



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 febbraio 2018;

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 o anche CdC);

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

VISTO il proprio provvedimento del 25 ottobre 2017, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 24 luglio, 14 e 29 settembre, 19 ottobre 2017, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 13 dicembre 2017, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Telecom Italia S.p.A. (di seguito, anche Telecom), in qualità di Professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b), del Codice del Consumo,

avente sede legale a Milano e operante nel settore delle comunicazioni elettroniche; presenta, al 31 dicembre 2016, un fatturato pari a 13,7 miliardi di euro (risultante dall'ultimo bilancio certificato e pubblicato di Telecom Italia S.p.A.).

2. Open Fiber S.p.A. (di seguito anche Open Fiber o OF) e Fastweb S.p.A. (di seguito anche Fastweb), operatori del settore delle comunicazioni elettroniche.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il provvedimento concerne, in generale, il comportamento posto in essere dal professionista consistente nell'aver utilizzato, in relazione alle campagne pubblicitarie "TIM SMART FIBRA", "TIM SMART FIBRA PLUS", "TIM SMART FIBRA E MOBILE" e altre offerte similari, *claim* volti ad enfatizzare l'utilizzo integrale ed esclusivo della fibra ottica e/o il raggiungimento delle massime prestazioni in termini di velocità e affidabilità della connessione omettendo di informare adeguatamente i consumatori circa le caratteristiche della tecnologia di trasmissione utilizzata e le connesse limitazioni nonché reali potenzialità del servizio in fibra offerto (inclusa l'effettiva velocità di navigazione, i servizi fruibili e i limiti derivanti dallo sviluppo geografico della rete). Inoltre, nelle offerte commerciali della connettività in fibra, non è stata data adeguata visibilità all'opzione aggiuntiva, a pagamento dopo un primo periodo di gratuità, che consente di ottenere la massima velocità pubblicizzata.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 8 giugno 2017 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS10696, successivamente integrato in data 5 luglio 2017, con atto prot. 53885, nei confronti di Telecom Italia S.p.A. per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22, del Codice del Consumo.

5. In sede di avvio e di estensione oggettiva, veniva, in particolare, ipotizzata l'ingannevolezza della condotta descritta *sub*, sezione II, in quanto l'offerta

in fibra di Telecom, così come formulata, veicolando immediatamente l'idea della *performance* massima del servizio offerto e omettendo, al contempo, di indicarne le limitazioni di fruibilità, avrebbe lasciato intendere ai consumatori di poter raggiungere sempre o quanto meno ordinariamente le prestazioni apicali reclamizzate. Più specificatamente, tale prospettazione avrebbe indotto l'utenza a ritenere di poter fruire, pagando il prezzo pubblicizzato, di una connessione a internet ad alta affidabilità e massima velocità in quanto sviluppata integralmente in fibra ottica, fino alla propria unità immobiliare. Circostanza, invece, non sempre ricorrente.

6. Con lettera pervenuta in data 31 luglio 2017, Telecom ha risposto alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio, con osservazioni difensive.

7. Open Fiber ha presentato memorie in data 10 luglio, 26 settembre e 9 ottobre 2017.

8. In data 24 luglio, 14 e 29 settembre, 19 ottobre 2017 e 14 novembre 2017, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

9. La proposta di impegni, consistente in miglioramenti informativi delle comunicazioni pubblicitarie, è stata rigettata dall'Autorità nella sua adunanza del 29 novembre 2017, in quanto non idonea a rimuovere i profili di possibile scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento e nella successiva estensione oggettiva. L'esito della valutazione del Collegio è stato comunicato al Professionista in data 1 dicembre 2017.

10. Nel corso del procedimento si sono svolte su richiesta delle Parti, audizioni del Professionista (in data 4 e 22 settembre, nonché 22 novembre 2017) e di Open Fiber.

11. In data 19 dicembre 2017 è stato comunicato a Fastweb l'accoglimento dell'istanza di partecipazione al procedimento pervenuta in data 13 dicembre 2017.

12. In data 29 dicembre 2017, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

13. In data 18 gennaio 2018 le Parti hanno presentato le loro memorie finali.

14. In data 19 gennaio 2018 è stata inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, commi 1 *bis* e 6, del Codice del Consumo.

2) *Le evidenze acquisite*

15. Nel corso del procedimento istruttorio sono state acquisite evidenze documentali che confermano e precisano le contestazioni relative alla condotta posta in essere da Telecom. Oltre alle acquisizioni d'ufficio di documenti agli atti del procedimento (in particolare affissioni, spot e pagine web)¹, ulteriori elementi fattuali a supporto della valutazione finale sono stati forniti sia da Telecom² che dal segnalante Open Fiber³. In particolare, vengono confermate e precisate le modalità con cui, nel periodo osservato, Telecom ha pubblicizzato le offerte di connettività in fibra tramite i diversi canali di comunicazione (TV, affissioni, internet, *below the line*, stampa, radio), la durata di ciascuna campagna promozionale e la sussistenza di limitazioni che incidono sulla *performance* di connessione in funzione della tecnologia utilizzata. Emerge, altresì, l'utilizzo prevalente, da parte di Telecom, della tecnologia FTTC rispetto alla FTTH⁴.

16. Sul punto rileva che, in base a quanto dichiarato dalla stessa Telecom, in contrapposizione all'enfaticizzazione del raggiungimento delle prestazioni apicali che caratterizza le campagne promozionali sopra descritte, la società, a tutt'oggi, garantisce in Italia una copertura geografica limitata in tecnologia FTTH, pari, approssimativamente, al [5-10%]* del totale delle unità abitative nazionali⁵.

17. Anche il segnalante Open Fiber ha fornito evidenze sulla limitata copertura raggiunta da Telecom con la rete FTTH⁶.

Campagne pubblicitarie

18. Alla luce, anche, di quanto acquisito nel corso dell'istruttoria, si

¹ DOC. 13 e relativi allegati - Verbale del 5 luglio 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 77 e relativi allegati – Verbale del 29 dicembre 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento.

² DOC. 22 e relativi allegati – Memoria pervenuta da Telecom in data 31 luglio 2017.

³ DOC. 16, 43, 51, 85 e relativi allegati -- Memorie pervenute da Open Fiber; DOC. 52 – Audizione di Open Fiber tenutasi in data 11 ottobre 2017.

⁴ In particolare, la percentuale di clienti Telecom raggiunti dalla fibra ottica fino all'unità immobiliare, a metà giugno 2017, è di circa [1-5%] del totale di contratti per la fornitura di servizi internet a banda ultralarga (DOC. 22 e relativi allegati – Memoria pervenuta da Telecom in data 31 luglio 2017).

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

⁵ DOC. 22 e relativi allegati – Memoria pervenuta da Telecom in data 31 luglio 2017.

⁶ In base ai dati pubblicati sul portale di Telecom dedicato all'offerta di banda larga all'ingrosso (divisione "wholesale"), la copertura raggiunta da Telecom con la rete FTTH è pari al [5-10%] del totale delle abitazioni servite dalla fibra FTTH-FTTC (DOC. 52 e relativi allegati - Verbale dell'audizione tenutasi con i rappresentanti della società Open Fiber in data 11 ottobre 2017).

descrivono, di seguito, alcuni esemplificativi messaggi pubblicitari, distinti per canale di comunicazione, diffusi da Telecom da almeno settembre 2016 a tutto il 2017, che presentano le caratteristiche sopra evidenziate.

*i. Cartellonistica*⁷

19. La campagna pubblicitaria per l'offerta in fibra "TIM SMART FIBRA" è stata realizzata in varie città italiane tramite l'affissione di manifesti caratterizzati graficamente dall'evidente presenza di un fascio di cavi in fibra ottica⁸ o da un tachimetro della velocità di internet con l'indicatore puntato sulla misura di 300 Mega⁹ accompagnato dal *claim* "la tua casa viaggia alla massima velocità con la FIBRA di TIM. Scopri tutti i vantaggi della navigazione ultraveloce" (sottolineatura aggiunta). Solo in alcuni casi il cartellone riportava, con caratteri minuscoli, un generico rimando al sito web ("Per info sui minuti e GB disponibili, costi delle chiamate, copertura e condizioni vai su tim.it").

20. Anche la campagna promozionale che ha lanciato l'offerta "TIM SMART FIBRA PLUS" ha fatto leva sul *claim* "naviga ultraveloce", limitandosi a invitare il potenziale cliente a consultare il sito internet dell'operatore "per maggiori info e coperture" senza alcuna altra specificazione.

21. Infine, la campagna promozionale avviata da Telecom a metà giugno 2017 ha pubblicizzato l'offerta "TIM SMART FIBRA E MOBILE", con le seguenti caratteristiche: grafica fondata sull'immagine dell'Uomo Ragno e di una rete di cavi in fibra ottica; grande evidenza del *claim* "FIBRA 1000 MEGA E 4,5G"; specificazione, in calce al manifesto, a caratteri minuscoli, che i 1000 mega sono "disponibili in alcune aree di questa città"; invito a consultare il sito internet dell'operatore "per maggiori info, costi delle chiamate da fisso e copertura" senza alcuna altra indicazione.

⁷ DOC. 1 e relativi allegati -- Segnalazione pervenuta da parte di Open Fiber S.p.a. in data 7 dicembre 2016; DOC. 5 e relativi allegati -- Verbale del 7 giugno 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 13 e relativi allegati - Verbale del 5 luglio 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 16 e 85 e relativi allegati -- Memorie pervenute da Open fiber.

⁸ Ad esempio a Roma, Milano, Palermo.

⁹ Ad esempio a Firenze.

ii. Sito web dell'operatore¹⁰

22. Telecom ha pubblicizzato, sul proprio sito internet, le offerte “TIM SMART FIBRA”, “TIM SMART FIBRA PLUS”, “TIM SMART FIBRA E MOBILE” e altre similari utilizzando i seguenti *claim*: “*Fibra Ultraveloce fino a 300 Mega*”, “*FIBRA 1000 MEGA E 4,5G*” e “*Fibra 1000 Mega e Minuti e Giga inclusi SOLO ON LINE IN TUTTA ITALIA*” corredati da rappresentazioni grafiche richiamanti la nozione della fibra e dall'icona di una casa accompagnata dalla scritta “*Internet Illimitato fino a 300 mega*” (con specifico riferimento alla campagna promozionale “TIM SMART FIBRA” e “TIM SMART FIBRA PLUS”) o “*Internet illimitato fino a 1000 Mega*” (con specifico riferimento alla campagna promozionale “TIM SMART FIBRA E MOBILE”).

23. Nelle pagine descrittive di ciascuna offerta, Telecom ha indicato la velocità massima di navigazione raggiungibile con l'indicazione “fino a”, senza fornire informazioni circa la tecnologia di trasmissione utilizzata e le relative limitazioni oltre a non evidenziare adeguatamente che la massima prestazione si sarebbe ottenuta esclusivamente sottoscrivendo un'opzione aggiuntiva, a pagamento dopo un primo periodo gratuito. Ad esempio, nella pagina descrittiva dell'offerta “TIM SMART FIBRA E MOBILE” si leggeva “*scegli TIM SMART FIBRA E MOBILE, l'ultravelocità della FIBRA fino a 1000 Mega [...]. Velocità fino a 1000 Mega in promozione gratuita per 4 anni*” ed era specificato che l'offerta consisteva in una “*connessione Internet per navigare da casa senza limiti fino a 1000 Mega in download e fino a 100 Mega in upload (o fino a 300/200/100 mega in download e 20 mega in upload a seconda della copertura)*”.

24. Per tutte le su citate campagne promozionali, cliccando sul *link* “*Verifica copertura*”, presente nella pagina descrittiva di ciascuna offerta, si accedeva alla pagina che consentiva di verificare la copertura ADSL e Fibra ottica di Telecom con riferimento all'indirizzo di interesse senza, tuttavia, alcuna specificazione in merito alle caratteristiche tecniche dell'offerta e alle relative *performance*.

25. Dalla pagina descrittiva dell'offerta “TIM SMART FIBRA E MOBILE”, cliccando sul *link* “*Scopri di più sulla velocità di navigazione*”, si accedeva

¹⁰ DOC. 1 e relativi allegati - Segnalazione pervenuta da parte di Open Fiber S.p.a. in data 7 dicembre 2016; DOC. 5 e relativi allegati - Verbale del 7 giugno 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 13 e relativi allegati - Verbale del 5 luglio 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 77 e relativi allegati - Verbale del 29 dicembre 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 16, 43, 51 e relativi allegati - Memorie pervenute da Open fiber.

ad una pagina indicante le possibili limitazioni della velocità di navigazione della propria linea telefonica (distanza dalla centrale da cui parte la propria linea telefonica, livello di congestione della rete internet, caratteristiche del modem e dei dispositivi utilizzati per il collegamento) senza, tuttavia, alcuna specificazione sulle condizioni minime che l'utente avrebbe dovuto soddisfare per poter navigare alla massima velocità offerta; dalla medesima pagina si accedeva, tramite altro *link*, ad uno strumento di verifica della velocità raggiungibile con la propria connessione.

26. Sempre con riferimento alla campagna promozionale “TIM SMART FIBRA E MOBILE”, solo scorrendo la pagina descrittiva dell’offerta, sotto la sezione “*Costi*”, compariva la voce “*Opzione 1000 Mega*” con la specificazione che tale servizio aggiuntivo era “*in promo gratuita per 4 anni*” e che il costo dell’opzione sarebbe stato, al termine del periodo di promozione, di “*5 € ogni 4 settimane*”.

27. Scorrendo ancora la pagina, nella sottosezione “*Offerta e Promozioni*”, all’interno della sezione “*TIM ricorda*”, era ripetuto il contenuto dell’offerta “TIM SMART FIBRA E MOBILE” ossia “*Fibra fino a 1000 mega in download e fino a 100 Mega in upload (o fino a 300/200/100 mega in download e 20 mega in upload a seconda dalla copertura). Velocità fino a 1000 mega gratuita per 4 anni, poi 5 € in più ogni 4 settimane*”.

28. La successiva sottosezione “*Dettagli e limitazione dell’offerta*”, il cui contenuto era visibile solo aprendo il relativo menù “*a tendina*”, forniva una serie di informazioni sulle caratteristiche tecniche dei servizi offerti da TIM, inserite tra numerose altre di diversa natura e senza adeguata evidenza grafica a favore del consumatore. In particolare, il paragrafo intitolato “*FIBRA PLUS*” riportava che “*l’offerta include la connessione Internet illimitata con accesso in fibra ottica con velocità fino a 50 Mbps in download per la ricezione dei dati e fino a 10 Mbps in upload per la trasmissione dei dati. L’offerta è in fibra ottica fino all’armadio di distribuzione del cliente (FTTCab) o fino alla centrale cui è collegata la rete del cliente (FTTE) o fino all’abitazione del cliente (FTTH). Fino al 30/07/2017 nell’offerta TIM SMART FIBRA PLUS è inclusa gratuitamente l’opzione SMART FIBRA PLUS che consente un ulteriore innalzamento della velocità di navigazione fino a 100/200 Mbps in download e fino a 20 Mbps in upload per FTTCab/ FTTE o fino a 300 Mbps in download e fino a 20 Mbps in upload per FTTH. Opzione SMART FIBRA PLUS 1000 con velocità fino a 1000 mega in download e 100 mega in upload, gratuita per i primi 4 anni, poi 5 € in più ogni 4 settimane. Opzione 1000 Mega con*

vincolo di 24 mesi, in caso di recesso prima del 24° mese il cliente sarà tenuto a corrispondere gli sconti fruiti. [...]

29. Inoltre non venivano indicate le differenze tra le diverse soluzioni tecnologiche disponibili (FTTH e FTTC) e i servizi fruibili attraverso le medesime. Profilo che permane anche nelle offerte di connettività internet in fibra ottica in corso¹¹.

30. Nella medesima sottosezione era, poi, inserito il paragrafo “*OPZIONI AGGIUNTIVE*” i cui contenuti, lungi dal chiarire gli aspetti di interesse per il consumatore, risultavano in parziale sovrapposizione con quanto già indicato *i)* nell’omonima sezione; *ii)* nella pagina web “Scopri di più sulla velocità di navigazione” ; *iii)* nel paragrafo “FIBRA PLUS” sopra descritto¹².

31. Paragrafi di analogo tenore sono stati rilevati nelle precedenti campagne promozionali “TIM SMART FIBRA PLUS” e “TIM SMART FIBRA”.

32. Si evidenzia, infine, che, nella versione iniziale della campagna pubblicitaria “TIM SMART FIBRA E MOBILE”, né la sezione della pagina web dedicata alla descrizione dell’offerta né quella indicante i costi della medesima informavano l’utente dell’esistenza di un’opzione “velocità” in promozione gratuita per un periodo limitato di tempo e del costo applicabile al di fuori del periodo previsto dalla promozione. Tali informazioni erano fornite esclusivamente nella sottosezione “*Offerta e Promozioni*” della

¹¹ Telecom sta attualmente promuovendo sul proprio sito internet l’offerta di connettività internet in fibra denominata “FIBRA+” che presenterebbe profili di ingannevolezza analoghi a quelli oggetto del presente procedimento. In particolare, né la pagina principale che pubblicizza e descrive l’offerta né le sezioni dedicate agli approfondimenti informativi indicano le differenze tra le diverse soluzioni tecnologiche disponibili FTTH e FTTC e i servizi fruibili attraverso le medesime.

¹² In particolare il sottoparagrafo “Per navigazione da rete fissa in Fibra Ottica”, all’interno del paragrafo “OPZIONI AGGIUNTIVE” - collocato nella sottosezione “Dettagli e limitazione dell’offerta” all’interno della sezione “TIM ricorda” - riportava i fattori limitativi della velocità già menzionati (distanza dalla rete di accesso, congestione della rete, etc.) e indicava che “Per l’ offerta TIM SMART FIBRAPLUS la velocità di trasmissione è fino a 50 Mbps in download e fino a 10 Mbps in upload sia se il cliente ha una connessione fino all’armadio di distribuzione (FTTCab) o fino alla centrale (FTTE) cui è collegata la sua rete sia se il cliente ha una connessione fino all’abitazione (FTTH). Nel caso in cui il cliente abbia attivato sull’offerta TIM SMART FIBRA PLUS anche l’opzione aggiuntiva SMART FIBRAPLUS: fino a 100 Mbps in download e fino a 20 Mbps in upload, se ha una connessione FTTCab/E; fino a 1000 Mbps o 300 Mbps in download e fino rispettivamente a 100 Mbps o 20 Mbps in upload, se ha una connessione FTTH. [...]” (grassetto aggiunto).

Similmente, nella sottosezione “Offerta TIM SMART FIBRA PLUS per i già clienti TIM Linea fissa”, all’interno della sezione “TIM ricorda”, il paragrafo “Per navigazione da rete fissa in Fibra Ottica” indicava che “[...]Per le offerte TIM SMART CASA, MOBILE e/o FIBRA EDITION la velocità di trasmissione è fino a 20 Mbps in download e fino a 3 Mbps in upload se il cliente ha una connessione fino all’armadio di distribuzione (FTTCab) o fino alla centrale (FTTE) cui è collegata la sua rete. Per l’offerta TIM SMART FIBRAPLUS la velocità di trasmissione è fino a 50 Mbps in download e fino a 10 Mbps in upload sia se il cliente ha una connessione fino all’armadio di distribuzione (FTTCab) o fino alla centrale (FTTE) cui è collegata la sua rete sia se il cliente ha una connessione fino all’abitazione (FTTH). Nel caso in cui il cliente abbia attivato sull’offerta TIM SMART FIBRA PLUS anche l’opzione aggiuntiva SMART FIBRAPLUS: fino a 200 Mbps o 100 Mbps in download e fino a 20 Mbps in upload, se ha una connessione FTTCab/E; fino a 1000 Mbps o 300 Mbps in download e fino rispettivamente a 100 Mbps o 20 Mbps in upload, se ha una connessione FTTH. [...]” (grassetto aggiunto).

sezione “TIM ricorda” nella quale era indicato “OPZIONE 1000 MEGA DISPONIBILE DAL 26/06/2017. PER ADESIONI ANTECEDENTI, OPZIONE FIBRA FINO A 300 MEGA, DAL 2° ANNO 5€ IN PIU’ OGNI 4 settimane PER LA VELOCITA’ FINO A 1000 MEGA”.

iii. Below the line¹³

33. Anche negli opuscoli distribuiti dai punti vendita TIM, l’offerta “TIM SMART FIBRA” è stata pubblicizzata tramite l’utilizzo di *claim* volti a enfatizzare il raggiungimento di prestazioni apicali di velocità quali “Internet ultraveloce”, “Naviga superveloce”, “Superfibra”¹⁴, laddove le limitazioni geografiche del servizio, ossia le città raggiunte dalla massima velocità, venivano indicate con caratteri minuscoli¹⁵.

34. Nelle ultime due pagine degli opuscoli, in una sezione informativa scarsamente visibile in quanto del tutto separata dalle pagine dedicate alle singole offerte e in alcun modo in esse richiamata, trattante argomenti di varia natura e redatta con caratteri minuscoli, erano presenti i paragrafi, intitolati “OFFERTA TIM SMART FIBRA” e “Per navigazione da rete fissa in fibra ottica” di uguale contenuto degli omonimi paragrafi pubblicati sul sito internet dell’operatore. Era presente, infine, un paragrafo che rimandava al sito web, al servizio clienti telefonico o al negozio per “verificare la copertura ADSL o Fibra, la disponibilità delle offerte/opzioni di interesse, per consultare le condizioni generali di contratto [...]”.

iv. Spot televisivi¹⁶

35. Gli spot televisivi, trasmessi nel corso del 2017, hanno pubblicizzato l’offerta “TIM SMART” utilizzando il *claim* “fibra ultraveloce”, con i testi a scorrimento veloce, in sovraimpressione e con caratteri minuscoli “verifica

¹³ DOC. 1 e relativi allegati - Segnalazione pervenuta da parte di Open Fiber S.p.a. in data 7 dicembre 2016; DOC. 5 e relativi allegati – Verbale del 7 giugno 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 22 e relativi allegati - Memoria pervenuta da Telecom in data 31 luglio 2017.

¹⁴ “Internet ultraveloce per navigare da casa fino a 300 Mega” e la specificazione “Internet Ultraveloce fino a 300 Mega in download e 20 mega in upload” (opuscolo datato settembre 2016); “Naviga superveloce fino a 300 mega” con la specificazione “Superfibra fino a 300 mega in download e 20 Mega in upload” (opuscolo datato febbraio 2017).

¹⁵ “Internet Ultraveloce fino a 300 Mega disponibile a Milano, Torino, Perugia, Bari, Catania e progressivamente in altre città” (opuscolo datato settembre 2016); “Fibra fino a 300 Mega disponibile a Milano, Torino, Roma, Perugia, Bari, Catania, Bologna, Reggio Emilia, Aversa, Marcianise, Trieste, Firenze e Venezia: nelle altre città fino a 100 Mega” (opuscolo datato febbraio 2017).

¹⁶ DOC. 5 e relativi allegati – Verbale del 7 giugno 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 13 e relativi allegati - Verbale del 5 luglio 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento.

la copertura nella zona di tuo interesse su TIM.IT’ (spot gennaio 2017) oppure *“maggiori info e coperture sulle città FTTH fino a 300 Mega e FTTC fino a 100 Mega su tim.it”* (spot aprile 2017), senza ulteriori specificazioni.

36. Lo spot televisivo, andato in onda a partire da giugno 2017 ha pubblicizzato l’offerta *“TIM SMART FIBRA E MOBILE”* utilizzando, in evidenza, il *claim “FIBRA 1000 MEGA”* e indicando, a caratteri minuscoli, *“Velocità Fibra fino a 1000 Mega disponibile solo dal 26/6/2017. Per conoscere la copertura vai su tim.it”*, senza ulteriori specificazioni.

Modifiche dei contenuti informativi delle offerte in fibra

37. Nelle more del procedimento istruttorio, Telecom ha modificato i contenuti informativi e la presentazione delle offerte promozionali dei servizi di connettività in fibra ottica. In particolare, la società ha inserito, nelle relative campagne pubblicitarie, una frase di *alert* che, oltre a rinviare allo strumento di verifica della copertura di rete disponibile nel sito internet dell’operatore, informa sull’esistenza di possibili limitazioni tecniche, di velocità e geografiche. Con particolare riferimento al sito web, le modifiche hanno riguardato: un generale riordino dei contenuti informativi relativi alle offerte pubblicizzate; una maggiore evidenziazione del costo ‘a regime’ dell’opzione “velocità”; l’inserimento, nella scheda descrittiva dell’offerta, di due *link* (“scopri come navigare alla massima velocità” e “Caratteristiche tecniche – Servizio Fibra FTTH o FTTC”) che conducono a sezioni del sito internet in cui vengono fornite alcune informazioni sui fattori limitanti la velocità di navigazione, sull’architettura di rete sottesa alle due soluzioni tecnologiche/infrastrutturali (FTTC e FTTH) e sulle maggiori prestazioni ottenibili tramite l’utilizzo della fibra ottica rispetto alla tecnologia ADSL (senza, tuttavia, alcuna distinzione tra FTTC e FTTH)¹⁷.

3) Le argomentazioni di Open Fiber¹⁸

38. Nel merito della pratica oggetto del presente procedimento, Open Fiber segnala che *“l’uso generico del termine ‘fibra’, a prescindere dalla tecnologia sottesa, non informa in modo adeguato il consumatore sul*

¹⁷ DOC. 77 e relativi allegati – Verbale del 29 dicembre 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 85 e relativi allegati – Memoria pervenuta da parte di Open Fiber in data 18 gennaio 2018; DOC. 86 e relativi allegati – Memoria pervenuta da parte di Telecom in data 18 gennaio 2018

¹⁸ DOC. 1, 16, 43, 51, 85 e relativi allegati -- Segnalazione iniziale e successive memorie pervenute da Open Fiber; DOC. 52 – Audizione di Open Fiber tenutasi in data 11 ottobre 2017.

servizio di connettività offerto in quanto, mentre con la fibra FTTH il consumatore è cablato in fibra ottica sino a casa con le conseguenti prestazioni apicali (rilevanti per poter fruire di sempre più numerosi servizi), la tecnologia FTTC ha prestazioni nettamente inferiori, essendo limitata dall'uso del doppino in rame, e l'utente non può conseguentemente godere di molti servizi offerti sul web che necessitano della fibra ottica". La società denuncia, in particolare, "il quadro confusorio realizzato attraverso la diffusione di messaggi pubblicitari, che, non distinguendo tra le diverse tecnologie disponibili e promuovendo genericamente connessioni a internet su fibra, tende a catturare potenziali clienti ignari delle profonde differenze di prestazioni tra la tecnologia FTTH e le altre disponibili di cui fa uso principale il Professionista", osservando, peraltro, che "il messaggio più immediato per attrarre un utilizzatore di internet nella scelta del provider preferito è costituito dalla 'promessa' di una maggiore velocità di navigazione. [...] Pertanto, la velocità della connessione alla Rete è uno dei motivi cruciali che determina la volontà del potenziale cliente di preferire un operatore di comunicazioni elettroniche a un altro".

39. Open Fiber chiarisce, quindi, le nette differenze di performance dipendenti dalle diverse tecnologie utilizzate per la connessione a internet. Al riguardo, la società specifica che "[l]o sviluppo delle reti di nuova generazione (NGAN = New Generation Access Networks) segue una metodologia per cui attraverso la sostituzione dei tradizionali doppini in rame con la fibra ottica si garantiscono capacità trasmissive sostanzialmente più stabili e veloci", sostenendo che "la tecnologia FTTH ha livelli prestazionali sempre superiori alle altre tecnologie FTTx" e che, in particolare, "con il collegamento misto fibra/rame non solo le velocità di connessione sono inferiori, ma - dato molto rilevante - anche le performance dei servizi in termini di continuità, stabilità e tasso di guasti sono decisamente più basse in quanto dipendono dalla distanza della centrale o del cabinet, dalle condizioni fisiche del cavo in rame, dall'interferenza fra i diversi segnali elettrici irradiati contestualmente lungo i doppini in rame (condizione che si verifica frequentemente quando la penetrazione dei servizi è massima, per di più se erogati da una molteplicità di operatori), dall'utilizzo contemporaneo degli stessi da parte di un insieme considerevole di clienti e dalle condizioni climatiche. Di conseguenza, mentre le velocità su reti FTTH sono effettive, quelle indicate per le altre reti FTTx sono velocità massime teoriche e raggiungibili su campo solo in caso di contemporanea presenza di una serie di condizioni favorevoli come, ad esempio, la qualità

del tratto in rame e la mancata congestione della rete. Inoltre, la rete FTTH è caratterizzata da bassa latenza di consegna dei dati, caratteristica chiave per applicazioni a forte interattività come il telelavoro, la telemedicina, la formazione a distanza e la videocomunicazione ad alta definizione, le applicazioni di virtual & augmented reality e il gaming online e in generale per tutte le applicazioni basate su sistemi e servizi cloud”.

40. In ragione di tali differenze di *performance*, il segnalante ritiene di estrema importanza che gli utenti “*siano correttamente informati della tecnologia sottesa ai servizi pubblicizzati con una comunicazione chiara e corretta per aumentare la trasparenza del mercato e permettere al consumatore di compiere scelte consapevoli*”.

4) Le argomentazioni difensive del professionista¹⁹

Considerazioni preliminari

41. Telecom svolge, in via preliminare, considerazioni sul quadro normativo-regolatorio, evidenziando il recente intervento del legislatore che con la legge n. 172/2017 ha modificato l’art. 71 del Decreto Legislativo n. 259/2003 recante Codice delle Comunicazioni elettroniche con l’inserimento del comma 1-*bis* che impone alle imprese che operano nel settore delle comunicazioni elettroniche specifici obblighi informativi in merito alle caratteristiche dell’infrastruttura fisica utilizzata per l’erogazione dei servizi.²⁰ La società ritiene, in particolare, di aver impostato, fino ad oggi, le proprie comunicazioni commerciali, aventi ad oggetto i servizi di connettività in fibra ottica, “*in conformità all’attuale quadro normativo - regolatorio, nazionale e comunitario, di riferimento*”. Diversamente, in considerazione dell’incertezza del quadro normativo venutosi a creare a seguito della modifica del Codice delle comunicazioni elettroniche, oggi,

¹⁹ DOC. 22 e relativi allegati – Memoria pervenuta da parte di Telecom in data 31 luglio 2017; DOC. 86 e relativi allegati – Memoria pervenuta da parte di Telecom in data 18 gennaio 2018.

²⁰ Codice delle Comunicazioni elettroniche, art. 71, comma 1-bis “Le imprese che forniscono reti pubbliche di comunicazione elettronica o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico forniscono informazioni chiare e trasparenti in merito alle caratteristiche dell’infrastruttura fisica utilizzata per l’erogazione dei servizi. A tal fine, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni definisce le caratteristiche tecniche e le corrispondenti denominazioni delle diverse tipologie di infrastruttura fisica, individuando come infrastruttura in fibra ottica completa l’infrastruttura che assicura il collegamento in fibra fino all’unità immobiliare del cliente. Costituisce pratica commerciale scorretta, ai sensi del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, ogni comunicazione al pubblico dell’offerta di servizi di comunicazione elettronica che non rispetti le caratteristiche tecniche definite dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.”

modifiche e integrazioni alla strategia comunicativa di Telecom potrebbe essere “superflui e magari mal indirizzati”.

Sulla condotta oggetto di istruttoria

42. Telecom ritiene, innanzitutto, che, le espressioni utilizzate nelle varie comunicazioni promozionali, quali, ad esempio, “massima velocità” o “navigazione ultraveloce”, non conterrebbero “alcuna specifica promessa relativa alla performance del collegamento” e non veicolerebbero “alcun dato prestazionale specifico, trattandosi di espressioni generiche”. Peraltro, il fascio di fibra ottica che accompagna graficamente i su citati *claim* non avrebbe “alcuna valenza prestazionale se non - al più - quella di rimarcare che la tipologia di connettività inclusa nell’offerta è la fibra”.

43. Analogamente, sostiene sempre Telecom, anche il *claim* “Fibra 1000 Mega” così come la raffigurazione dell’Uomo Ragno con rete in fibra , non conterrebbero alcuna garanzia del raggiungimento della velocità massima di connessione “vuoi perché la raffigurazione dell’Uomo Ragno e della sua rete non esprime alcun valore prestazionale, trattandosi di elemento di fantasia del messaggio; vuoi perché il *claim* ‘Fibra 1000 Mega’ non contiene alcuna promessa di raggiungere sempre e comunque una velocità di connessione di ‘1000 Mega’, considerato tra l’altro che il termine ‘velocità’ non viene nemmeno declinato. Inoltre esso individua lo standard tecnologico”.

44. Rispetto al sito internet, la società rappresenta che “le informazioni rilevanti di interesse del consumatore relative agli eventuali limiti tecnici dell’offerta sono riportate tutte sulla home page dell’offerta. Non c’è quindi necessità per il consumatore di visitare altre pagine web in quanto tali informazioni sono fornite e fruibili direttamente in un’unica pagina, quella principale dell’offerta. Peraltro, il fatto che alcune di esse siano consultabili tramite ‘menu a tendina’ non ne sminuisce la fruibilità e la percepibilità da parte dei consumatori; ed, in particolare, da parte del consumatore del gruppo medio di riferimento che davanti allo schermo di un personal computer ha tutto il tempo di visionare la predetta home page, ivi comprese le sue sezioni con i dettagli e le eventuali limitazioni del servizio.”.

45. Relativamente alla pubblicità *below the line*, Telecom osserva che l’ultima parte dell’opuscolo avrebbe una “funzione integrativa delle informazioni delle varie offerte indicate nelle precedenti pagine” e che le indicazioni sulle eventuali limitazioni tecniche dell’offerta in fibra, pur se

riportate nelle ultime pagine dell'opuscolo, sarebbero *“comunque agevolmente percepibili dal consumatore anche in considerazione della natura statica del mezzo che ne permette una consultazione senza limiti di tempo”*.

46. Con riferimento, poi, agli spot televisivi, la società reputa che le informazioni tecniche siano *“oggettivamente percepibili sia per grandezza dei caratteri utilizzati che per tempo di loro permanenza”*. In particolare, l'invito veicolato dai 'super' a verificare la copertura di rete, con rinvio al sito tim.it, costituirebbe *“di per sé un invito a informarsi sulle eventuali limitazioni tecniche del servizio, tra cui rientra l'eventuale carenza di copertura”*.

47. Riguardo, infine, alle contestazioni inerenti la rappresentazione, nelle offerte commerciali, delle opzioni aggiuntive, gratuite per il periodo promozionale e successivamente a pagamento, Telecom ritiene che tali opzioni, in quanto in promozione gratuita, non avrebbero *“concreta incidenza sul consumatore e sulle sue scelte”*.

Sulla quantificazione della sanzione

48. La società chiede che *“tenuto conto del comportamento costantemente tenuto da TIM, dell'incertezza del quadro giuridico - regolatorio di riferimento e della conseguente transitorietà di ogni ulteriore possibile intervento, possa trovare applicazione la sanzione nel minimo edittale previsto”*.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

49. Poiché la condotta oggetto del presente provvedimento riguarda il settore delle telecomunicazioni ed è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione (in particolare tramite spot televisivi e internet), in data 19 gennaio 2018 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, commi 1 *bis* e 6, del Codice del Consumo.

50. Con parere pervenuto in data 20 febbraio 2018, l'AGCOM rileva che la condotta oggetto di parere *“riguarda l'ingannevolezza delle informazioni offerte agli utenti nell'ambito di campagne pubblicitarie per l'erogazione di*

servizi di connessione a Internet e non risult[a] direttamente riconducibil[e] al quadro normativo del settore delle comunicazioni elettroniche”. In particolare, l’Autorità considera che il consumatore “potrebbe essere stato indotto ad assumere decisioni di natura economica dalla presenza di informazioni potenzialmente fuorvianti riguardanti la reale fruibilità della connessione Internet tramite fibra ottica pubblicizzata”. L’Autorità ritiene, peraltro, che “l’utilizzo di Internet, unitamente a quello del mezzo televisivo, risulti funzionale, agevoli e amplifichi significativamente la realizzazione della descritta pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere”.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

51. In via preliminare, si ritiene opportuno precisare quanto segue, alla luce delle considerazioni svolte da Telecom circa la conformità delle proprie comunicazioni commerciali al quadro normativo-regolatorio vigente e all’incertezza determinata dall’introduzione del comma 1-*bis* nel testo dell’art. 71 del Codice delle Comunicazioni elettroniche²¹.

52. Come precisato al punto II, il presente provvedimento ha ad oggetto l’accertamento della ingannevolezza e omissione delle informazioni fornite da Telecom Italia nelle campagne pubblicitarie inerenti l’offerta commerciale di connettività in fibra ottica; ciò a fronte del ricorso da parte del professionista a *claim* volti a enfatizzare l’utilizzo integrale o esclusivo della fibra ottica e/o il raggiungimento delle massime prestazioni in termini di velocità e affidabilità della connessione.

Tale accertamento – volto dunque a verificare la completezza e correttezza delle informazioni fornite in merito alle caratteristiche e ai limiti delle offerte e l’idoneità ad alterare il comportamento del consumatore medio – prescinde completamente dalla novella del codice delle comunicazioni elettroniche.

Premesso che le disposizioni del codice del consumo in materia di completezza, chiarezza e correttezza delle comunicazioni pubblicitarie non sono state modificate dal legislatore, si ritiene che a seguito dell’entrata in vigore dell’art. 71, comma 1-*bis*, del cod. delle comunicazione elettroniche comunque non si sia venuta a determinare alcuna situazione di incertezza normativa-regolamentare. Diversamente, il legislatore ha demandato

²¹ Articolo 19-quinquiesdecies, comma 3, del Decreto legge 17 ottobre 2017, n. 148, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 dicembre 2017, n. 172

all’Autorità di regolazione²² il compito di definire le caratteristiche tecniche e le corrispondenti denominazioni della diverse tipologie di infrastruttura fisica, *“individuando come infrastruttura in fibra ottica completa l’infrastruttura che assicura il collegamento in fibra fino all’unità immobiliare del cliente”*, al fine di garantire una maggiore tutela degli utenti dei servizi di telefonia, reti televisive e comunicazione elettroniche, in termini di chiarezza e trasparenza delle informazioni. La norma, peraltro, ribadisce che *“[c]ostituisce pratica commerciale scorretta, ai sensi del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, ogni comunicazione al pubblico dell’offerta di servizi di comunicazione elettronica che non rispetti le caratteristiche tecniche definite dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”*.

53. Ciò chiarito, alla luce delle evidenze istruttorie, va confermata la scorrettezza della pratica commerciale descritta al punto II, come di seguito illustrato.

i. Cartellonistica

54. La grafica della cartellonistica utilizzata per le campagne promozionali che hanno pubblicizzato le offerte “TIM SMART FIBRA”, “TIM SMART FIBRA PLUS” e “TIM SMART FIBRA E MOBILE” (raffigurazione del fascio di cavi in fibra ottica e del tachimetro della velocità di internet con l’indicatore puntato sulla misura di 300 Mega; Uomo Ragno e rete in fibra), unitamente ai *claim* *“la tua casa viaggia alla massima velocità con la FIBRA di TIM. Scopri tutti i vantaggi della navigazione ultraveloce”* o *“naviga ultraveloce”* o *“FIBRA 1000 mega”*, lasciando intendere l’uso esclusivo della fibra ottica e la garanzia del raggiungimento della velocità massima di connessione, senza ulteriori specificazioni, sono risultati idonei a indurre ingannevolmente i consumatori a ritenere di acquistare, al prezzo pubblicizzato, un servizio che consentisse, in tutte le circostanze, di navigare alla massima velocità in virtù del collegamento in fibra ottica fino alla propria unità immobiliare (casa o ufficio) quando, al contrario, potevano sussistere limitazioni tecniche alla *performance* del collegamento e ai servizi fruibili derivanti essenzialmente dal tipo di tecnologia di trasmissione

²² In data 26 febbraio 2018, l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) ha posto in consultazione pubblica lo schema di provvedimento per la definizione delle caratteristiche tecniche e delle corrispondenti denominazioni delle diverse tipologie di infrastruttura fisica utilizzate per l’erogazione dei servizi di telefonia, reti televisive e comunicazioni elettroniche, ai sensi dell’art. 19-quinquiesdecies del decreto legge 16 ottobre 2017, n. 148 (Delibera n. 33/18/CONS del 30 gennaio 2018).

disponibile ed effettivamente utilizzata (FTTC, FTTE, FTTH, altro). L'utente non è stato, poi, reso edotto della necessità di attivare un'opzione aggiuntiva, inizialmente gratuita e, successivamente, a pagamento, per poter navigare alla massima velocità pubblicizzata.

55. Il rimando al sito web dell'operatore (*www.tim.it*) per ottenere maggiori informazioni, laddove inserito, risultava, del resto, poco visibile e alquanto generico, non costituendo un *alert* tale da indurre l'utente a verificare il tipo di servizio, le relative limitazioni tecniche e, quindi, le effettive potenzialità/funzionalità della connessione nella località di suo interesse, ma solo un invito a ottenere chiarimenti complementari rispetto ai *claim* principali.

56. L'effetto decettivo di ogni singola affissione è stato, inoltre, rafforzato dalla visione complessiva dell'insieme dei molteplici cartelloni presenti su ciascun territorio, diversi per grafica ma accomunati dall'enfasi sull'ultravelocità.

ii. Sito web dell'operatore

57. Con riferimento alle campagne promozionali che hanno pubblicizzato le offerte "TIM SMART FIBRA", "TIM SMART FIBRA PLUS", "TIM SMART FIBRA E MOBILE" e altre similari, Telecom, dopo aver catturato l'attenzione dei consumatori, utilizzando appositi *claim* volti a esaltare le massime prestazioni della fibra ottica²³ e a sottolineare la validità delle relative offerte su tutto il territorio nazionale²⁴, ha fornito alla potenziale clientela solo parziali indicazioni circa i limiti tecnici delle offerte medesime tramite, peraltro, annotazioni poco visibili e paragrafi non agevolmente rintracciabili.

58. In particolare, solo nella sottosezione "*Dettagli e limitazioni dell'offerta*", collocata all'interno della sezione "*TIM ricorda*", veniva chiarito che per navigare fino alla massima velocità occorreva, innanzitutto, la tecnologia "FTTH". Tale sottosezione, il cui contenuto non risultava neanche di pronta e immediata consultazione, in quanto visibile solo se aperto appositamente dall'utilizzatore del sito web tramite un menù "a tendina", forniva alcune parziali informazioni sulle caratteristiche tecniche delle offerte pubblicizzate, frammiste a tante altre riguardanti le tematiche

²³ Si tratta dei seguenti claim: "Fibra Ultraveloce fino a 300 Mega", "Internet Illimitato fino a 300 mega", "FIBRA 1000 MEGA E 4,5G", "scegli TIM SMART FIBRA E MOBILE, l'ultravelocità della FIBRA fino a 1000 Mega [...]"; icona di una casa sotto la quale è posta la scritta "Internet illimitato fino a 1000 Mega".

²⁴ Tramite il claim "Fibra 1000 Mega e Minuti e Giga inclusi SOLO ON LINE IN TUTTA ITALIA".

più disparate. La presunta spiegazione sui limiti derivanti dalla tecnologia utilizzata risultava, del resto, scarsamente comprensibile non fornendo chiarimenti sull'acronimo "FTTH", sulle differenze fra tecnologia FTTH e FTTC nonché sui servizi fruibili attraverso le diverse soluzioni tecnologiche.

59. In sintesi, Telecom non ha adeguatamente informato l'utente in merito alle caratteristiche e alle limitazioni delle proprie offerte in fibra, fornendo, al riguardo, indicazioni incomplete e poco chiare, in quanto risultano frammiste a numerose altre informazioni di diversa natura e prive di adeguata evidenza grafica a favore del consumatore.

60. Si osserva, infine, che i *claim* presenti nelle pagine che pubblicizzavano le offerte in fibra, o le immediate adiacenze dei *claim* medesimi, non contenevano chiari riferimenti alla circostanza che le massime velocità di connessione fossero ottenibili solo in virtù dell'attivazione di un'opzione aggiuntiva in promozione gratuita per un periodo limitato e, poi, a pagamento. Il costo dell'opzione era, peraltro, indicato in una sezione del sito web diversa da quella in cui erano pubblicizzati i *claim* e descritta l'offerta. Il consumatore non veniva, quindi, immediatamente informato del costo effettivo da pagare a regime per poter fruire del servizio pubblicizzato.

iii. Below the line

61. La campagna promozionale dell'offerta di connettività in fibra ottica di Telecom, effettuata tramite opuscoli, risulta ingannevole per ragioni simili a quelle esposte con riferimento al sito internet. In particolare, a fronte del *claim* sulla massima velocità di navigazione, le indicazioni, peraltro parziali, sulle caratteristiche/limitazioni dell'offerta e sul livello delle prestazioni fruibili sono state fornite in modo poco visibile in quanto rinvenibili esclusivamente nelle ultime due pagine dell'opuscolo, separatamente, dunque, dalla presentazione delle singole offerte, tra numerose altre informazioni di diversa natura e senza adeguata evidenza grafica a favore del consumatore.

62. Si osserva, inoltre, che né i *claim* che promuovevano l'offerta in fibra, presenti nelle prime pagine dell'opuscolo, né il contenuto informativo posto nelle immediate adiacenze dei *claim* hanno lasciato in alcun modo intendere che la massima velocità di connessione fosse ottenibile solo in virtù dell'attivazione di un'opzione aggiuntiva. La relativa informazione è stata fornita, con scarsa chiarezza ed evidenza, nelle ultime due pagine dell'opuscolo.

63. Infine, similmente a quanto già rilevato con riferimento alle affissioni, i

rimandi al sito web dell'operatore risultavano, oltre che poco visibili, anche alquanto generici, non costituendo un *alert* tale da indurre l'utente a verificare il tipo di servizio, le relative limitazioni e, quindi, le effettive potenzialità/funzionalità della connessione nella località di suo interesse ma solo un invito a ottenere chiarimenti complementari rispetto ai *claim* principali.

iv. Spot televisivi

64. A fronte dei *claim* principali che lasciavano intendere l'uso esclusivo della fibra ottica e il raggiungimento di prestazioni apicali di velocità, si rileva, negli spot televisivi, la mancanza di un chiaro e immediato riferimento alle limitazioni esistenti.

65. Similmente a quanto osservato per le affissioni e la pubblicità *below the line*, anche con riferimento agli spot, il rimando al sito web dell'operatore risultava, oltre che poco visibile - in quanto rappresentato, con caratteri minuscoli, in testi che scorrevano molto velocemente in sovrimpressione o in note che apparivano sullo schermo per pochi secondi - anche alquanto generico, non costituendo un *alert* tale da indurre l'utente a verificare il tipo di servizio, le relative limitazioni e, quindi, le effettive potenzialità/funzionalità della connessione nella località di interesse, ma solo un invito a ottenere chiarimenti complementari rispetto ai *claim* principali.

66. Anche rispetto a questa tipologia di pubblicità, il professionista ha omesso un chiaro riferimento che facesse intendere che la massima velocità di connessione fosse ottenibile solo in virtù dell'attivazione di un'opzione aggiuntiva in promozione gratuita per un tempo limitato e, poi, a pagamento.

Conclusioni

67. Alla luce delle evidenze riportate in fatto, risulta, dunque, che Telecom abbia posto in essere una condotta in violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo. Telecom ha, infatti, omesso o non adeguatamente evidenziato le informazioni sulle caratteristiche dell'offerta in fibra, i limiti geografici di copertura delle varie soluzioni di rete, le differenze di servizi disponibili e di *performance* in funzione dell'infrastruttura utilizzata per offrire il collegamento in fibra. In conseguenza di tale condotta omissiva e ingannevole, il consumatore, a fronte dell'uso del termine onnicomprensivo "fibra", non è stato messo nelle condizioni di individuare gli elementi che

caratterizzano, in concreto, l'offerta, in particolare dal punto di vista delle prestazioni connesse alla tecnologia sottesa alle diverse tipologie di offerta; ossia, l'utilizzatore finale non è stato messo in grado di conoscere elementi indispensabili al fine di effettuare scelta consapevole.

68. A ciò si aggiunga che sui mezzi di comunicazione diversi dal sito web, il professionista ha omesso un adeguato richiamo alla necessità di verificare le effettive funzionalità dell'offerta nella zona di interesse dell'utente.

69. Tutte le su citate campagne pubblicitarie hanno, inoltre, omesso o indicato in modo non sufficientemente chiaro che, per raggiungere le massime velocità pubblicizzate, fosse necessario attivare un'opzione aggiuntiva a pagamento (gratuita solo per un periodo limitato). Tale circostanza ha, dunque, vanificato l'indicazione del prezzo dell'offerta contenuta nei *claim* principali.

70. La condotta ingannevole e omissiva sopra descritta assume particolare rilievo in considerazione del settore economico interessato, caratterizzato da modelli di consumo ed esigenze degli utenti che stanno mutando radicalmente e rapidamente a fronte di una crescente offerta di servizi digitali (ad esempio, *cloud computing*, *internet of things*, realtà virtuale e aumentata, intelligenza artificiale, oltre a reti sociali, giochi, video e audio *streaming*, applicazioni vocali e di messaggistica basate su IP, videoconferenze ad alta definizione, servizi vari *on line* pubblici e privati). Come, peraltro, confermato nella strategia comunitaria della "Gigabit Society", l'uso di tali servizi richiede una sempre maggiore qualità e rapidità di risposta della rete²⁵ del cui livello il consumatore deve essere reso, adeguatamente, edotto unitamente alle tipologie di servizi di cui potrà beneficiare per ciascuna offerta di connettività a internet pubblicizzata dagli operatori. L'assenza di un'informazione chiara ed esaustiva su tali profili impedisce al consumatore di prendere una decisione consapevole di natura commerciale sull'acquisto dell'offerta in fibra e lo induce o è idonea ad indurlo in tal modo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso

71. La pratica commerciale in oggetto contrasta, altresì, con la diligenza

²⁵ Cfr. Proposta di direttiva che istituisce il codice delle comunicazioni elettroniche – COM (2016) 590 final del 12 ottobre 2016; Comunicazioni della Commissione "Connettività per un mercato unico digitale competitivo: verso una società dei Gigabit europea" – COM (2016) 587 final del 14 settembre 2016 e "Sulla revisione intermedia dell'attuazione della strategia per il mercato unico digitale – Un mercato unico digitale connesso per tutti" – COM (2017) 228 final del 10 maggio 2017. La Commissione, in particolare, individua, oltre alla velocità trasmissiva in downstream e upstream, ulteriori parametri in grado di caratterizzare le prestazioni del collegamento a internet fornito all'utente, tra cui la resilienza (capacità di recupero di una connessione), la latenza (tempo impiegato per trasmettere una unità di informazione) e gli indicatori connessi al tasso di errore di trasmissione.

professionale che può legittimamente attendersi da un operatore nel settore di riferimento. In particolare, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte di Telecom, il normale grado di correttezza, competenza e attenzione che ci si poteva ragionevolmente attendere nella condotta in esame, tenuto conto delle caratteristiche dell'attività svolta e del fatto che il professionista rappresenta un operatore importante nel contesto del mercato italiano di riferimento.

72. In conclusione, nelle campagne pubblicitarie inerenti l'offerta commerciale di connettività in fibra ottica, Telecom Italia, a fronte del ricorso a *claim* volti a enfatizzare l'utilizzo integrale o esclusivo della fibra ottica e/o il raggiungimento delle massime prestazioni in termini di velocità e affidabilità della connessione, ha omesso di informare adeguatamente i consumatori circa le reali caratteristiche del servizio offerto e le connesse limitazioni; inoltre, non ha dato adeguata visibilità all'opzione aggiuntiva, a pagamento dopo un primo periodo di gratuità, che consente di ottenere la massima velocità pubblicizzata.

Alla luce delle risultanze istruttorie e delle considerazioni che precedono, pertanto, la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

73. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, 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.

74. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

75. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della particolare natura del profilo di scorrettezza caratterizzato da carenze informative particolarmente significative e di natura profondamente decettiva in merito a servizi (di connettività ad internet in banda ultra larga) innovativi e a elevato contenuto tecnologico.

76. La gravità discende anche dalla posizione di grave asimmetria informativa in cui si trova il consumatore di fronte all'acquisto di servizi le cui caratteristiche, di natura complessa, non sono di chiara e immediata comprensione per l'utente.

77. Sempre avuto riguardo alla gravità della condotta, si considera la rilevanza economica del professionista, un operatore, di elevata notorietà, *leader* del mercato italiano di riferimento.

78. Rileva, infine, il grado di diffusione della pratica, estesa, tramite internet e i principali mezzi di comunicazione, a tutto il territorio nazionale.

79. 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, da, almeno, settembre 2016²⁶ e risulta tuttora in corso²⁷.

80. Sulla base di tali elementi, considerata la particolare gravità e la durata della pratica commerciale, si ritiene di fissare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Telecom Italia S.p.A., nella misura di 5.000.000 €(cinquemilioni di euro).

81. In considerazione del fatto che sussistono, nel caso di specie, le seguenti circostanze: una aggravante relativa alla recidiva, in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del codice del consumo²⁸; l'altra, attenuante, in quanto il professionista, pur non rimuovendo tutti i profili di ingannevolezza, ha apportato alcune modifiche all'informativa sulle offerte in fibra, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 4.800.000 € (quattromilionioottocentomila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale oggetto del presente procedimento risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, in relazione ai servizi offerti dal professionista;

²⁶ DOC. 1 e relativi allegati - Segnalazione pervenuta da parte di Open Fiber S.p.a. in data 7 dicembre 2016, con specifico riferimento all'opuscolo informativo che pubblicizzava l'offerta "TIM SMART FIBRA", distribuito nei punti vendita TIM a partire da settembre 2016.

²⁷ DOC. 77 e relativi allegati – Verbale del 29 dicembre 2017 di acquisizione di documenti agli atti del procedimento; DOC. 85 e relativi allegati – Memoria pervenuta da parte di Open Fiber in data 18 gennaio 2018.

²⁸ Da ultimo PS10695 e PS10246.

DELIBERA

- a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Telecom Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;
- b) di irrogare alla società Telecom Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.800.000 €(quattromilionioottocentomila euro);
- c) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

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.

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella