

16 marzo 2018 17:44

ITALIA: Fibra ottica. Pubblicità ingannevole. Antitrust multa Telecom

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 28 febbraio 2018, ha sanzionato per pratica commerciale scorretta Telecom Italia S.p.A per un ammontare complessivo di 4,8 milioni di euro. Nelle campagne pubblicitarie inerenti l'offerta commerciale di connettività in fibra ottica (cartellonistica, sito web, below the line e spot televisivi), 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 (in particolare 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). Le diverse campagne pubblicitarie oggetto del provvedimento 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. Tale circostanza ha, dunque, vanificato l'indicazione del prezzo dell'offerta contenuta nei claim principali.

Secondo l'Autorità, 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. 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.

L'assenza di un'informazione chiara sulle caratteristiche e la qualità del servizio impedisce dunque al consumatore di prendere una decisione consapevole sull'acquisto dell'offerta in fibra.

La condotta ingannevole e omissiva risulta assumere particolare rilievo in considerazione dell'importanza del settore economico interessato, caratterizzato da modelli di consumo ed esigenze degli utenti che stanno mutando radicalmente a fronte di una crescente offerta di servizi digitali.