimborso nell'homepage del sito e, comunque, dalla lettura delle condizioni generali di contratto.

42. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società CVmaker B.V. nei termini sopra esposti siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società CVmaker B.V.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società CVmaker B.V., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti dal menzionato professionista, così come descritti nel formulario allegato al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società CVmaker B.V., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove: a) il professionista non dia attuazione agli impegni; b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione; c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

DISPONE

a) che CVmaker pubblichi, a sua cura e spese, gli impegni assunti ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo degli impegni da pubblicare è quello riportato in allegato al presente provvedimento;
- 2) il predetto testo dovrà essere pubblicato per 30 giorni e dovrà essere raggiungibile dalla homepage del sito del professionista (indirizzo: <https://www.cvmaker.it/>), attraverso un *link* ben visibile collocato a fianco ai bottoni "Crea il tuo CV" e "Pagamento Sicuro", entro quaranta giorni dall'avvenuta comunicazione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia della relativa pagina *internet*.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera 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.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS11710 - TELEPASS/ACCORDO PRIMA ASSICURAZIONE*Provvedimento n. 28601*

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 similari 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.

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

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

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.

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.

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.

- 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 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.

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

⁹ Doc. 24.

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.

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.

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

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”.

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

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 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 prescrizioneale

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.

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

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'algoritmo di selezione della polizza più conveniente, con 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.

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.

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.

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

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

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.

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

[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*, 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".

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.

➤ 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 ciascun compagnia *partner* - e, laddove rilevante, la compagnia di assicurazione emettitrice 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.

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

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.

➤ 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 ‘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.

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*

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.

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.

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,

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”.

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.

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.

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

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*".

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.

“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*.

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

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.

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.

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

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 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).

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.

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 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

VARIE

CONTRIBUTO ALL'ONERE DERIVANTE DAL FUNZIONAMENTO DELL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO PER L'ANNO 2021

Provvedimento n. 28599

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 febbraio 2021;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il comma 7-ter, dell'art. 10 della legge n. 287/90, introdotto dal comma 1 dell'art. 5-bis del decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, il quale stabilisce che all'onere derivante dal funzionamento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato si provvede mediante un contributo di importo pari allo 0,08 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale, con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'articolo 16 della legge n. 287/90 e che la soglia massima di contribuzione a carico di ciascuna impresa non può essere superiore a cento volte la misura minima;

VISTO in particolare il comma 7-quater dell'art. 10 della legge n. 287/90, introdotto dal comma 1 dell'art. 5-bis, decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, il quale stabilisce che, a decorrere dall'anno 2014, il contributo è versato, entro il 31 luglio di ogni anno, direttamente all'Autorità con le modalità determinate dall'Autorità medesima con propria deliberazione. Eventuali variazioni della misura e delle modalità di contribuzione possono essere adottate dall'Autorità medesima con propria deliberazione, nel limite massimo dello 0,5 per mille del fatturato risultante dal bilancio approvato precedentemente all'adozione della delibera, ferma restando la soglia massima di contribuzione di cui al comma 7-ter;

CONSIDERATO che, in sede di prima applicazione per l'anno 2013, il contributo agli oneri di funzionamento dell'Autorità è stato pari allo 0,08 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale, con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'articolo 16 della legge n. 287/90;

VISTE le proprie delibere n. 24352 del 9 maggio 2013, confermata in data 22 gennaio 2014, n. 25293 del 28 gennaio 2015, e n. 25876 del 24 febbraio 2016, con le quali l'Autorità, al fine di limitare quanto più possibile gli oneri a carico delle imprese, ha operato una riduzione del contributo per gli anni 2014, 2015 e 2016 dello 0,02 per mille rispetto all'aliquota disposta dalla legge, fissandolo nella misura dello 0,06 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera n. 26420 del 1° marzo 2017, con la quale l'Autorità ha ridotto la percentuale del contributo allo 0,059‰ del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle

società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

VISTE le proprie delibere n. 26922 del 10 gennaio 2018, n. 27580 del 7 marzo 2019 e n. 28248 del 10 marzo 2020, con le quali l'Autorità ha ridotto la percentuale del contributo per gli anni 2018, 2019 e 2020 allo 0,055% del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

CONSIDERATE le esigenze di spesa di funzionamento dell'Autorità, che consentono di mantenere l'aliquota per il calcolo del contributo agli oneri di funzionamento dell'Autorità, per l'anno 2021, allo 0,055 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

RITENUTO di dover adottare la delibera prevista dall'art. 10, comma 7-*quater*, della legge n. 287/90, al fine di individuare la misura del contributo dovuto per l'anno 2021;

DELIBERA

1. di confermare per l'anno 2021, ai sensi dell'art. 10, comma 7-*quater* della legge n. 287/90, la riduzione del contributo rispetto all'aliquota disposta dalla legge, fissandolo nella misura dello 0,055 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato, alla data della presente delibera, dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90.
2. che la soglia massima di contribuzione a carico di ciascuna impresa non può essere superiore a cento volte la misura minima e, quindi, non superiore a 275.000,00 euro.

La presente delibera verrà pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, sul Bollettino e sul sito internet dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

RIVALUTAZIONE SOGLIE FATTURATO EX ART.16, COMMA 1, DELLA LEGGE N.287/90*Provvedimento n. 28602*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2021;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90, il quale prevede che le soglie di fatturato al di sopra delle quali diviene obbligatoria la comunicazione preventiva delle operazioni di concentrazione tra imprese sono rivalutate annualmente sulla base della variazione dell'indice del deflatore dei prezzi del prodotto interno lordo;

VISTA la propria delibera del 30 maggio 2002, pubblicata sul Bollettino 20/2002, con la quale l'Autorità ha disposto l'arrotondamento al milione di euro degli importi rivalutati;

VISTA la diffusione da parte dell'Istituto Nazionale di Statistica (Istat), sul proprio sito istituzionale, dell'aggiornamento delle nuove serie dei conti nazionali basate sul nuovo Sistema Europeo del Conti (SEC 2010), in data 1° marzo 2021;

CONSIDERATO che l'indice del deflatore dei prezzi del prodotto interno lordo ai prezzi di mercato ha registrato, per gli anni dal 2017 al 2020, le seguenti variazioni percentuali:

anno	variazione %
2017	0,7
2018	1,1
2019	0,8
2020	1,2

DICHIARA

che l'ammontare di fatturato previsto dall'art. 16, comma 1, della legge n. 287/90, prima e seconda ipotesi, è fissato, rispettivamente, a cinquecentoundici milioni di euro e a trentuno milioni di euro.

Il presente provvedimento sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. I nuovi importi si applicano dalla data di pubblicazione.

IL SEGRETARIO GENERALE*Filippo Arena***IL PRESIDENTE***Roberto Rustichelli*

<i>Autorità garante della concorrenza e del mercato</i>	Bollettino Settimanale Anno XXXI- N. 12 - 2021
<i>Coordinamento redazionale</i>	Giulia Antenucci
<i>Redazione</i>	Valerio Ruocco, Simonetta Schettini, Manuela Villani Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256 Web: http://www.agcm.it
<i>Realizzazione grafica</i>	Area Strategic Design
