

DELIBERA N. 164/25/CONS

DIFFIDA ALLA SOCIETÀ SKY ITALIA S.P.A. AL RISPETTO DEGLI OBBLIGHI PREVISTI DAL CODICE DI CONDOTTA ALLEGATO ALLA DELIBERA N. 197/23/CONS PER ATTIVITÀ DI *TELESELLING* E *TELEMARKETING*

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 25 giugno 2025;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante *“Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”* (di seguito *“Autorità”*);

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 recante il *“Codice delle comunicazioni elettroniche”* (di seguito il *“Codice”*);

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”* come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 58/25/CONS, del 6 marzo 2025;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014, e, in particolare, l’Allegato A, recante *“Testo del Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni”* (di seguito *“Regolamento”*), come modificato, da ultimo, dalla delibera n. 286/23/CONS, dell’8 novembre 2023 e l’allegato 1 in calce al Regolamento stesso recante *“Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori”*;

VISTA la delibera n. 401/10/CONS, del 22 luglio 2010, recante *“Disciplina dei tempi dei procedimenti”*, come modificata dalla delibera n. 118/14/CONS;

VISTA la delibera n. 197/23/CONS, del 26 luglio 2023, recante *“Approvazione del Codice di condotta di cui alla delibera n. 420/19/CONS sulle attività di teleselling e telemarketing avuto riguardo agli obblighi a tutela degli utenti finali derivanti dal Codice delle comunicazioni elettroniche e dalle delibere dell’Autorità”*;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Le segnalazioni degli utenti e le richieste istruttorie 2
2. Il Codice di Condotta dell’Autorità inerente alle modalità di svolgimento delle attività di *teleselling* e *telemarketing* 7
3. Valutazioni conclusive dell’Autorità 9

1. Le segnalazioni degli utenti e le richieste istruttorie

Con nota pervenuta in data 12 febbraio 2025, la società Iliad Italia S.p.A. (di seguito “Iliad”) ha riferito di aver ricevuto da un proprio cliente, titolare dell’utenza di rete fissa corrispondente al numero (*omissis*), le registrazioni video di due chiamate, avvenute il 27 e il 29 gennaio 2025, sulla numerazione mobile n. (*omissis*) intestata al medesimo cliente.

Le chiamate erano provenienti dai numeri (*omissis*) e (*omissis*) ed effettuate da un *call center* che si è qualificato come “*consulente Iliad*”.

Tali numeri sono risultati non richiamabili e non dichiarati al Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) dell’Autorità.

Nel corso delle suddette chiamate l’addetto del *call center* ha fornito informazioni mendaci relativamente al contratto per la linea fissa e *internet* cui l’utente aveva aderito con Iliad.

In particolare, l’addetto ha comunicato la necessità di sostituire il *modem* in uso all’utente, l’imminente verificarsi di prolungati disservizi sulla linea fissa (per almeno 20 giorni), la rimodulazione del piano tariffario sottoscritto, con considerevole aumento dei costi, e l’introduzione di vincoli di durata del contratto di quattro anni.

Lo stesso addetto ha, infine, proposto all’utente di recedere senza costi dal contratto con Iliad e sottoscrivere l’offerta di un diverso operatore, con l’intermediazione di un consulente denominato “*Servizio ministeriale per la tutela dei consumatori*” con il quale l’utente è stato messo in contatto direttamente nel corso della stessa chiamata.

Il consulente, confermando quanto dichiarato dall’addetto del *call center*, ha indotto l’utente a fornire i propri dati personali (inclusi codice fiscale e IBAN), indicando Sky Italia S.p.a. (di seguito “Sky”) come miglior operatore con il quale attivare “*l’offerta fibra, garantita “per sempre”*”. All’esito della chiamata, il consulente ha annunciato all’utente che sarebbe stato contattato da un addetto di Sky.

Successivamente, l’utente è stato chiamato dal numero (*omissis*) (visibile nella videoregistrazione allegata alla segnalazione, non richiamabile e non dichiarato al ROC) da un addetto che si è qualificato come “*Area amministrativa SKY*” per la “*conferma della pratica e l’attivazione del servizio*”.

Alla richiesta dell’utente di ricevere la documentazione contrattuale per effettuare le dovute valutazioni, l’addetto Sky rispondeva che preventivamente avrebbe inviato un SMS riportante un link attraverso il quale avrebbe potuto raccogliere il consenso per il trattamento dei dati personali e che solo successivamente avrebbe inviato la proposta contrattuale. L’addetto specificava che l’SMS sarebbe pervenuto tramite “*C2C, la società che si occupa della gestione dei consensi*”.

Completata la procedura, l’utente ha ricevuto il riepilogo dell’offerta accettata.

Il medesimo utente, che aveva segnalato a Iliad i fatti sopra descritti, ha provveduto, in data 29 gennaio 2025, a inoltrare una segnalazione qualificata anche all’Autorità.

Al fine di verificare il rispetto della normativa di settore a tutela dell'utenza finale, con nota del 25 febbraio 2025, prot. n. 0048846, la Direzione tutela dei consumatori ha chiesto a Sky di:

a) individuare il *Partner* commerciale che ha svolto l'attività di *teleselling* sopra descritta e di confermare eventuali rapporti contrattuali (esistenti o esistiti in passato) con detto *Partner*, nonché di confermare, in caso di esistenza del rapporto contrattuale, se la suddetta società ha aderito al *Codice di condotta* di cui alla delibera n. 419/20/CONS, fornendone prova documentata; fornire la documentazione contrattuale riportante le clausole contrattuali eventualmente concordate (oggetto del contratto, durata, modalità di esecuzione delle campagne, altro);

b) conoscere se Sky ha posto in essere tutte le verifiche dettagliate nel *Codice di condotta* per le attività di *call center* fornendo adeguata documentazione;

c) chiarire se il numero dell'utente segnalante è stato fornito al partner da Sky e la modalità di reperimento del numero suddetto;

d) ricevere la lista dei contratti sottoscritti attraverso campagne di *teleselling* svolte su incarico di Sky (o di suoi *partner* commerciali) da parte del suddetto *Partner* commerciale nel corso del mese di gennaio 2025, indicando la modalità di reperimento dei numeri contattati;

e) conoscere l'intestatario dei numeri (*omissis*), (*omissis*) e (*omissis*) e di verificare se le numerazioni (*omissis*), (*omissis*) e (*omissis*) siano autorizzate da Sky;

Con nota acquisita in data 28 marzo 2025 con prot. n. 0081588, Sky ha rappresentato quanto segue.

1. Il *partner* commerciale che ha concluso il contratto oggetto di segnalazione è la società (*omissis*). (già (*omissis*)), iscritta al ROC, con cui Sky ha in essere un contratto di agenzia sottoscritto in data 15 giugno 2023.

Sky ha sostenuto la legittimità delle modalità di contatto con il segnalante, affermando che “[l]a Società, nello svolgimento dell'attività di promozione della sottoscrizione e vendita dei servizi Sky acquisisce (tramite lead digitali) attraverso il proprio sito web (<https://www.> (*omissis*)) o attraverso materiale pubblicitario sui social media le richieste al ricontatto inserite direttamente ed in autonomia dagli utenti (c.d. call me back). Nel caricare tali richieste gli utenti forniscono altresì il consenso al trattamento dei propri dati. In nessun caso, come meglio specificato nel prosieguo, questi operatori possono effettuare per Sky chiamate outbound, ma procedono a contattare il prospect solo a seguito di esplicita richiesta da parte dello stesso. Laddove il cliente abbia manifestato interesse (attraverso il lead digitale) alla valutazione di un servizio Sky, l'operatore di front office della Società procede con il contatto telefonico (attraverso l'utilizzo di un numero regolarmente iscritto al ROC) nel corso del quale provvede a illustrare all'utente il prodotto e l'offerta di Sky. **L'operatore procede poi con i controlli preliminari sui sistemi Sky al fine di assicurarsi che l'utente sia eleggibile a quella determinata vendita. Successivamente un**



operatore del back office della Società ricontatta l'utente, procede con una check call (quality check), e verifica che tutto quello che è stato illustrato dall'operatore di front office sia stato correttamente compreso dall'utente, risponde ad altre eventuali domande dell'utente e solo qualora quest'ultimo intenda procedere con la sottoscrizione del contratto, va avanti con gli step di chiusura contrattuale dai sistemi Sky. L'operatore provvede infine ad inviare all'utente DEM/SMS con OTP, attraverso i quali l'utente effettua la firma digitale del contratto con cui termina il processo di vendita. Le proposte contrattuali in formato digitale dell'offerta vengono perfezionate dalla Società esclusivamente attraverso la firma digitale". Secondo la ricostruzione di Sky, il segnalante avrebbe avanzato richiesta di ricontatto, cliccando in data 29 gennaio 2025 su un annuncio pubblicitario e compilando un form con i suoi dati personali per essere poi chiamato "dal numero (*omissis*) (numero regolarmente iscritto al ROC e richiamabile, non citato tuttavia dal (*omissis*) nella propria segnalazione)". A riprova di quanto affermato, Sky ha prodotto lo screenshot dei sistemi di Connect Pro in cui sono evidenziati i dati forniti dal cliente e i relativi consensi dallo stesso rilasciati in data 29 gennaio 2025.

Sky ha anche riferito che (*omissis*) si è dichiarata totalmente estranea ai fatti riportati dal segnalante, come da lettera versata in atti nella quale la stessa ha fornito un riscontro alle richieste di informazioni formulate da Sky una volta venuta a conoscenza dei fatti contestati.

Con riferimento al Codice di condotta, Sky ha riferito che non risulta che (*omissis*) vi abbia aderito, ma ha dichiarato, altresì, che lo stesso si applica esclusivamente a ipotesi di promozione e vendita di servizi di comunicazione elettronica effettuate tramite chiamate telefoniche outbound e non ai cosiddetti "siti di comparazione" come quello di (*omissis*), nei quali "è l'utente a chiedere espressamente di essere contattato decidendo se rilasciare un consenso al trattamento dei suoi dati valido esclusivamente per quello specifico contatto".

A giudizio di Sky, queste ultime attività, realizzate con il sistema *Call me back*, sono escluse dall'ambito di applicazione del Codice di condotta e anche nei provvedimenti del Garante per la protezione dei dati personali viene effettuata una diversificazione fra le chiamate *inbound* e *websales* (queste ultime a loro volta divisibili tra *call me back* e comparatori) e le chiamate *outbound*.

Nonostante ciò, Sky ha evidenziato che, anche al fine di uniformare i contratti con i propri partner commerciali, ha deciso di prevedere, anche nei contratti con le società che svolgono attività di comparazione, una clausola che li vincola, per il tramite contrattuale, al rispetto del Codice di condotta, spiegando che "[l]'adesione per il tramite contrattuale si è resa necessaria in quanto si è registrata, per i motivi sopra esposti, una forte resistenza da parte degli stessi operatori che svolgono attività di comparazione ad aderire direttamente al Codice, in quanto gli stessi non ritengono di effettuare attività di Teleselling e Telemarketing outbound. A tal riguardo, i contratti sottoscritti con i comparatori



*successivamente all'adesione da parte di Sky al Codice (così come previsto dal Codice, v. par. 31), contengono tale **clausola di conformità**" mentre quelli conclusi prima dell'adesione di Sky al Codice di condotta (compreso quello con la Società) sono in corso di aggiornamento "essendosi rese necessarie ulteriori modifiche alla luce della recente approvazione del Codice di Condotta per le attività di telemarketing e teleselling promosso dal Garante Privacy e (*omissis*)".*

Da ultimo Sky ha sottolineato che i contratti stipulati con le società che svolgono attività di comparazione, anche prima del loro aggiornamento, "contengono una serie di previsioni rispondenti a quelle previste dal Codice che, pertanto, sono già idonee a garantire che l'attività di vendita e promozione dei servizi Sky venga svolta nel rispetto della normativa e della regolamentazione vigente (ad es. (*omissis*)). A ciò si aggiunga, che i comparatori che lavorano per Sky effettuano una formazione iniziale, che insiste sulla parte commerciale e di prodotto oltre che sulla parte dei sistemi Sky di inserimento dei contratti. Vengono poi effettuate formazioni scandite nel tempo. In aggiunta, Sky invia mensilmente le proprie politiche commerciali che contengono tutte le informazioni utili al partner per poter vendere i servizi Sky";

2. In merito al **sistema di verifiche** implementato da Sky per garantire il rispetto delle prescrizioni previste dal paragrafo 5.2 del *Codice di condotta*, Sky ha illustrato un sistema di verifiche in presenza: ha riferito di recarsi, attraverso proprio personale qualificato, presso i locali aziendali di ogni comparatore per effettuare verifiche sulle modalità di svolgimento delle attività di promozione e vendita di servizi Sky dalle (*omissis*) alle (*omissis*) volte all'anno. Durante tali visite, vengono svolti incontri specifici con gli imprenditori, i *team leader* e il personale di *back office* nel corso dei quali si discute dell'operatività e ci si assicura che vengano svolte le attività seguendo le procedure indicate da Sky.

In particolare, per ogni comparatore, durante tali incontri viene svolta una attività di affiancamento e supervisione delle chiamate con utenti interessati ai servizi Sky (individuate a campione), nel corso delle quali viene verificato che le *proposition* commerciali siano corrette, i contenuti siano in linea con le politiche commerciali di Sky, non vi siano omissioni relative a prodotto e offerta Sky, vengano rispettati gli *script* forniti da Sky e vengano lette le informative *privacy*. Inoltre, se la conversazione volge positivamente, il personale Sky verifica che vengano svolti correttamente i controlli preliminari sul sistema di Sky, al fine di verificare l'eleggibilità del cliente alla vendita, che vengano seguiti tutti gli *step* di inserimento dati sul sistema Sky, che venga effettuata la *quality check* dal *back office* e che vengano inviati DEM/SMS per concludere gli *step* di *digital signature* del contratto digitale di abbonamento ai servizi Sky, come nel caso del segnalante.

Alcuni *partner* svolgono, inoltre, una *welcome call* (differita di 24 ore rispetto all'apposizione della *digital signature*) nel corso della quale viene chiesto al cliente se ha eventualmente bisogno di ulteriori chiarimenti in merito al contratto



sottoscritto. Nel corso degli incontri periodici svolti da Sky, viene effettuata una supervisione anche di queste chiamate.

Oltre alle visite presso i locali dei *partner*, vengono poi effettuati i c.d. “SAL” (Stato Avanzamento Lavori) periodici a distanza. Si tratta di una o più riunioni settimanali nel corso delle quali si discute con il comparatore delle attività dallo stesso svolte anche dal punto di vista operativo.

Con specifico riferimento al *partner* (*omissis*), Sky ha indicato di aver svolto (*omissis*) incontri presso i suoi locali commerciali (dal (*omissis*) al (*omissis*); (*omissis*)) nel corso dei quali non sono emersi criticità.

3. Con riferimento alle modalità di acquisizione e reperimento del numero dell’utente segnalante, Sky ha rappresentato che il contatto è stato acquisito direttamente da (*omissis*) dopo che l’utente “*ha cliccato su un annuncio pubblicitario (creatività su post social) di (omissis) relativo ai servizi Sky, attraverso cui ha avuto accesso a un form di raccolta dati che ha provveduto a compilare*”.
4. Con riferimento alle liste di contratti conclusi, Sky ha ribadito che il *partner* non svolge attività di *teleselling* in modalità “*push*”, ma promuove i prodotti Sky solo per coloro i quali chiedono di essere contattati. Ha allegato la lista dei contratti ai servizi Sky sottoscritti nel mese di gennaio 2025 per il tramite di (*omissis*) (per un totale di (*omissis*)), con indicazione della modalità di reperimento dei numeri contattati, specificando che si tratta di contratti di abbonamento sia ai servizi TV che Sky Wifi.
5. Con riferimento alle numerazioni riportate nella segnalazione, Sky ha riferito che le stesse non risultano in uso alla rete di vendita Sky, di non conoscere l’intestatario delle numerazioni indicate e di non aver autorizzato l’uso delle stesse. Al riguardo, il *partner* ha confermato che tali numerazioni non sono né intestate né riconducibili a (*omissis*) o e che non si avvale, per lo svolgimento delle attività di promozione e vendita dei servizi Sky, di soggetti terzi.

In conclusione, secondo Sky, il *partner* commerciale (*omissis*) ha agito nel rispetto della normativa vigente e degli impegni contrattuali assunti e, pertanto, non ritiene di dover intraprendere alcuna iniziativa nei suoi confronti.

Infatti, sebbene il caso oggetto di segnalazione riguardi, secondo Sky, una chiamata commerciale effettuata all’esito di una richiesta di ricontatto, **l’operatore ha comunque illustrato le procedure interne e le misure atte a garantire che tutte le attività di *teleselling outbound* in nome di Sky siano condotte con trasparenza e nel rispetto delle leggi e del quadro regolamentare vigente.**

Il sistema, frutto di rilevanti investimenti, prevede controlli *ex ante* ed *ex post* con grande attenzione alla gestione delle numerazioni da contattare, (*omissis*).

A tal proposito, Sky ha rimarcato che “(*omissis*)”.

2. Il Codice di Condotta dell'Autorità inerente alle modalità di svolgimento delle attività di teleselling e telemarketing

Il “Codice di condotta per le attività di call center di cui alla delibera n.420/20/CONS sulle attività di teleselling e telemarketing avuto riguardo agli obblighi a tutela dei clienti finali derivanti dal codice delle comunicazioni elettroniche e dalle delibere dell'Autorità”, riportato nell'Allegato A alla delibera n. 197/23/CONS, definisce specifiche misure a tutela dell'utenza nell'ambito delle attività di promozione commerciale e vendita telefonica di servizi di comunicazioni elettroniche e connessi prodotti da parte dei *Partner Commerciali* degli Operatori di comunicazioni elettroniche.

Con particolare riferimento all'individuazione delle liste di numeri di contatto che i *Partner* utilizzano per le campagne di *teleselling* in *outbound*, al paragrafo 4 è espressamente previsto che “[l]’attività di Call Center svolta dai *Partner Commerciali* avviene con le seguenti modalità:

- tramite liste di clienti da contattare, fornite dall'Operatore;
- attraverso autonome acquisizioni che devono essere raccolte rispettando i criteri forniti dall'Operatore, in modo conforme a quanto stabilito in materia dalla normativa sulla protezione di dati personali nonché da quanto previsto dal presente Codice di Condotta.

...

Fermo quanto sopra, l'Operatore realizza dei sistemi di verifica della correttezza dell'utilizzo delle liste di contatto. Tali sistemi lasciano all'Operatore la libertà di verificare in modalità autonoma che:

- la numerazione utilizzata dal *Partner Commerciale* in fase di contatto sia tra quelle dallo stesso registrate nella sua iscrizione al ROC;
- la numerazione chiamata appartenga a liste di clienti da contattare fornite oppure validate dall'Operatore”.

Con riferimento alle “*Verifiche preliminari dell'affidabilità dei partner commerciali*”, il paragrafo 5.1 del Codice di condotta per le attività di call center prescrive:

“I requisiti minimi obbligatori che gli Operatori che aderiscono al presente Codice richiederanno ai Partner Commerciali sono i seguenti:

- *Adesione diretta o per il tramite contrattuale a tutti i contenuti del presente Codice di Condotta,*
- *iscrizione al ROC nei tempi stabiliti dalla normativa applicabile”.*

Inoltre, in base al paragrafo 5.2:

“5.2 PREVISIONE, NEL CONTRATTO, DI STRUMENTI DI VERIFICA DA PARTE DELL'OPERATORE E OBBLIGHI PER IL PARTNER COMMERCIALE



L'Operatore verifica, in qualunque momento, secondo modalità e tempistiche definite nei singoli contratti, con riferimento a ciascun Partner Commerciale che ha eseguito il contatto quanto segue:

o la numerazione telefonica utilizzata per il contatto telefonico tenuto conto che è possibile utilizzare, a tal fine, esclusivamente numerazioni richiamabili registrate al ROC;

o il numero chiamato;

o la data, l'ora e la durata del contatto;

o l'esito del contatto con l'utente consumer (contratto concluso/contratto non concluso/cliente non risponde/etc..);

o l'adozione di tutte le prescrizioni presenti nel contratto (ad esempio, tramite incontri periodici con i Partner Commerciali) fermo restando:

- il rispetto dell'obbligo per i Partner Commerciali di contattare le sole numerazioni contenute nelle liste di utenti consumer, fornite dall'Operatore a tal fine e/o autonomamente acquisite dai Partner stessi rispettando i criteri forniti dall'Operatore in conformità con la normativa in materia di protezione di dati personali e con quanto previsto nel Codice di condotta per le attività di call center per le attività di telemarketing e teleselling promosso dal Garante Privacy, al fine di arginare il fenomeno delle chiamate indesiderate;*

- il divieto di cessione a sub-contractor delle attività prestate dai Partner Commerciali se non dopo richiesta formale all'Operatore ed autorizzazione scritta dello stesso. In questi casi, il soggetto cedente si obbliga ad effettuare un costante monitoraggio degli eventuali sub-contractor e ad assumersi la responsabilità di tutte le attività da questi svolte;*

- l'obbligo per il sub contractor di possedere i medesimi requisiti del Partner Commerciale;*

- l'obbligo per il Partner Commerciale di prestare la propria attività nel pieno rispetto delle prescrizioni di legge e della regolamentazione applicabile;*

o I Partner Commerciali sono direttamente responsabili dei danni cagionati a terzi in quanto operano in completa autonomia e con propria organizzazione;

o Il contratto prevede apposite clausole che prevedano penali economiche in capo ai Partner Commerciali in caso di violazione posta in essere da questi ultimi e/o da sub-appaltatori, individuati ai sensi dei punti 6 e 6.1 che seguono, rispetto a quanto previsto nel presente Codice, al fine di disincentivare l'adozione di pratiche illecite”.

3. Valutazioni conclusive dell'Autorità

In via preliminare, non appare condivisibile quanto dedotto da Sky in ordine all'esclusione dei cosiddetti "siti comparatori" dall'ambito di applicazione del *Codice di condotta* relativo alle attività dei *call center*.

Secondo quanto dichiarato da Sky, infatti, questa tipologia di società collabora con l'operatore "... *nello svolgimento dell'attività di promozione della sottoscrizione e vendita dei servizi Sky acquisisce (tramite lead digitali) attraverso il proprio sito web (<https://www.> (*omissis*)) o attraverso materiale pubblicitario sui social media le richieste al ricontatto inserite direttamente ed in autonomia dagli utenti (c.d. call me back)*".

A tal proposito, si osserva che, come esplicitamente specificato nell'art. 3, ultimo capoverso, del richiamato *Codice di condotta*, "[n]on rientrano nell'ambito di applicazione del presente Codice di Condotta le modalità di contatto sviluppate tramite canali diversi da quello telefonico vocale quale, ad esempio, il canale SMS oppure le attività relative alla commercializzazione di servizi diversi da quelli di comunicazione elettronica".

A ciò si aggiunga che, quanto ai soggetti attivi nell'attività di promozione e vendita tramite contatto telefonico, il *Codice di condotta* chiarisce che l'attività di contatto degli utenti, per il servizio *outbound*, viene, tra l'altro, svolta da "soggetti terzi selezionati e contrattualizzati da parte dell'Operatore, c.d. Partner Commerciali, che svolgono attività di Call Center come di seguito specificato:

omissis

Attività di Call Center con Appalto di servizi o con Contratto di Agenzia. L'Operatore, in qualità di committente o proponente (nel caso di Contratto di Agenzia), affida al Partner Commerciale la realizzazione di un servizio che abbia le caratteristiche predeterminate dal committente o dal proponente (nel caso di contratto di Agenzia) nel rispetto del presente Codice e si svolga nei tempi e con le modalità da lui indicati in sede di stipula del contratto.

*Nello specifico, al Partner Commerciale viene affidata l'attività di Call Center consistente nella attività **di commercializzazione/promozione per via telefonica di servizi e prodotti di un Operatore** (es. in fase di accettazione della proposta mediante registrazione del Verbal Order, Digital Confirmation -es. firma elettronica- o altri strumenti idonei ai sensi della normativa vigente). Nelle attività di Call Center, come definite nel presente Codice, per la c.d. "presa appuntamento" può essere adoperata anche la comunicazione a mezzo telefono. Per l'espletamento del servizio può essere previsto il pagamento di un compenso predeterminato definito tra l'Operatore e il Partner Commerciale".*

Nel caso di specie, l'esame del materiale probatorio allegato alla segnalazione mostra che **il contatto con l'utente è avvenuto, *prima facie*, a seguito di chiamate (automatizzate e non) effettuate da addetti di call center attraverso numerazioni non dichiarate al ROC e non richiamabili (probabilmente oggetto di CLI spoofing).**

Durante queste chiamate sono state fornite informazioni mendaci per indurre l'utente a cambiare operatore. Una volta carpita la fiducia dell'utente, nel corso della chiamata è stato indotto a chiedere formalmente il ricontatto attraverso un *link* inviato con SMS, con il risultato che i successivi contatti sono stati effettuati mediante numeri dichiarati al ROC per la conclusione del contratto.

Basandosi sul dettato del *Codice di condotta*, in realtà, (*omissis*) è qualificabile, ai sensi dell'art. 2, come “*Partner commerciale*” di Sky in quanto “... *operatore economico esercente nell'ambito del presente Codice di Condotta, attività di Call Center*”, e, dalla descrizione delle attività svolte da (*omissis*) in favore di Sky, si evince che le stesse possono essere qualificate, sempre ai sensi dello stesso art. 2, “*Teleselling*” in quanto consistono in “... *attività di contatto telefonico con operatore effettuata per finalità di vendita diretta attraverso chiamate destinate a numerazioni fisse e mobili nazionali*”.

Inoltre, nello stesso articolo è definito il **servizio telefonico di contatto “outbound”** come un “*servizio attraverso il quale l'operatore si mette in contatto con l'Utente Consumer per fornire informazioni su prestazioni e servizi commerciali e/o proporre l'adesione*” senza specificare se il contatto avvenga a seguito di una preliminare fase di richiesta su sito *web*.

Per altro verso, si rileva che, a livello contrattuale, sono state inserite “clausole di conformità” che impegnano le parti al rispetto della normativa vigente in materia di *teleselling* e *telemarketing*. Anche per i contratti conclusi prima dell'adesione al *Codice di condotta* da parte di Sky, l'impianto contrattuale garantisce il rispetto delle norme vigenti a tutela degli utenti¹.

Sotto diverso profilo, nel contratto è presente (*omissis*).

Superata l'obiezione di inapplicabilità delle norme del *Codice di condotta*, è necessario esaminare le condotte dedotte in segnalazione e l'idoneità delle procedure implementate da Sky e dal *call center* per garantire la legittimità delle attività di promozione commerciale svolte in suo favore attraverso attività di *teleselling*.

Va ribadito che l'esame delle videoregistrazioni allegate alla segnalazione dimostra la veridicità di quanto riportato nella segnalazione di Iliad e dell'utente in merito ai contenuti delle chiamate provenienti dai numeri (*omissis*) e (*omissis*), effettuate da un *call center* che si è qualificato come “consulente Iliad”.

I numeri in questione sono risultati non richiamabili e non dichiarati al ROC.

Dalle videoregistrazioni è stato, altresì, possibile individuare il numero chiamante (*omissis*) (non richiamabile e non dichiarato al ROC) utilizzato da un addetto che si è qualificato come “Area amministrativa SKY”, il quale ha spiegato all'utente come seguire la procedura per la richiesta di ricontatto (*link* tramite SMS) finalizzata a nascondere l'illegittimità della procedura per il primo contatto con l'utente.

¹ Si veda, per tutte, la clausola riportata (*omissis*).

Esposta la situazione a Sky, quest'ultima, per dimostrare l'efficacia delle procedure di controllo implementate, ha riferito che sussistono due linee procedurali differenziate per il controllo delle attività promozionali affidate in *outsourcing*.

La prima, riservata ai c.d. "siti di comparazione" che dovrebbero contattare il cliente solo dopo la richiesta di *Call me back* tramite sito o tramite *banner* pubblicitari, è una procedura di controllo in presenza, con ripetute visite presso la sede dell'*outsourcer*, da parte di personale specializzato e prevede una attività di affiancamento e supervisione delle chiamate con utenti interessati ai servizi Sky, che si conclude con un'attività di *quality check* dal *back office* prima che vengano inviati DEM/SMS per concludere gli *step* di *digital signature* del contratto digitale di abbonamento ai servizi Sky, come nel caso dell'utente segnalante. In alcuni casi viene effettuata una *welcome call* (differita di 24 ore rispetto all'apposizione della *digital signature*) nel corso della quale viene chiesto al cliente se ha eventualmente bisogno di ulteriori chiarimenti in merito al contratto sottoscritto.

Una seconda tipologia di procedura di controllo viene applicata da Sky ai **partner commerciali che svolgono attività di *teleselling outbound*** per verificare che le attività siano condotte con trasparenza e nel rispetto delle leggi e del quadro regolamentare vigente.

Al riguardo, l'operatore ha dichiarato di aver effettuato "*rilevanti investimenti diretti all'implementazione di un sistema di controlli rigorosi e ben strutturati, sia ex ante che ex post, che consentono un monitoraggio capillare e costante dei partner autorizzati ad eseguire attività outbound di vendita e promozione dei propri servizi e assicurano che lo svolgimento delle suddette attività operi in conformità con gli standard aziendali e nel rispetto delle normative e del quadro regolamentare vigente. In proposito Sky pone grande attenzione sulla gestione (omissis)*".

(omissis)

A prescindere dalla qualificazione che Sky attribuisce ai suoi *partner* commerciali, le condotte dedotte in segnalazione, e comprovate dalle registrazioni allegate, si pongono in contrasto con le prescrizioni del *Codice di condotta* per quanto riguarda gli obblighi vigenti per l'operatore di verificare la correttezza dell'operato dei suoi *Partner* commerciali.

Le verifiche in presenza effettuate presso il *partner* non hanno, infatti, contribuito a evidenziare eventuali criticità che, invece, sono comprovate dalle videoregistrazioni fornite dal segnalante, dalle quali è possibile dedurre che la fase iniziale di procacciamento del cliente avviene, almeno in alcuni casi, utilizzando numeri non richiamabili e non dichiarati al ROC, diffondendo informazioni mendaci su disservizi e costi, il tutto per indurre il cliente ad avanzare la richiesta di ricontatto attraverso la compilazione di un *form on line*, in modo da concludere il contratto nei limiti di legittimità imposti dalla normativa vigente.

A tale proposito, il *Codice di condotta* prevede che:

“5.2 PREVISIONE, NEL CONTRATTO, DI STRUMENTI DI VERIFICA DA PARTE DELL’OPERATORE E OBBLIGHI PER IL PARTNER COMMERCIALE

L’Operatore verifica, in qualunque momento, secondo modalità e tempistiche definite nei singoli contratti, con riferimento a ciascun Partner Commerciale che ha eseguito il contatto quanto segue:

o la numerazione telefonica utilizzata per il contatto telefonico tenuto conto che è possibile utilizzare, a tal fine, esclusivamente numerazioni richiamabili registrate al ROC;

o il numero chiamato;

o la data, l’ora e la durata del contatto;

o l’esito del contatto con l’utente consumer (contratto concluso/contratto non concluso/cliente non risponde/etc..);

o l’adozione di tutte le prescrizioni presenti nel contratto (ad esempio, tramite incontri periodici con i Partner Commerciali) fermo restando:

• il rispetto dell’obbligo per i Partner Commerciali di contattare le sole numerazioni contenute nelle liste di utenti consumer, fornite dall’Operatore a tal fine e/o autonomamente acquisite dai Partner stessi rispettando i criteri forniti dall’Operatore in conformità con la normativa in materia di protezione di dati personali e con quanto previsto nel Codice di condotta per le attività di call center per le attività di telemarketing e teleselling promosso dal Garante Privacy, al fine di arginare il fenomeno delle chiamate indesiderate;”.

Nel caso di specie, Sky, che (*omissis*) ha dichiarato di (*omissis*), sembra prevedere un sistema di controlli meno puntuale per le attività svolte da parte dei “siti comparatori.

Tuttavia, anche alla luce di quanto rilevato dall’Autorità con le diffide di cui alle delibere n. 462/24/CONS e n. 84/25/CONS, è ben noto che sovente gli utenti sono indotti ad accedere ai siti *web* di *call center*, dove viene acquisito il consenso a essere richiamati, con modalità fraudolente. Nonostante ciò, la procedura di controllo del *call center* in questione non è stata in grado di intercettare il fatto che l’utente è stato indotto a prestare il consenso a essere ricontattato, per poi procedere alla sottoscrizione del contratto, in modo non lecito, ossia con numeri soggetti a *spoofing* e con informazioni non veritiere.

La fattispecie dedotta nella segnalazione si è quindi verificata per una carenza di efficacia delle procedure predisposte da Sky al fine di verificare la correttezza dell’operato dei *partner* commerciali qualificati come i “siti comparatori” nel contrattualizzare i nuovi clienti, come espressamente previsto nel paragrafo 5.2 del Codice di condotta.

Dalla documentazione prodotta dal segnalante, appare evidente che (*omissis*) ha provveduto ad acquisire il consenso al trattamento dei dati personali per finalità di marketing solo a seguito di alcune chiamate irregolari al numero del segnalante, in cui

sono state fornite informazioni mendaci, e subentrando con procedure legittime solo dopo la fase di primo contatto.

Le verifiche *ex post* delineate da Sky si sono poi rivelate non idonee a evidenziare questa tipologia di contatti illegittimi in cui gli utenti sono preliminarmente indotti a compilare il modulo per il ricontatto in modalità non lecita.

Alla luce di quanto argomentato, si constata, quantomeno in relazione al contratto sottoscritto dall'utente segnalante in data 29 gennaio 2025, la scarsa efficacia delle verifiche predisposte da Sky in attuazione di quanto previsto nel paragrafo 5.2 del *Codice di condotta* in ordine alle relazioni contrattuali tra operatori e *partner* commerciali che svolgono attività di *call center* riportato nell'allegato A alla delibera n. 197/23/CONS.

RILEVATO che Sky non ha previsto efficaci sistemi di verifica e monitoraggio circa il corretto operato dei propri *partner* commerciali ai fini dello svolgimento delle attività di *teleselling* e *telemarketing* contemplate dal *Codice di condotta* approvato con la delibera n. 197/23/CONS;

CONSIDERATO che l'art. 2 (Sanzioni) della suddetta delibera prevede che “1. Il mancato rispetto, da parte di una Società che ha aderito, alle disposizioni del Codice di Condotta è, previa Diffida alla stessa ad adottare le azioni necessarie per stabilire la conformità, sanzionato ai sensi dell'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/97”;

VISTA la relazione dell'Ufficio della Direzione tutela dei consumatori e gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Massimiliano Capitanio, relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*;

DIFFIDA

la società Sky Italia S.p.A. al rispetto, nei termini di cui in premessa, degli obblighi previsti dal *Codice di condotta*, ai paragrafi 5.1 e 5.2, approvato con la delibera n. 197/23/CONS.

L'operatore è tenuto a implementare le attività di cui al punto precedente entro 120 giorni dalla notifica del presente provvedimento e a comunicare le iniziative assunte entro 30 giorni dalla medesima notifica.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

La presente delibera è notificata alla parte ed è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 25 giugno 2025



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella