



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 1° marzo 2022;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

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;

VISTO il proprio provvedimento del 1° luglio 2021, con il quale è stato deliberato di non adottare misure cautelari ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTA la propria delibera del 4 novembre 2021, con la 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, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione delle fattispecie oggetto del procedimento in questione;

VISTA la propria delibera del 21 dicembre 2021, con la quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare la complessa e ampia documentazione oggetto del procedimento in questione;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Sky Italia S.r.l. (di seguito, anche Sky, la Parte, il Professionista, la Società), in qualità di Professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo. La Società è attiva nella produzione e distribuzione di canali digitali a pagamento, di servizi di *pay per view* e di servizi di televisione interattiva, via satellite e via cavo. Il bilancio di Sky chiuso il 31 dicembre 2020 presenta ricavi pari a 2.888.247.000 euro.

2. Tim S.p.A. (di seguito, Tim) società attiva nell'installazione e nella fornitura di infrastrutture di telecomunicazioni, nonché nell'offerta dei relativi servizi, in qualità di soggetto ammesso a partecipare al procedimento.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne una condotta posta in essere da Sky nei confronti della propria clientela, consistente nell'aver diffuso, in relazione all'offerta Sky Calcio, informazioni ingannevoli ai propri abbonati riguardo alla stagione calcistica 2021-2022, inerenti all'aggiudicazione dei diritti sugli eventi calcistici alla base del contenuto del pacchetto Sky Calcio.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 11 giugno 2021¹ è stato comunicato a Sky l'avvio del procedimento istruttorio PS12073 per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, e 21, del Codice del Consumo. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, la Società è stata invitata, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria della pratica, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

5. Al professionista è stata contestata tra l'altro la diffusione di messaggi ingannevoli relativi all'offerta del pacchetto Calcio per le stagioni 2021/2024,

¹ Cfr. doc. n. 5.

che non consentivano di comprendere l'effettivo contenuto del pacchetto.

6. Con atto del 1° luglio 2021, comunicato in data 13 luglio 2021², è stata deliberata la non adozione di misure cautelari, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, poiché dall'esame delle misure adottate dal professionista, dopo aver ricevuto la comunicazione di avvio, emergevano elementi tali da escludere la sussistenza del requisito della particolare urgenza.

7. Il 13 luglio 2021³ è pervenuta la richiesta di partecipazione al procedimento da parte della società Tim, che è stata accolta in data 16 luglio 2021⁴. Con nota del 16 luglio 2021, Sky è stata informata dell'accoglimento dell'istanza di partecipazione di Tim⁵.

8. In data 22 luglio 2021⁶ Sky forniva risposta alla richiesta di informazioni contenuta nell'avvio dell'istruttoria e, contestualmente, inviava la memoria difensiva⁷.

9. In data 9 agosto 2021⁸ è pervenuta una memoria da parte della società Tim.

10. In data 5 ottobre 2021⁹ è stata formulata una nuova richiesta di informazioni a Sky, la cui risposta è pervenuta il 26 ottobre 2021¹⁰.

11. In data 4 novembre 2021¹¹ è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento.

12. In data 14 dicembre 2021¹² è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

13. In data 21 dicembre 2021¹³ è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento.

14. L'audizione richiesta dal professionista in data 21 dicembre 2021¹⁴ si è svolta il 17 gennaio 2022.

15. In data 20 gennaio 2022¹⁵ è pervenuta un'ulteriore memoria da parte della società Tim.

² Cfr. doc. n. 24.

³ Cfr. doc. n. 23.

⁴ Cfr. doc. n. 26.

⁵ Cfr. doc. n. 27.

⁶ Cfr. doc. n. 33.

⁷ Cfr. doc. n. 32.

⁸ Cfr. doc. n. 37.

⁹ Cfr. doc. n. 44.

¹⁰ Cfr. doc. n. 46.

¹¹ Cfr. doc. nn. 50-51.

¹² Cfr. doc. nn. 59-60.

¹³ Cfr. doc. nn. 63-64.

¹⁴ Cfr. doc. n. 62.

¹⁵ Cfr. doc. n. 66.

16. In data 21 gennaio 2022¹⁶ è pervenuta la memoria conclusiva di Sky.

17. In data 21 gennaio 2022¹⁷ è stata inoltrata richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche AGCOM), ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo. Il parere è pervenuto in data 18 febbraio 2022.

2) *Le evidenze acquisite*

18. Emerge dalle segnalazioni pervenute e dai documenti agli atti che Sky ha diffuso informazioni con i seguenti contenuti e modalità:

- sul proprio sito *internet*, in data 2 maggio 2021, Sky ha pubblicato una lettera aperta intitolata *“un messaggio per tutti gli abbonati Sky”* e sottotitolata con *“il costo di Sky Calcio si azzerà dal 1° luglio al 30 settembre”*; segue nel testo della lettera *“siamo consapevoli che la situazione legata all’assegnazione dei diritti della serie A per il triennio 2021-2024, al momento, rimane di grande incertezza”* e si ribadisce *“dal 1° luglio al 30 settembre il costo di Sky Calcio si azzerà, e verrà dunque dedotto dal vostro canone mensile, senza che dobbiate fare nulla, neanche una telefonata [...] non appena la situazione di incertezza si sarà definitivamente risolta forniremo tempestivamente le informazioni relative a tutte le competizioni che comporranno il pacchetto Sky Calcio, e se vorrete comunque abbandonarlo, potrete farlo senza costi, anche se avete promozioni attive con le modalità e i tempi che avremo cura di comunicare, senza che dobbiate fare nulla”*;

- attraverso un video caricato sulla parte superiore della medesima pagina web e che si riproduce in *autoplay*, in cui si insiste sullo *“stato di incertezza”* che caratterizzerebbe l’aggiudicazione dei diritti televisivi 2021-2024 sulla Serie A, nonché sul fatto che, nelle more, il consumatore non dovrebbe *“fare nulla, neanche una telefonata”*, ma solo beneficiare della promozione riservatagli da Sky. Il video si conclude con un messaggio di rassicurazione seguito da una *“call to action”* che recita: *“a voi non resta che godervi lo spettacolo nella vostra casa, la casa del grande sport”*;

- attraverso un capillare fascio di comunicazioni individuali, inviate nella prima settimana del mese di maggio (4 maggio 2021)¹⁸ tramite sms, del seguente contenuto: *“Nell’incertezza sui diritti Serie A 21/24 per te il costo di Sky si azzerà dall’1/7 al 30/9. Rilassati e goditi l’estate con Sky.it/infocalcio”*. Il testo delle comunicazioni individuali si conclude con la seguente frase *“se*

¹⁶ Cfr. doc. n. 67.

¹⁷ Cfr. doc. n. 69.

¹⁸ Cfr. doc. n. 1.

non riusciremo ad offrirti il solito pacchetto Sky Calcio e volessi comunque lasciarci, potrai farlo senza costi”;

- cliccando sul sopra citato *link* Sky.it/infocalcio si atterrava su una *landing page* che illustrava i contenuti della scontistica: *“dal 1° luglio al 30 settembre, dedurremo dal tuo canone mensile del pacchetto Sky calcio 16 euro se sei un cliente con profilo Sky Smart e 20 euro se sei un cliente con profilo Sky Open. Per tutti gli altri clienti Sky con abbonamento via satellite o via internet, dal 1° luglio al 30 settembre Sky dedurrà dal canone mensile dell’abbonamento, inclusivo di Sky Calcio, la somma di 15,20 euro”;*

- attraverso comunicazioni e-mail personalizzate, inviate alla propria clientela alcuni giorni dopo l’invio di sms (es. 6 maggio 2021), con oggetto che recita: *“Per te quest’estate il costo di Sky Calcio si azzerà”*. Nel messaggio, si legge quanto segue: *“ti abbiamo scritto due settimane fa per darti un aggiornamento in merito all’assegnazione dei diritti della Serie A per il triennio 2021-2024. Al momento, il contesto rimane di grande incertezza ed abbiamo così pensato ad alcune iniziative per garantire, nel frattempo, la tua soddisfazione [...] quest’estate rilassati e goditi il meglio di Sky i non appena la situazione di incertezza si sarà definitivamente risolta [...]”;*

- attraverso messaggi in sovraimpressione durante le trasmissioni sportive andate in onda, ad esempio il giorno 5 maggio 2021¹⁹, sul proprio canale Sky Calcio: *“Aggiornamento sull’assegnazione Serie A 2021-2024: il contesto rimane di grande incertezza e abbiamo pensato ad alcune iniziative per te. Dal 1° luglio al 30 settembre il costo di Sky Calcio si azzerà. Rilassati e goditi l’estate con Sky! Scopri di più su sky.it/infocalcio”*.

19. Nonostante la situazione si fosse delineata con assoluta certezza già in data 14 maggio 2021, con l’aggiudicazione del Pacchetto 2 e la rinuncia al ricorso contro l’aggiudicazione delle restanti sette partite previste in esclusiva assoluta per ciascuna giornata, Sky non ha inviato alcuna comunicazione individuale rettificativa/integrativa/modificativa di quelle in precedenza indirizzate alla *customer base* al fine di informare i propri clienti degli effettivi contenuti, ormai divenuti certi, del pacchetto Calcio in vigore dal successivo autunno. Sky si è invece limitata a rimuovere dal proprio sito *web* i precedenti messaggi, ad eccezione di quanto presente nella *landing page* rimasta attiva sul *server* del sito e del video contenuto nell’archivio giornalistico del sito Sky. Il Professionista ha inoltre sostituito il precedente messaggio presente sul proprio sito con il seguente²⁰: *“La Serie A TIM 2021-24 con 3 partite su 10*

¹⁹ Cfr. doc. n. 1.

²⁰ Memoria Sky del 20 luglio 2021 (prot. 60236).

ogni giornata, il match del sabato alle 20.45, della domenica alle 12.30 e del lunedì alle 20.45. La Serie BKT 2021-24 con tutte le 380 partite stagionali, oltre a playoff e playout. Una selezione di partite di Premier League per la stagione 2021/2022, di Bundesliga per le stagioni 2021-2025, di Ligue1 per le stagioni 2021-2024. Tutte le partite di UEFA Euro 2020 anche in 4K HDR”.

20. Inoltre, Sky ha diffuso sul sito la seguente informativa destinata ai clienti con abbonamento al Pacchetto Sky Calcio: “*Liberi di scegliere. Sky ripone massima cura e attenzione verso la propria clientela. Prima dell’avvio del Campionato di Serie A stagione 2021/22, sarà nostra cura inviarti apposita comunicazione per informarti su modalità e tempi con cui sarai libero di lasciarci o togliere Sky Calcio senza costi, nonché fornire ogni altra relativa informativa anche su questo sito*”. Infine, Sky ha diramato il seguente comunicato stampa: “**DIRITTI TV SERIE A 2021/2024. SKY SI AGGIUDICA 3 PARTITE A GIORNATA.** Sky ha acquisito per il triennio 2021/2024 i diritti in co-esclusiva di tre partite di Serie A per ogni giornata. Dalla prossima stagione trasmetterà quindi i match del sabato alle 20.45, della domenica alle 12.30 e del lunedì alle 20.45. Nel triennio 2021/2024, Sky e NOW offriranno un ampio numero di partite a stagione di calcio nazionale e internazionale, con 114 partite di serie A, tutte le partite del Campionato di Serie B, più di 400 match di UEFA Champions League, UEFA Europa League e UEFA Europa Conference League, insieme a tre grandi campionati internazionali come la Ligue 1, la Bundesliga e la Premier League per la prossima stagione. Senza dimenticare il resto del grande sport in diretta, con motori, basket, tennis, rugby, golf e molto altro. Una programmazione con tanti eventi da non perdere, a partire dalle prossime due finali di UEFA Europa League e UEFA Champions League (26 e 29 maggio) e dai prossimi Europei di calcio con tutte le 51 partite live su Sky (dall’11 giugno all’11 luglio). Sky continuerà nei prossimi mesi ad arricchire di nuovi contenuti la sua offerta e a proporre un’ampia scelta di sport in Italia con la passione e la qualità editoriale e tecnologica che da sempre fanno la differenza per i nostri abbonati”.

21. Dal 23 giugno 2021, Sky ha iniziato, completandola il 1° luglio 2021, una campagna informativa rivolta individualmente ai propri abbonati in relazione al pacchetto Sky Calcio, contenente informazioni specifiche e dettagliate sulle caratteristiche del pacchetto.

3) Le argomentazioni difensive del Professionista

22. Sky, nelle proprie memorie difensive e nel corso dell'audizione del 17 gennaio 2022, ha rappresentato, in merito alla presunta condotta ingannevole consistente nella inadeguatezza delle informazioni fornite ai propri clienti titolari del pacchetto Calcio relativamente all'aggiudicazione dei diritti sugli eventi calcistici alla base del contenuto del pacchetto fruibile dalla stagione calcistica 2021-2022, che non può essere riscontrata alcuna forma di ingannevolezza relativamente ai messaggi contestati sostenendo la legittimità delle proprie condotte.

23. In sintesi, la Società ha evidenziato che, a partire dal giorno seguente l'aggiudicazione finale dei diritti televisivi, quindi in data 15 maggio 2021, essa ha sostituito il messaggio presente sul proprio sito *internet* comunicando ai suoi clienti che, dalla successiva stagione calcistica e attraverso il proprio pacchetto Sky Calcio, questi avrebbero potuto vedere tre partite su dieci per ogni giornata del Campionato di Serie A.

24. Inoltre, Sky ha dichiarato di aver continuato a diffondere il messaggio riguardante la possibilità, per i propri clienti con abbonamento inclusivo del pacchetto Sky Calcio, di esercitare – prima dell'avvio del nuovo Campionato di Serie A e con le modalità/tempistiche che sarebbero state comunicate – il recesso senza costi aggiuntivi dall'abbonamento (c.d. *free exit*) o il *downgrade*, ovvero la cancellazione, sempre senza costi, dal pacchetto Sky Calcio. Il Professionista ha inoltre osservato di aver diffuso prima dell'avvio del Campionato di Serie A stagione 2021/22 un'informativa destinata ai clienti con abbonamento al Pacchetto Sky Calcio attivo alla data del 14 maggio 2021 su modalità e tempi con cui questi avrebbero potuto scegliere se recedere senza costi, e di aver fornito ogni altra relativa informativa anche sul proprio sito *internet*.

25. Sky ritiene²¹ dunque che, a partire dal 1° luglio 2021, essa ha puntualmente informato i clienti circa i contenuti del pacchetto Calcio e le modalità di esercizio della *free exit* attraverso il proprio sito *internet* anche attraverso l'invio di comunicazioni individuali.

26. Ad avviso del Professionista, la propria condotta conferma che sono state effettivamente riconosciute ai consumatori la facoltà di recesso dal pacchetto Calcio o dall'intero pacchetto. Sky sottolinea di aver inviato, a partire dal 15 luglio 2021, una comunicazione²² per rappresentare che gli abbonati

²¹ Cfr. doc. n. 12.

²² Cfr. doc. n. 12.

avrebbero potuto recedere dal contratto senza spese e penalità sino al giorno 30 settembre 2021 e di aver dato la possibilità, sino al 31 dicembre 2021, di cancellare solamente il pacchetto Calcio, mantenendo gli sconti sugli altri pacchetti che, in sede di conclusione del contratto, erano stati condizionati alla attivazione di detto pacchetto. Anche i precedenti messaggi includevano tutte le informazioni di cui la stessa Sky era in possesso alla data della loro diffusione e in un momento in cui la programmazione della Serie A per la stagione 2020-21 era ancora in corso. In particolare, è stata fornita ai consumatori la certezza di poter effettuare liberamente, senza costrizioni di alcun tipo, la propria scelta di acquisto per la stagione successiva, comunicando una misura unilaterale di *customer care* decisa da Sky che avrebbe potuto influenzare le loro future scelte e di cui gli abbonati dovevano essere quindi informati.

27. Secondo il Professionista, considerando il periodo nel corso del quale è stato diffuso ciascun messaggio, la situazione di fatto è stata correttamente rappresentata anche tenendo conto del fatto che, nel periodo iniziale, vi è stata una oggettiva incertezza circa la futura possibilità per Sky di poter offrire la fruizione dell'intero campionato di Serie A ai propri clienti. Inoltre, nel periodo in cui sono stati diffusi i primi messaggi, i clienti non erano interessati a compiere alcuna scelta di acquisto, posto che la stagione 2020/2021 del campionato di Serie A era ancora in corso e DAZN, la cui assegnazione dei diritti era provvisoria, non aveva ancora lanciato la propria offerta per la stagione successiva (2021/2022), che è avvenuta a partire dal 1° luglio 2021. I messaggi accessibili alla generalità del pubblico sono poi stati rimossi il giorno della “chiusura” della Gara (14 maggio 2021) e sostituiti con messaggi che indicavano chiaramente che Sky aveva la possibilità, per il successivo campionato che sarebbe iniziato dopo oltre di tre mesi, di trasmettere soltanto tre partite di Serie A per ciascuna giornata.

28. In conclusione secondo Sky, valutando la campagna informativa nella sua interezza, alla sua conclusione – il 1° luglio 2021 – il consumatore è stato informato del contenuto del pacchetto Sky Calcio, con possibilità di scegliere senza costi ben due mesi prima dell'inizio del nuovo campionato di Serie A, nonché prima che DAZN e TIM lanciassero le proprie rispettive offerte dedicate alla nuova stagione della Serie A.

4) Le argomentazioni di Tim

29. Secondo Tim, Sky non avrebbe messo in evidenza, a favore dei clienti

della propria *customer base*, gli elementi informativi essenziali sui contenuti dell'offerta Calcio dalla stagione 2021-22, considerato che già dal 26 marzo 2021 il Professionista era al corrente di non poter essere in grado di fornire “*il solito pacchetto Sky Calcio*” composto da sette partite su dieci a giornata. A far data dal 14 maggio 2021, la Società risultava aggiudicataria solo del “*Pacchetto 2*”, limitato a tre partite in co-esclusiva, e a seguito di tale aggiudicazione aveva ritirato il ricorso contro l'assegnazione delle altre sette partite in esclusiva a Dazn. Chiaritasi dunque la situazione, Sky non ha inviato alcuna comunicazione individuale rettificativa/integrativa/modificativa di quelle in precedenza indirizzate alla *customer base*, né ha rimosso o rettificato i materiali informativi che a tutt'oggi figurano sul sito *web* della Società, al fine di informare i propri clienti degli effettivi contenuti del pacchetto Calcio dall'autunno 2021.

30. L'insieme delle azioni poste in essere, secondo Tim, sarebbe stato finalizzato ad indurre il consumatore abbonato a non modificare le proprie scelte rispetto al pacchetto Calcio e/o al contratto con Sky, facendogli credere di poter ancora godere dello stesso contenuto del pacchetto con il medesimo professionista, e a mantenerlo in uno stato di assenza di informazioni, anche per quanto riguarda l'incentivo dello sconto estivo. Tali azioni avrebbero indotto, a parere di Tim, i clienti Sky, già abbonati ai servizi del Professionista, e in particolare al pacchetto Calcio, a mantenere il rapporto in essere, con la speranza che sarebbe cessato lo stato di incertezza rappresentato, continuando così a subire gli addebiti mensili senza, in alternativa, scegliere di recedere dal pacchetto o dal contratto, contando di poterlo fare in qualsiasi momento senza subire il costo di eventuali penali.

31. Tim evidenzia inoltre che, anche dopo il 14 maggio 2021, data in cui si è conclusa definitivamente la procedura di aggiudicazione dei diritti di visione della Serie A, Sky non ha rimediato in maniera sufficiente agli effetti generati dalla diffusione dei precedenti messaggi ingannevoli, rivolti individualmente ai singoli abbonati. Solo il 1° luglio 2021 e, dunque, a seguito della comunicazione dell'Avvio e di fronte alla minaccia di un intervento cautelare, il Professionista ha inviato ai propri clienti comunicazioni individuali volte a rettificare, almeno in parte, quanto ingannevolmente prospettato fino a quel momento.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

32. Poiché la condotta riguarda un operatore attivo nel settore delle comunicazioni, in data 21 gennaio 2022²³, 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.

33. Con parere pervenuto in data 18 febbraio 2022²⁴, l'AGCOM ha, in primo luogo, precisato che alla luce del novellato art. 27, comma 1-bis, del *Codice*, il parere sul caso di specie è reso ai sensi dell'art. 27, comma 6, del medesimo *Codice*, e riportato le sue valutazioni in relazione all'attitudine degli specifici mezzi di comunicazione utilizzati per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica, concludendo che essi costituiscono strumenti idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il suo parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

34. Le evidenze agli atti provano l'esistenza di una pratica commerciale in violazione dell'articolo 21 del Codice del Consumo, posta in essere da Sky Italia S.r.l. attraverso la diffusione, sul proprio sito *internet* (<https://www.sky.it>) e tramite messaggi personalizzati (mediante sms, comunicazioni personalizzate ed *e-mail*), di informazioni ingannevoli relativamente all'aggiudicazione dei diritti calcistici alla base del contenuto del pacchetto Sky Calcio, fruibile dai propri abbonati dalla stagione calcistica 2021-2022. Infatti, la Società ha rappresentato una situazione di incertezza in merito all'aggiudicazione dei diritti della Serie A, ventilando la possibilità per i propri abbonati di poter continuare a fruire dei contenuti relativi al campionato di Serie A, come nella precedente stagione.

35. Di tal che, Sky non ha in alcun modo tenuto conto nelle proprie comunicazioni dell'esito della gara indetta dalla Lega Calcio per l'assegnazione dei diritti di trasmissione delle partite di calcio di serie A.

36. Infatti, contrariamente a quanto asserito dal Professionista, in relazione alla situazione di incertezza esistente tra il 26 marzo 2021, data

²³ Cfr. doc. n. 69.

²⁴ Cfr. doc. n. 70.

dell'assegnazione dei Pacchetti 1 e 3 a DAZN , e il 14 maggio 2021, data dell'assegnazione del Pacchetto 2 in coesclusiva a Sky, giova osservare che, già a seguito della conclusione della gara per l'assegnazione dei diritti televisivi esclusivi di sette partite di serie A a giornata, avvenuta il 26 marzo 2021, Sky era al corrente di non poter fornire il pacchetto Sky Calcio composto, come in precedenza, da sette partite su dieci a giornata.

37. Nonostante ciò, la Società ha ugualmente fornito ai suoi clienti abbonati – sul sito *web* e tramite messaggi personalizzati (sms ed *e-mail*) – informazioni che non consentivano di comprendere l'effettivo contenuto dell'offerta relativa al pacchetto Sky Calcio per la stagione 2021/2022, lasciando invece trapelare la possibilità che l'offerta in questione potesse rimanere invariata rispetto agli anni precedenti.

38. I messaggi diffusi tra il 2 e il 6 maggio 2021, contrariamente a quanto sostenuto da Sky, oltre a informare i consumatori in merito all'azzeramento promozionale del costo del pacchetto Sky Calcio per il periodo estivo, rappresentavano anche una situazione di incertezza relativa al possesso dei diritti della Serie A che come visto non sussisteva.

39. Le affermazioni contenute nei messaggi in questione risultavano rassicuranti anche alla luce del fatto che in passato Sky aveva trasmesso sette partite di ogni giornata del torneo calcistico di Serie A. Di conseguenza il consumatore tifoso di calcio, in mancanza di informazioni chiare in relazione ai contenuti dell'offerta e in particolare alle novità riguardanti il numero di partite disponibili, sarebbe potuto facilmente cadere nell'errore di ritenere che Sky sarebbe stata in grado di garantito anche per il successivo campionato la visione della maggior parte delle partite.

40. Tale circostanza ha conseguentemente orientato i clienti Sky, già abbonati ai servizi della Società, e in particolare al pacchetto Calcio, a mantenere il pacchetto in essere, nella prospettiva di poter usufruire della scontistica promessa per i mesi estivi ma anche, successivamente, di poter recedere senza penali; lo stato di asserita incertezza veniva infatti compensato da informazioni che tendevano a rassicurare il cliente al fine di evitare la sua uscita dall'abbonamento Sky.

41. D'altra parte, contrariamente a quanto asserito dalla parte circa il momento storico in cui i messaggi sono stati inviati, nel periodo 2-6 maggio 2021, non rileva il fatto che i suddetti messaggi sono stati diffusi quando era ancora in corso il vecchio campionato di calcio, in quanto ciò non risulta incidere sul carattere ingannevole e fuorviante degli stessi, anche alla luce del fatto che non sono stati seguiti da tempestive comunicazioni individuali di senso contrario.

42. Le informazioni che sono state precisate dal 14 maggio 2021²⁵, a seguito dell’assegnazione del “Pacchetto 2”, e quindi di tre partite a giornata in co-esclusiva, non hanno riparato agli effetti generati dalla diffusione dei precedenti messaggi ingannevoli.

43. Non può, infatti, essere condivisa l’osservazione di Sky secondo cui l’essersi attivata già dal 14 maggio 2021, per aggiornare i messaggi presenti sulle aree pubbliche del sito, sostituendoli con altri che davano atto dell’avvenuta assegnazione del Pacchetto 2, e diffondere un comunicato largamente ripreso dagli organi di stampa nazionali, dando atto in modo inequivocabile dell’esito della gara per l’assegnazione dei diritti della Serie A, avrebbe impedito qualsiasi condizionamento del comportamento commerciale dei consumatori. Infatti, nella campagna promozionale diffusa nel periodo 14 maggio 2021-23 giugno 2021, il Professionista si è limitato a sostituire il precedente messaggio presente sul proprio sito internet con uno illustrativo dei contenuti del pacchetto Sky, ma non ha accompagnato tale informativa con una analoga rivolta individualmente ai singoli abbonati a cui erano stati indirizzati i precedenti messaggi, in grado di garantire il venir meno dell’incertezza generata da tali comunicazioni.

44. Soltanto con la campagna terminata il 1° luglio 2021, i contenuti informativi sulla nuova configurazione del pacchetto Calcio, in quanto diffusi da Sky nelle comunicazioni individuali inviate ai propri abbonati, sono risultati idonei a fornire puntuali ed efficaci informazioni sugli effettivi contenuti dell’offerta calcistica in questione. Solo con il completarsi del ciclo comunicativo personalizzato si è finalmente assicurato il risultato di fornire una informativa corretta ed esaustiva sui contenuti del nuovo pacchetto Calcio, come tale in grado di rimuovere l’incertezza generata dalle precedenti comunicazioni individuali inviate ai clienti Sky.

45. In particolare, Sky ha inviato attraverso i canali disponibili (sms, posta *e-mail*), a tutti i clienti con pacchetto Sky Calcio, delle comunicazioni individuali in cui sono stati specificati il contenuto del pacchetto e la modalità di esercizio del diritto di recesso²⁶.

46. In conclusione, la condotta posta in essere da Sky, concernente la diffusione sul proprio sito *internet* e tramite messaggi personalizzati (mediante sms e *e-mail*), di informazioni ingannevoli relativamente all’aggiudicazione dei diritti calcistici alla base del contenuto del pacchetto Sky Calcio, fruibile dai propri abbonati dalla stagione calcistica 2021-2022, integra una pratica

²⁵ Cfr. doc. n. 68.

²⁶ Cfr. doc. n. 28.

commerciale scorretta e ingannevole in violazione dell'articolo 21 del Codice del Consumo, in quanto idonea a indurre in errore i consumatori sotto il profilo dell'effettiva natura e convenienza dell'offerta reclamizzata, con particolare riguardo alla composizione del pacchetto Calcio per la stagione calcistica di Serie A 2021-2022, con l'effetto di far loro assumere decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

48. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

49. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della natura della pratica, che ha riguardato la diffusione di informazioni ingannevoli relativamente a contenuti di grande popolarità quali quelli relativi alle partite del campionato di calcio di serie A, che costituiscono un elemento trainante dell'intera offerta televisiva degli operatori di *pay-tv* in grado di diffonderli. In relazione alla dimensione economica del professionista, sulla base dei dati camerali disponibili, risulta che esso ha realizzato nell'anno 2020 un fatturato di circa 3 miliardi di euro.

50. Nel valutare, ancora, la gravità della violazione, si tiene, altresì, conto nella fattispecie in esame: i) della diffusione dei messaggi pubblicitari, veicolati anche a mezzo *internet*; ii) dell'estensione a livello nazionale della pratica, che ha coinvolto circa *[omissis]** clienti Sky²⁷ localizzati su tutto il territorio italiano.

51. Per quanto riguarda la *durata* della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 2 maggio 2021 almeno fino al 1° luglio 2021, quando si è completata la campagna

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

²⁷ Cfr. doc. n. 28.

informativa sulla nuova configurazione del pacchetto Calcio.

52. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria base applicabile a Sky Italia S.r.l. nella misura di 1.000.000 € (un milione di euro).

53. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante relativa alla recidiva in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo²⁸, nonché una circostanza attenuante, vale a dire una perdita di bilancio, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 1.000.000 € (un milione di euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi dell'art. 21 del Codice del Consumo in quanto idonea, mediante l'ingannevole diffusione di messaggi relativi alla composizione del pacchetto Calcio a partire dalla stagione 2021-2022, nei termini sopra esposti, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto e pubblicizzato dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sky Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'art. 21 del Codice del Consumo;

b) di irrogare alla società Sky Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 1.000.000 € (un milione 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.

²⁸ Cfr. casi PS11232, pubblicato sul bollettino n. 7/2019 e PS11778, pubblicato sul bollettino n. 8/2021.

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 VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli