

## Calcio: avviate istruttorie nei confronti di Sky e Dazn

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha avviato, su segnalazione di singoli consumatori e di alcune Associazioni di consumatori, due procedimenti istruttori per presunte pratiche commerciali scorrette e possibili violazioni dei diritti dei consumatori nei confronti di **SKY Italia S.r.l.** e di **Perform Investment Limited** e **Perform Media Services S.r.l.** (ovvero Gruppo Perform con nome commerciale DAZN) con riferimento alla commercializzazione dei pacchetti delle partite di calcio per la stagione 2018/2019.

Secondo l'Autorità, la società SKY avrebbe adottato modalità di pubblicizzazione dell'offerta del pacchetto calcio per la stagione 2018-2019 che, in assenza di adeguate informazioni sui limiti dell'offerta relativi alle fasce orarie, potrebbero avere indotto i nuovi clienti ad assumere una decisione commerciale non consapevole.

Per quel che riguarda i clienti già abbonati al pacchetto calcio, la condotta di SKY potrebbe presentare profili di aggressività in quanto - a fronte di un significativo ridimensionamento del pacchetto in relazione al numero delle partite trasmesse e in assenza dell'informativa sulla possibilità di recedere dal contratto senza penali, costi di disattivazione e senza la restituzione degli sconti fruiti - il professionista avrebbe indotto tali soggetti a rinnovare l'abbonamento nell'erroneo convincimento che l'offerta non fosse mutata.

SKY potrebbe altresì avere violato l'articolo 65 del Codice del consumo non avendo acquisito il consenso del consumatore rispetto alla nuova opzione del pacchetto calcio 2018/2019.

Quanto alle società del gruppo Perform (anche DAZN), sono oggetto di attenzione, da un lato, l'enfasi data al *claim* "quando vuoi, dove vuoi", che farebbe intendere al consumatore di poter utilizzare il servizio ovunque si trovi, omettendo le limitazioni tecniche che potrebbero impedirne o renderne difficoltosa la fruizione; dall'altro, i messaggi che indicherebbero la possibilità di poter fruire di un "mese gratuito" di offerta del servizio "senza contratto", mentre in realtà il consumatore stipula un contratto per il quale è previsto il rinnovo automatico, con conseguente esigenza di esercitare l'eventuale recesso per non rinnovarlo.

Inoltre, l'iscrizione per la fruizione gratuita del primo mese comporta l'automatico addebito dell'importo per i mesi successivi, in quanto il consumatore, creando l'*account*, darebbe inconsapevolmente il proprio consenso all'abbonamento al servizio, dovendosi attivare per esercitare il recesso e quindi evitare gli addebiti automatici.

Tali comportamenti potrebbero integrare distinte pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 21, 24 e 25 del Codice del Consumo, presentando sia profili di ingannevolezza rispetto alle informazioni comunicate dal professionista in merito alle caratteristiche tecniche di fruibilità del pacchetto e alle modalità di adesione all'offerta, che profili di aggressività, in quanto il professionista potrebbe aver esercitato un indebito condizionamento nei confronti dei consumatori

che, accettando l'offerta per fruire gratuitamente il primo mese del servizio, potrebbero subire un addebito automatico quale conseguenza della sottoscrizione inconsapevole di un contratto.