



DELIBERA N. 272/25/CONS

**PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL
MERCATO IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI
DELLA SOCIETÀ SKY ITALIA S.R.L. IN MATERIA DI PRATICHE
COMMERCIALI SCORRETTE**
PS12917

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 6 novembre 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 e radiotelevisivo*” (di seguito, Autorità);

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*” (di seguito, TUSMAR);

VISTO il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229*” (di seguito, 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;

VISTO il Protocollo di intesa integrativo in materia di pratiche commerciali scorrette tra l'Autorità e l'Autorità garante per la concorrenza e del mercato (di seguito, “AGCM”) del 23 dicembre 2016;

VISTA la nota acquisita in data 13 ottobre 2025 al prot. n. 0255673 dell'Autorità, con la quale l'AGCM ha chiesto, ai sensi dell'art. 27, commi 1-bis e 6, del Codice, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società Sky Italia S.r.l. (di seguito “Sky” o “Professionista” o “Società”);

VISTA la nota del 25 febbraio 2025 di avvio del procedimento istruttorio PS/12917 con la quale l'AGCM ha reso noto al Professionista che:

1. A partire dal mese di maggio del 2024 sono pervenute numerose richieste di intervento da parte di consumatori che segnalano alcuni comportamenti del professionista attinenti alla fornitura del servizio di pay TV, suscettibili di integrare tre pratiche commerciali con riguardo a: a) la trasparenza delle comunicazioni all'utenza circa l'aumento del costo degli abbonamenti TV Sky e Now offerti dal professionista; b) l'applicazione di tali aumenti a offerte tv il

cui *claim* induceva a pensare che ne fossero escluse; c) la prospettazione di vantaggiose offerte da parte del professionista, confezionate specie mediante l'attivazione di pacchetti TV aggiuntivi (sport, cinema, ecc.) o servizi accessori (Sky *wi-fi*), formulate a fronte di richieste di disdetta o in prossimità della scadenza degli abbonamenti, ma le cui condizioni promesse vengono sistematicamente disattese in fattura.

TENUTO CONTO che, secondo l'AGCM, ciascuno dei comportamenti posti in essere da Sky potrebbe integrare gli estremi di una pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 20, 21 e 22 del *Codice*, in quanto:

- 1) **per la condotta sub a)**, le modalità e il contenuto delle comunicazioni con cui Sky veicola all'utenza gli aumenti di prezzo degli abbonamenti tv, appaiono ingannevoli ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del *Codice del consumo*.

Con specifico riferimento alla comunicazione in fattura, il collocamento della comunicazione di aumento di prezzo solo nell'ultima (quarta) facciata della stessa fattura, dopo il riepilogo dei costi e il totale da pagare (prime due pagine), nonché dopo una locandina di carattere pubblicitario (terza pagina), rende infatti scarsamente visibile l'informativa resa.

A tutto ciò si aggiunga che anche il consumatore che arrivi a tale informativa di quarta pagina si trova dinanzi a un messaggio dal contenuto quantomeno anodino: infatti, ivi si legge che l'abbonato ha la facoltà di recedere gratuitamente “*in qualunque momento fino al 30 giugno 2024*”. Tale enunciato appare intrinsecamente contraddittorio e quindi confusorio, in quanto giustappone un'indicazione di assenza di limiti temporali (“*in qualunque momento*”) all’indicazione contestuale di un termine (nell'esempio, 30 giugno 2024).

Infine, anche l'indicazione “*In caso di richiesta di disattivazione successiva alla data di modifica contrattuale [nell'esempio, 1° giugno 2024] si applicheranno le nuove condizioni*” non appare di immediata comprensibilità.

- 2) **per la condotta sub b)**, l'utilizzo del *claim* “*finché non dis dici*” in relazione a offerte cui Sky ha applicato, per sua esplicita ammissione, aumenti di prezzo, appare a sua volta ingannevole e quindi suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del *Codice del consumo*.

L'uso del citato *claim* sembrerebbe infatti suggerire al consumatore che le condizioni della propria offerta e, nella specie, il “prezzo promozionale” resteranno invariate in costanza del vincolo contrattuale. Malgrado l'uso del *claim*, il professionista nelle CGC si è comunque riservato la facoltà di variare il prezzo.

- 3) **la condotta sub c)**, alla stregua della quale il professionista è solito prospettare in particolare a clienti il cui abbonamento sia in prossimità di scadenza ovvero



a clienti che abbiano manifestato l'intenzione di esercitare il diritto di recesso, offerte vantaggiose (a scopo, quindi, di *retention*) che non vengono poi in concreto applicate, parimenti è idonea a integrare una pratica ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del *Codice del consumo*.

In particolare, in molti casi il vantaggio per l'utente viene prospettato quale sconto fruibile in caso di aggiunta di servizi diversi da quello dell'abbonamento tv (ad es., Sky Wi-fi o Sky Mobile) o pacchetti aggiuntivi all'interno dell'abbonamento tv (ad es. sport, cinema), salvo poi non mantenere nelle fatture emesse successivamente all'adesione all'offerta lo sconto inizialmente promesso.

Conseguentemente, il consumatore intenzionato a interrompere il proprio rapporto con il professionista - nel caso di recesso - o non interessato a proseguirlo - nel caso di contratto in scadenza - potrebbe essere indotto a una scelta commerciale diversa e opposta (non recedere più e/o stipulare un nuovo contratto) proprio a seguito della non cristallina prospettazione, di condizioni molto vantaggiose, poi concretamente disattese.

VISTA la documentazione trasmessa dall'AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa ai comportamenti della Società;

CONSIDERATA la centralità che assume, per l'Autorità, nell'ambito della propria regolamentazione, il tema della trasparenza delle condizioni di offerta riportate sui siti *web*, presso i punti vendita, e nei relativi contratti, in quanto consente all'utente finale, grazie alla chiarezza delle condizioni giuridiche, tecniche ed economiche, di effettuare scelte consapevoli nell'acquisto di beni e servizi oltre che di far valere, in caso di difformità rispetto alle condizioni proposte, i propri diritti;

RILEVATO, in particolare, che le modifiche apportate dalla Società riguardano variazioni delle condizioni economiche di offerte di *pay-tv*, le quali, in base alla regolamentazione di settore, vanno previamente comunicate all'utenza finale in modo chiaro ed esaustivo al fine di garantire scelte contrattuali consapevoli, incluso il legittimo esercizio del diritto di recesso senza costi previsto dal contratto e/o della normativa di settore;

RITENUTO, pertanto, opportuno che il parere richiesto sia reso solamente ai sensi del novellato art. 27, comma 1-bis, del *Codice*, attesa la riconducibilità della materia, di cui al procedimento in parola, a fattispecie disciplinate dalla normativa di settore o da delibera dell'Autorità, sul presupposto che resta pertanto ferma la competenza dell'Autorità a interpretare la regolamentazione settoriale vigente, ad applicare la normativa settoriale introdotta dal Quadro europeo e a sanzionarne eventuali violazioni;

CONSIDERATO che già con la delibera n. 278/04/CSP, del 10 dicembre 2004, recante “*Approvazione della direttiva generale in materia di carte dei servizi e qualità dei servizi di televisione a pagamento ai sensi dell'art. 1, comma 6, lett. b), numero 2, della legge 31 luglio 1997, n. 249*”, l'Autorità ha adottato la Direttiva generale in materia



di obblighi di condotta, rinvenibili nella Carta dei servizi e nelle Condizioni generali di contratto, cui devono attenersi i fornitori di servizi di pay-tv nei rapporti con l'utenza finale;

CONSIDERATO, in particolare, che l'art. 4 (Principi generali), commi 1, 3 e 5, dell'Allegato A alla citata delibera n. 278/04/CSP stabilisce che:

"1. I comportamenti dei fornitori di servizi di televisione a pagamento nei confronti degli utenti si ispirano a criteri di obiettività, giustizia ed imparzialità. Le clausole delle condizioni generali e specifiche di fornitura del servizio e delle norme regolatorie di settore si interpretano in funzione di tale obbligo.

3. In ottemperanza al principio del diritto di scelta, la stipula del contratto di fornitura del servizio di televisione a pagamento, il recesso, le variazioni contrattuali per includere od escludere la fornitura di un servizio supplementare o di altre prestazioni aggiuntive sono resi ugualmente accessibili e praticabili, attraverso procedure semplici, chiare, ed equilibrate";

5. I fornitori di servizi di televisione a pagamento perseguono il miglioramento progressivo dell'efficacia e dell'efficienza dei servizi, attraverso l'adozione delle soluzioni tecnologiche, organizzative, contabili e procedurali più idonee allo scopo";

RILEVATO, pertanto, che la condotta oggetto del presente parere attiene a profili di specifica competenza regolamentare e di vigilanza dell'Autorità, avuto riguardo alla trasparenza delle informazioni rese ai consumatori in relazione alle condizioni giuridiche ed economiche delle offerte proposte da Sky e alla disciplina contrattuale applicabile anche in caso di modifica unilaterale di contratto;

CONSIDERATO che l'Autorità, a tale riguardo, ha effettuato, ai sensi delle su richiamate disposizioni normative e regolamentari, mirate attività di vigilanza a seguito sia delle segnalazioni ricevute sia degli esiti dei procedimenti di definizione delle controversie tra utenti e fornitori di servizi ai sensi dell'art. 40 del *TUSMAR* e ha conseguentemente avviato, nei confronti di Sky, ai sensi dell'Allegato A alla delibera n. 278/04/CSP, un procedimento sanzionatorio, tuttora in corso, in materia di rispetto degli obblighi di trasparenza delle offerte di pay-tv commercializzate dalla stessa Società e dei relativi termini contrattuali;

CONSIDERATO in conclusione che, ferma rimanendo la competenza dell'Autorità ad interpretare e applicare la normativa settoriale a tutela dei consumatori e a sanzionarne eventuali violazioni, l'Autorità si riserva, all'esito delle descritte attività istruttorie, di adottare i provvedimenti conclusivi di competenza vista la riconducibilità della materia, di cui al procedimento in parola, a fattispecie disciplinate dalla normativa di settore o regolamentate da delibere dell'Autorità;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione della Commissaria Elisa Giomi, relatrice ai sensi dell'articolo 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*;



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

DELIBERA

di esprimere parere nei termini di cui in motivazione.

Il presente parere sarà pubblicato sul sito *web* dell'Autorità, salvo che vengano rappresentate, entro trenta giorni dal suo ricevimento, eventuali ragioni ostative alla pubblicazione.

Roma, 6 novembre 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE
Elisa Giomi

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