



UNC
CONSUMATORI.IT

ANTITRUST: sanzione da 4.4 milioni a Fastweb per finta fibra

23 aprile 2018

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

Ottima notizia la multa dell'Antitrust a fastweb per pratica commerciale scorretta: il consumatore deve essere informato sulle reali possibilità di avere la fibra a casa.

Roma, 23 aprile 2018 - L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha sanzionato per pratica commerciale scorretta Fastweb S.p.A., per un ammontare complessivo di 4.4 mln di euro. Dopo Telecom, quindi, è la volta di Fastweb

“Bene, ottima notizia! Basta con la finta fibra! L'Antitrust prosegue nella sua azione di sanzionare la pratica scorretta delle compagnie telefoniche di illudere e prendere il giro il consumatore sulle possibilità di avere la fibra ottica e di poter raggiungere le massime prestazioni in termini di velocità” afferma Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori.

“Una materia sulla quale, non per niente, 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” conclude Dona.

Per l'Authority, nelle campagne pubblicitarie inerenti l'offerta commerciale di connettività in fibra ottica (sito web, spot televisivi e affissionali), Fastweb, a fronte del ricorso a claim volti ad enfatizzare l'utilizzo integrale ed esclusivo della fibra ottica e/o il raggiungimento delle massime prestazioni in termini di velocità e affidabilità della connessione, ha omesso o non ha adeguatamente evidenziato le informazioni sulle caratteristiche dell'offerta, sui limiti geografici di copertura delle varie soluzioni di rete, sulle differenze di servizi disponibili e di performance in funzione dell'infrastruttura utilizzata per offrire il collegamento in fibra.

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 i claim presenti nelle campagne pubblicitarie sulla fibra di Fastweb non contenevano chiari riferimenti alla

circostanza che le massime velocità di connessione fossero ottenibili solo in virtù dell'attivazione di un'opzione aggiuntiva in promozione gratuita per un periodo limitato e, poi, a pagamento.

L'assenza di un'informazione chiara su tali profili impedisce al consumatore, pertanto, di prendere una decisione consapevole sull'acquisto dell'offerta in fibra.

La condotta ingannevole e omissiva risulta particolarmente rilevante in considerazione dell'importanza del settore economico interessato, caratterizzato da modelli di consumo ed esigenze degli utenti in continua e radicale evoluzione, a fronte di una crescente offerta di servizi digitali.