

## Publicità ingannevole su fibra ottica, Antitrust multa Telecom Italia

martedì 20 marzo 2018

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

Così scrive

l’Antitrust nella nota che annuncia la sanzione di 4,8 milioni di euro decisa nei confronti di Telecom Italia per pubblicità ingannevole sulla fibra ottica. Nelle campagne pubblicitarie, argomenta l’Autorità, l’azienda non ha informato adeguatamente i consumatori sulle caratteristiche del servizio e sulle limitazioni che prevedeva.

L’Autorità

Garante della Concorrenza e del Mercato, nell’adunanza del 28 febbraio 2018, ha sanzionato per pratica commerciale scorretta Telecom Italia per un ammontare complessivo di 4,8 milioni di euro. Nelle campagne pubblicitarie relative all’offerta di connettività in fibra ottica, dalla cartellonistica al sito web agli spot tv, “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 – scrive l’Antitrust – 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”.

Si tratta,

spiega l’Antitrust, di una condotta ingannevole perché 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”. Un comportamento, aggiunge ancora l’Antitrust, che assume particolare rilievo considerato l’importanza di questo settore economico, caratterizzato da esigenze e modelli di consumo degli utenti che stanno cambiando davanti alla crescente offerta di servizi digitali.

Il provvedimento

dell’Antitrust è apprezzato dall’Unione nazionale consumatori. “Ottima notizia! Finalmente si condanna questa pratica odiosa, sulla quale è dovuto intervenire anche il legislatore con il recente Dl Fisco, prevedendo che è sempre pratica commerciale scorretta ogni comunicazione al pubblico che non assicuri il

collegamento in fibra fino all'unità immobiliare del cliente – ha detto Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori – Una vera e propria presa in giro del consumatore che veniva ingannato sulle reali possibilità di poter aver la fibra a casa sua”. L'UNC ricorda che nel DI Fisco (decreto legge n. 148/2017, convertito dalla L. 4 dicembre 2017, n. 172), si è previsto che costituisce pratica commerciale scorretta 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, tra le quali il collegamento in fibra fino all'unità immobiliare del cliente.