

PS7577 - NEOMOBILE-SERVIZI PREMIUM NON RICHIESTI

Provvedimento n. 24445

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 luglio 2013;

SENTITO il Relatore Professore Piero Barucci;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 10 dicembre 2012, successivamente integrata in data 1 marzo e 11 aprile 2013, con la quale la società Neomobile S.p.A. ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento;

VISTI i propri provvedimenti del 6 febbraio e 4 aprile 2013, con i quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Neomobile S.p.A., (di seguito anche "Neomobile") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore del *mobile entertainment* (servizi e contenuti digitali interattivi) e del *mobile payment*. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011, presenta ricavi per 30.187.001 euro¹.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nella diffusione di messaggi, quali *banner* e *link* promozionali², diffusi su siti internet e *app* in mobilità, nonché *landing page* che non informerebbero correttamente sull'oggetto, sulla natura e sull'onerosità della reale offerta, che consiste in abbonamenti a servizi informativi e giochi.

3. In particolare, i consumatori³, nell'arco temporale luglio 2011 - ottobre 2012, hanno segnalato che durante la navigazione in internet in mobilità, a seguito di una semplice digitazione su *banner* e *link*, presenti in siti internet e *app*, hanno ricevuto un sms che informava dell'avvenuta attivazione di un servizio in abbonamento al costo di 5,00 euro a settimana, peraltro, omettendo di fornire indicazioni sulle relative modalità di disattivazione. Alcuni consumatori, inoltre, hanno segnalato di aver avuto contezza dell'avvenuta attivazione dell'abbonamento solo controllando *ex post* il proprio credito disponibile, la fattura o contattando il proprio operatore telefonico a seguito della ricezione di sms di vario contenuto.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 17 ottobre 2012 è stato avviato il procedimento istruttorio n. PS7577 per possibile violazione degli articoli 20, 21, 22 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo.

5. In particolare, il professionista con le modalità di aggancio utilizzate, ovvero per mezzo di generici, ambigui e fuorvianti *banner* o *link* promozionali, non avrebbe fornito ai consumatori in maniera chiara, completa e tempestiva le informazioni necessarie al fine di: (i) rendere comprensibili le conseguenze derivanti dalla semplice digitazione, dei *banner* o *link* in contestazione, ovvero l'abbonamento a pagamento a servizi *premium* con l'immediata decurtazione del credito disponibile; (ii) esplicitare le modalità di disattivazione dei suddetti servizi.

6. In tale sede, inoltre, è stata ipotizzata l'aggressività nella misura in cui detti *banner* o *link* inducono il consumatore medio, nonché categorie di consumatori più vulnerabili, che digitano su di essi per spostarli dallo schermo del

¹ [Cfr.: Allegato 4 al doc. prot. 0061465 del 14 novembre 2012.]

² [Ad es.: il link con "La farfallina di Belen" presente nell'app "il meteo.it"; banner promozionali presenti nei siti "dindo.it" e "vipmobile.it"; banner o link con su scritto "Videoland" o "Play"; foto di personaggi famosi; visionando un'applicazione di giochi senza selezionare alcun gioco; aprendo semplicemente una mail che invitava a scaricare gratuitamente sfondi per il desktop; un'icona con su scritto "Lezioni di fitness" presente nel sito "euribor.it".]

³ [Nel fascicolo istruttorio sono presenti oltre 40 segnalazioni.]

terminale mobile, per chiuderli o per semplice curiosità, ad abbonarsi inconsapevolmente ai servizi *premium* a fronte del pagamento di somme prelevate dal credito telefonico, in maniera automatica e reiterata, o addebitate in fattura.

7. In data 10 dicembre 2012, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, Neomobile ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione, integrati successivamente in data 1 marzo e 11 aprile 2013.

8. In data 22 marzo 2013, è stato comunicato alla Parte che l'Autorità, nell'adunanza del 20 marzo 2013, ha ritenuto gli impegni proposti parzialmente idonei.

9. In data 11 aprile 2013, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, Neomobile ha presentato una integrazione degli impegni.

10. Nell'adunanza del 15 maggio 2013, l'Autorità ha rigettato gli impegni presentati da Neomobile. Il rigetto degli impegni è stato comunicato al professionista in data 17 maggio 2013.

11. In data 20 maggio 2013 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

12. In data 3 giugno 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

13. In data 10 luglio 2013, l'Autorità in autotutela ha revocato la decisione di rigetto degli impegni.

2) Gli impegni del professionista

14. Con nota pervenuta in data pervenuta in data 10 dicembre 2012, successivamente integrata in data 1 marzo e 11 aprile 2013, il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento.

15. In particolare, tali impegni – che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono quanto di seguito riportato.

a) Impegni relativi ai Banner

16. Nei *banner* sarà anticipata l'informativa sui servizi *premium* in abbonamento. In particolare, la società si impegna affinché ogni *Banner* contenga l'indicazione del prezzo del servizio e la frequenza dell'addebito sul credito telefonico. Inoltre, sui *banner* le indicazioni promozionali riguardanti i servizi *premium* saranno conformate alle informazioni essenziali del servizio e saranno riportate con caratteri di dimensioni proporzionate e con colori tali da renderli ben evidenti e leggibili.

17. La società si impegna, altresì, a continuare a fare in modo che l'attivazione dei servizi *premium* non possa essere effettuata direttamente a seguito del semplice *click* sul *banner*, ma solo dopo che l'utente sia atterrato sulla *landing page* della società e abbia potuto prendere visione delle informazioni sul servizio e di quelle contenute nel *link "Termini e condizioni"*⁴.

b) Impegni relativi alle Landing Page

18. In ogni *landing page* sarà riportato un *disclaimer* relativo ai servizi in cui si indica che si tratta di un servizio in abbonamento e che il *click* sul "Bottone di attivazione" implica che il costo del servizio sia pagato tramite il credito telefonico dell'utente. Inoltre, in tutte le *landing page* sarà riportato che il servizio è in abbonamento, che l'addebito avviene sulla SIM del cliente, che il servizio è riservato ai maggiorenni e che cliccando sul "Bottone di attivazione" si accettano "*Termini e Condizioni*"; sarà altresì indicato il prezzo, la frequenza e la descrizione del servizio.

19. La società si impegna a inserire nelle *landing page* un "*link* di annullamento", così da porre l'utente di fronte alla scelta di digitare sul "Bottone di attivazione" o sul "*link* di annullamento", nel caso in cui non fosse interessato ad attivarsi al servizio *premium*. Una volta cliccato "il *link* di annullamento" l'utente è reindirizzato su una pagina di cortesia della società che gli conferma la mancata attivazione del servizio. Il "*link* di annullamento" presente nella *landing page* avrà caratteri e dimensioni equivalenti al "Bottone di attivazione" e colori tali da renderlo evidente e leggibile.

20. La società si impegna altresì a continuare a fare in modo che le *landing page* contengano il nome commerciale del servizio, il prezzo dell'abbonamento, la frequenza dell'addebito e le informazioni sulla tipologia di contenuto del servizio, che l'unica componente grafica sensibile al *click* con finalità di attivazione sia il "Bottone di attivazione", per il quale saranno utilizzate espressioni riconducibili a una chiara volontà di sottoscrizione del servizio da parte dell'utente (i.e. a "*Clicca e attiva*", "*Conferma*", "*Acquista*", "*Attiva*"). Le informazioni essenziali sul servizio, presenti sulle *landing page*, saranno rese visibili anche durante lo *scroll* verticale della pagina.

c) Impegni relativi alla funzione "Blocco del servizio"

21. La società si impegna a permettere ai consumatori, non interessati alla sottoscrizione dei servizi *premium*, di attivare un sistema di "Blocco del servizio", tale per cui l'attivazione dei servizi sul numero di cellulare è inibita a livello tecnico. In particolare, l'utente potrà bloccare la possibilità di attivare i servizi sulla sua scheda SIM tramite un *link* contenuto nella sezione "*Termini e Condizioni*" presente nelle *landing page*. L'utente dopo aver cliccato sul suddetto

⁴ [omissis]. Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

link atterrerà in una pagina contenente una casella di testo nella quale potrà inserire il proprio numero di telefono e confermare la scelta di bloccare l'attivazione di servizi *premium*. Fornita la conferma, l'utente riceverà un sms con un *pin code* e atterrerà su una nuova pagina dove gli verrà chiesto di inserire il *pin code*; quindi, l'utente sarà reindirizzato su una pagina di cortesia di Neomobile per la conferma dell'avvenuto blocco. L'utente potrà altresì attivare la funzione di blocco del servizio, contattando il *customer care* della società via e-mail o telefonicamente.

d) Impegni relativi alle modalità di disattivazione dei servizi premium

22. La società si impegna a chiarire in un'apposita sezione (c.d. "*Help*"), presente nel *link "Termini e Condizioni"*, le modalità di disattivazione dei servizi *premium*. Inoltre, le modalità di disattivazione dei servizi *premium* continueranno a essere poste in evidenza sia nel *welcome message*, sia nel *link "Termini e Condizioni"*, riportato nella *landing page*.

e) Impegni relativi alle attività di monitoraggio

23. La società si impegna ad adottare un codice di condotta relativo alle modalità di promozione dei suoi servizi *premium* in abbonamento (c.d. "Codice di Condotta sulla Pubblicità") che dovrà essere sottoscritto da tutti gli *advertiser*.

24. La società si impegna a sensibilizzare il proprio personale addetto al *customer care*, affinché, qualora riceva anche solo 5 reclami relativi al medesimo servizio *premium*, questi contatti il *management* di Neomobile in modo da effettuare un *testing* approfondito del servizio.

25. Neomobile si impegna a inserire nel *link "Termini e Condizioni"* una sezione denominata "*Help*", che consentirà all'utente di visualizzare l'elenco dei servizi *premium* attivati, di reperire le informazioni per poter procedere alla disattivazione e contattare il servizio clienti.

26. La società si impegna ad adottare un sistema di monitoraggio volto a verificare a campione l'effettivo impiego dell'attività di comunicazione da parte degli *advertiser*, in linea con quanto pattuito nel Codice di Condotta sulla Pubblicità, ovvero dell'attività di *testing* e *alert* da parte del *customer care*.

f) Impegni relativi alle modalità di indennizzo

27. La società si impegna a corrispondere un indennizzo forfetario pari a 5,00 euro a tutti gli utenti che, a partire dal 1° luglio 2011 fino alla data di accoglimento degli impegni, hanno presentato un reclamo per "*flusso poco chiaro*" o "*manca di informazioni*". In particolare, a tutti i beneficiari sarà inviato un *caring message* con il seguente testo "*Seguito Vs segnalazione tra 07/2011 e XX/XXXX potete ricevere un indennizzo di 5€ accedendo al sito www.neoind.it⁵ con il seguente pin XXXX entro 30gg da oggi*". Quindi, entro 30 giorni dalla ricezione dell'SMS, gli utenti, tramite una procedura di riaccredito gratuita, potranno accedere al sito, nel quale sarà loro chiesto di inserire il numero di telefono (c.d. MSISDN) e il *pin code* univoco inviato a ciascun MSISDN.⁶

28. Una volta inseriti i dati richiesti e confermata l'effettiva corrispondenza tra quanto indicato dal cliente e i dati a disposizione della società,⁷ l'utente verrà indirizzato su una pagina internet denominata "*Pagina Indennizzo*", in cui dovrà acconsentire obbligatoriamente al trattamento dei propri dati personali, specificare se la propria utenza è prepagata o postpagata, identificare le modalità per beneficiare dell'indennizzo forfetario (*i.e.* ricarica sulla propria utenza, ricarica su utenza diversa dalla propria o bonifico bancario). La società specificherà nella "*Pagina Indennizzo*" di essersi impegnata con l'Autorità a concedere un indennizzo forfetario.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

29. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione (internet in mobilità), in data 3 giugno 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

30. In data 27 giugno 2013, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, richiamando le statuizioni dell'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato in merito all'actio *finium regundorum* tra AGCOM e Antitrust, ha ravvisato l'impossibilità di rendere il parere richiesto.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

31. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 17 ottobre 2012.

32. Innanzitutto, si rileva che l'informativa sostanziale relativa ai servizi *premium* non sarà riportata solo nelle *landing page*, ma sarà anticipata anche nei *banner*, che indicheranno, con caratteri di dimensioni proporzionate e con colori tali da renderli evidenti e leggibili, gli elementi essenziali dell'offerta commerciale: il prezzo, la natura del servizio e la frequenza di addebito sul credito telefonico. Tale misura appare idonea a informare il consumatore medio sugli

⁵ [La società ha precisato che "*www.neoind*" è un nome indicativo e si è riservata di adottarne uno equivalente.]

⁶ [omissis].

⁷ [La società ha chiarito che, in caso di esito negativo della verifica della corrispondenza tra i dati, il sistema risponde con un messaggio di avviso di errata autenticazione tramite una pagina di cortesia della società.]

elementi essenziali dell'offerta commerciale prima di procedere a digitare sul *banner*, azione che comporta l'atterraggio sulla *landing page*.

33. In secondo luogo, si evidenzia che l'introduzione di un *disclaimer* nelle *landing page*, unitamente all'attività di *restyling* delle medesime, parrebbero misure idonee a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio. In particolare, l'informazione circa la natura del servizio in abbonamento e l'indicazione che il credito telefonico del cliente, digitando sul "Bottone di attivazione", è utilizzato per pagare il servizio medesimo parrebbe scongiurare il verificarsi di atti inconsapevoli. In aggiunta, la possibilità per il consumatore medio di compiere un'azione informata sembrerebbe rafforzata dall'inserimento nella *landing page* del *link* di "Annullamento" che consente di non procedere all'attivazione. Ogni utente, infatti, può scegliere se digitare sul "Bottone di Attivazione", per sottoscrivere il servizio, oppure sul suddetto *link*, che, tra l'altro, presenta dimensioni ed evidenze grafiche analoghe al tasto di attivazione.

34. Inoltre, si ritiene che la possibilità per i consumatori di attivare sulla propria scheda SIM la funzione di blocco,⁸ finalizzata a impedire permanentemente l'attivazione dei servizi *premium*, sia un ulteriore elemento di tutela nel prevenire abbonamenti inconsapevoli. In proposito, si sottolinea che la funzione può essere attivata non solo tramite *customer care*, ma anche direttamente dall'utente tramite il *link* contenuto nella sezione "*Termini e Condizioni*", che nell'informare sulla possibilità di inibire a livello tecnico la sottoscrizione dei servizi *premium*, consente al consumatore di attivare immediatamente la procedura di blocco.

35. Avuto riguardo, poi, agli impegni relativi alla disattivazione dei servizi, all'attività di monitoraggio e alle modalità di indennizzo, essi sembrerebbero consolidare le proposte avanzate in relazione ai *Banner*, alle *Landing Page* e al sistema di "Blocco del servizio", nella misura in cui contribuiscono a migliorare la comunicazione complessiva della società sul meccanismo di funzionamento dei servizi *premium*.

36. Gli impegni, inoltre, nella misura in cui prevedono forme di ristoro economico dei consumatori che, a partire dal 1° luglio 2011 fino alla data di accoglimento degli impegni, abbiano presentato un reclamo, garantiscono agli stessi una tutela maggiore rispetto a quella che la diffida, disposta in esito ad un eventuale accertamento di scorrettezza della pratica, avrebbe potuto apprestare.

37. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Neomobile S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Neomobile S.p.A.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Neomobile S.p.A., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in data 10 dicembre 2012, successivamente integrati in data 1° marzo e 11 aprile 2013, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Neomobile S.p.A., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità delle modalità con cui è stata data attuazione agli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-quinquiesdecies, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

⁸ [La funzione di blocco si attiva contattando il customer care di Neomobile oppure agendo senza intermediari tramite una procedura descritta nella sezione "*Termini e Condizioni*" di ogni *landing page*.]

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

ALLEGATO 1

DICHIARAZIONE DI IMPEGNI

Nell'ambito del procedimento n. PS7577 avviato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito anche "l'Autorità") in data 17 ottobre 2012 e avente ad oggetto le condotte commerciali della società Neomobile S.p.A. (di seguito, "Neomobile") - consistenti nella diffusione di messaggi promozionali tramite *banner*, *link* e *landing page* finalizzati all'attivazione di servizi a valore aggiunto – la società Neomobile, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 27, comma 7, del *Codice del Consumo* (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni), si impegna, a decorrere dalla data di comunicazione del provvedimento dell'Autorità, a dare attuazione alle seguenti misure con le modalità e nei tempi di seguito indicati.

Definizioni

In aggiunta ai termini e alle espressioni eventualmente definiti in altre parti del presente documento, i termini di seguito riportati avranno il significato corrispondente alle definizioni seguenti:

"Banner": forma di messaggio promozionale che consiste nell'inserire un annuncio o immagine su una pagina *web* o *mobile*. Avuto riguardo alla pratica oggetto del Procedimento, un *banner* consente, una volta cliccato, di atterrare su un'altra pagina, c.d. Landing Page.

"Bottone di attivazione": area presente nelle Landing Page della Società e ben delimitata che, a seguito di un *click* dell'utente, determina l'acquisto/attivazione di un Servizio Premium in abbonamento. Si tratta perciò dell'unico elemento della Landing Page a cui è collegato il *link* che attiva l'acquisto e/o la sottoscrizione dell'abbonamento a Servizi Premium della Società.

"CASP" ovvero codice di condotta per l'offerta dei Servizi Premium: codice approvato dal tavolo di lavoro istituito su iniziativa congiunta dei principali operatori di telefonia e dei maggiori Content Service Provider che operano in Italia con fini di autoregolamentazione del mercato dei Servizi Premium a tutela dell'utenza e di individuazione della *best practice* del mercato.

"Content Service Provider": impresa che fornisce Servizi Premium, anche tramite numeri brevi a ciò dedicati da parte di un operatore autorizzato a fornire servizi di comunicazione elettronica ai sensi del decreto legislativo del 1 agosto 2003 n. 259 e/o da parte di un titolare della numerazione.

"Flusso mobile off-portal": modalità di attivazione di Servizi Premium in abbonamento partendo dalla navigazione da *smartphone* su siti *mobile* o *app* diversi da quelli degli operatori mobili.

"Flusso mobile on-portal": modalità di attivazione di Servizi Premium in abbonamento da parte dell'utente che naviga sui portali degli operatori di telefonia mobile.

"Flusso web": modalità di attivazione di Servizi Premium in abbonamento in cui è richiesto all'utente di inserire il proprio numero di telefono e, una volta ricevuto un SMS con il *pin code*, la digitazione di quest'ultimo sulla pagina *web* in cui sta navigando.

"Landing Page": pagina *mobile* contenente l'invito all'acquisto singolo o all'attivazione in abbonamento di Servizi Premium nella quale viene acquisito il consenso dell'utente a procedere con l'acquisto/attivazione del Servizio Premium tramite il *click* sul Bottone di attivazione.

"Servizi Premium in abbonamento" ovvero "Servizio Premium in abbonamento" conosciuti anche come servizi a contenuto, a valore aggiunto o a sovrapprezzo, in particolare quelli forniti attraverso SMS e MMS ovvero attraverso connessione dati su reti di telecomunicazione mobili (c.d. *mobile internet*), che sono erogati su base periodica, generalmente settimanale, a fronte del pagamento periodico del relativo prezzo. Tali servizi includono, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, l'offerta di loghi, *wallpaper*, suonerie e video-suonerie, *screensaver*, giochi, *chat/community*, *news* e servizi informativi, applicazioni, video e altri contenuti digitali.

1. Impegni relativi ai Banner

1.1. Anticipazione dell'informativa essenziale nei Banner

Avuto riguardo ai Banner della Società, la stessa si impegna ad adottare tutte le misure necessarie affinché l'informativa essenziale riportata nelle Landing Page sia anticipata in tutti i Banner relativi a Servizi Premium in abbonamento della Società. In particolare, la Società si impegna a che:

- ogni Banner relativo a Servizi Premium in abbonamento contenga l'indicazione del prezzo del servizio e la frequenza dell'addebito sul credito telefonico;
- le indicazioni relative ai servizi in promozione riportate nei Banner relativi a Servizi Premium in abbonamento siano sempre proporzionate rispetto alle informazioni essenziali sul servizio (*i.e.* servizio in abbonamento, costo del Servizio Premium e periodicità);
- le informazioni siano riportate nei Banner relativi a Servizi Premium in abbonamento con caratteri di dimensioni proporzionate e colori tali da renderle ben evidenti e leggibili.

La Società si impegna altresì a continuare a fare in modo che l'attivazione dei Servizi Premium in abbonamento che fanno parte della sua offerta commerciale non possa essere mai effettuata direttamente a seguito del solo *click* sul Banner, ma solo dopo che l'utente sia atterrato sulla Landing Page della Società e abbia potuto prendere visione di tutte le informazioni sul servizio e, qualora lo ritenesse opportuno, delle informazioni di cui al *link* "*Termini e condizioni*".

La Società si impegna a dare piena e pronta attuazione alle misure di cui al presente impegno al più tardi entro 1 (una) settimana dalla data di comunicazione del provvedimento di accettazione degli impegni dall'Autorità.

2. Impegni relativi alle Landing Page della Società

2.1. Inserimento di un disclaimer

Al fine di render ancor più comprensibili e ovvie le conseguenze derivanti dal click sul Bottone di attivazione presente nelle Landing Page della Società, la Società si impegna a riportare un *disclaimer* in ogni sua Landing Page relativa a Servizi Premium in abbonamento ove indica che si tratta di un servizio in abbonamento e che il click sul Bottone di attivazione implica che il costo del servizio sia pagato tramite il credito telefonico dell'utente. In particolare, la Società si impegna a riportare in tutte le Landing Page quanto meno le seguenti informazioni:

- il servizio è in abbonamento;
- l'addebito avviene sulla SIM del cliente;
- il prezzo e 1a frequenza del servizio;
- il servizio è riservato ai maggiorenni;
- cliccando sul Bottone di attivazione si accettano "*Termini e Condizioni*";
- la descrizione del servizio.

La Società darà attuazione al presente impegno non appena riceverà la comunicazione di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.

2.2. Restyling delle Landing Page in modo tale da rendere ancor più trasparente l'informativa del servizio

Oltre al *disclaimer* che riporta le informazioni di cui al precedente paragrafo, la Società si impegna a continuare a fare in modo che:

- le sue Landing Page relative a Servizi Premium in abbonamento contengano sempre il nome commerciale del servizio, il prezzo dell'abbonamento e la frequenza dell'addebito;
- in ogni Landing Page siano sempre indicate tutte le informazioni relative al servizio, con l'indicazione del nome, della tipologia di contenuti e delle informazioni tali da consentire all'utente di capire che non si tratta di un acquisto *one shot* ma dell'attivazione di un servizio in abbonamento, come riportato a chiare lettere in ciascuna Landing Page;
- sia mantenuta quale unica componente grafica sensibile al *click* con finalità di attivazione il Bottone di attivazione, estraneo ad altri *link* per evitare *click* accidentali (e.g. *link* a "*Termini e condizioni*"), ben delimitato e visibile, limitrofo al contenuto, proporzionato rispetto alla dimensione complessiva della Landing Page proposta al cliente e alle restanti informazioni;
- siano utilizzate nel Bottone di attivazione espressioni simili a "*Clicca e attiva*", "*Conferma*", "*Acquista*" o "*Attiva*", ovvero espressioni che siano riconducibili a una chiara volontà di attivazione del Servizio Premium in abbonamento da parte dell'utente;
- l'utente che atterra sulla Landing Page possa prendere visione di tutti i terminali/*device* compatibili con il servizio cliccando su un apposito *link* presente nelle Landing Page della Società "*Termini e condizioni*", così da verificare la compatibilità del proprio terminale.

La Società si impegna altresì a continuare ad adottare tutte le misure necessarie in modo tale che nelle Landing Page non siano contenuti elementi fuorvianti, che suggeriscano possibili azioni all'utente diverse da quelle effettivamente determinate dal *click* sul Bottone di attivazione, *i.e.* attivazione di un abbonamento.

La Società si impegna anche a fare in modo che le informazioni essenziali relative ai Servizi Premium in abbonamento presenti sulle Landing Page della Società siano sempre fruibili dal cliente, gestendole come una componente fissa della pagina e pertanto visibili anche durante lo *scroll* verticale.

Da ultimo, la Società si impegna a inserire un *link* di annullamento in tutte le Landing Page relative ai Servizi Premium in abbonamento oggetto del Procedimento, così da rendere ancor più consapevole la scelta dell'utente e da porlo di fronte a una scelta tra due diverse alternative: cliccare il Bottone di attivazione ovvero cliccare il *link* di annullamento, così da dichiarare di non essere interessato ai servizi offerti dalla Società e di non voler attivare l'abbonamento. Resta inteso che in alternativa l'utente può e potrà sempre decidere di chiudere la pagina sulla quale sta navigando. Una volta cliccato il *link* di annullamento, l'utente è reindirizzato su una pagina di cortesia della Società a conferma della mancata attivazione del servizio *de quo*. Il *link* di annullamento presente nella Landing Page della Società sarà di

caratteri di dimensioni proporzionate e sostanzialmente equivalenti rispetto al Bottone di attivazione e di colori tali da renderlo ben evidente e leggibile.

La Società darà attuazione alle presenti misure al più tardi entro 1 (uno) giorno dalla comunicazione di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.

3. Impegni relativi alla possibilità di inserimento della Società nella sezione "Blocco del servizio"

La Società si impegna a permettere ai consumatori che non siano interessati ad attivare i suoi Servizi Premium in abbonamento di decidere di attivare un sistema di "Blocco del servizio" tale per cui l'attivazione di servizi della Società sul numero di cellulare dell'utente è inibita a livello tecnico. In particolare, l'utente potrà effettuare la scelta di bloccare la possibilità che i servizi della Società vengano attivati sulla sua scheda SIM con una delle seguenti modalità:

(i) tramite un *link* presente in "Termini e condizioni" di cui al *link* nelle Landing Page su cui l'utente atterra ogni qual volta clicca su un Banner della Società. Una volta cliccato il *link* presente in "Termini e condizioni" l'utente atterra su un'altra pagina con una casella di testo per inserire il numero di telefono e con un bottone di conferma. Una volta inserito il numero di telefono e confermata la scelta di bloccare i Servizi Premium in abbonamento offerti dalla Società, l'utente riceve un SMS con un *pin code* e atterra su una nuova pagina dove gli viene richiesto di riportare il *pin code*. Da ultimo, l'utente atterra su una pagina di cortesia della Società che conferma di aver correttamente bloccato i Servizi Premium in abbonamento offerti dalla Società e invita a contattare il *customer care* della Società qualora l'utente sia interessato a riattivare servizi; ovvero

(ii) contattando il *customer care* della Società sia via *e-mail* che via telefono.

Ove l'utenza del cliente sia inserita nel sistema di "Blocco del servizio" tramite una delle modalità di cui sopra, si attiverà una procedura tecnica tale per cui nel caso in cui l'utente provi ad attivare un Servizio Premium in abbonamento della Società, indipendentemente della modalità di attivazione seguita, l'attivazione risulti inibita.

Il "Blocco del servizio" implica che tutti i Servizi Premium in abbonamento offerti dalla Società non possano essere sottoscritti sull'utenza del telefono.

Da ultimo, per quanto concerne le tempistiche per l'implementazione di questo impegno, la Società darà attuazione allo stesso al più tardi entro 2 (due) mesi dalla comunicazione di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.

4. Impegni relativi alle modalità di disattivazione dei Servizi Premium in abbonamento

La Società si impegna a fare in modo che le modalità di disattivazione dei Servizi Premium in abbonamento offerti dalla Società continuino a essere poste in chiara evidenza sia nel *welcome message* che l'utente riceve sul proprio telefono cellulare a conferma dell'attivazione del servizio sottoscritto — messaggio che, si ribadisce, viene sempre inviato a tutti gli utenti o contestualmente alla sottoscrizione (salvo eventuali problemi tecnici) — sia nel *link* riportato nella Landing Page con l'informativa generale "Termini e condizioni".

La Società si impegna altresì a chiarire le modalità di disattivazione dei Servizi Premium in abbonamento sul proprio sito internet (www.neomobile.it) in un'apposita sezione c.d. "Help".

Inoltre, la Società si impegna a mantenere attive le seguenti e molteplici modalità di disattivazione dei Servizi Premium in abbonamento, permettendo così all'utente di disattivarsi con le modalità che reputa più opportune:

(i) disattivazione direttamente dal sito *mobile* dedicato ai Servizi Premium in abbonamento della Società, accedendo all'area "Gestione del servizio" presente sulle Landing Page e che permette di atterrare su una pagina nella quale l'utente trova l'elenco completo di tutti i servizi offerti dalla Società ai quali è abbonato e i relativi *link* per disattivarli. Qualora l'utente clicchi al fine di disattivare un servizio, la disattivazione è immediata e contestuale alla richiesta;

(ii) disattivazione dei servizi sottoscritti tramite telefonata al *customer care* dell'operatore di telefonia mobile dell'utente che gli somministra i servizi di telefonia. Qualora l'utente formuli all'operatore del *customer care* della Società la richiesta di disattivazione di un servizio, la disattivazione è generalmente immediata e contestuale alla richiesta;

(iii) disattivazione dei servizi sottoscritti tramite telefonata al *customer care* della Società, contattando il numero di rete fissa nazionale riportato nel *welcome message* che l'utente riceve al momento dell'attivazione del Servizio Premium in abbonamento e in ogni caso in tutte le comunicazioni inerenti i servizi della Società, nonché all'interno dei siti *mobile* dedicati ai singoli servizi. Il *customer care* della Società è attivo tutti i giorni dalle 9.00 alle 21.00. Una volta formulata la richiesta di disattivazione dei servizi da parte dell'utente, l'operatore del *customer care* della Società li disattiva immediatamente e contestualmente alla richiesta;

(iv) disattivazione dei servizi sottoscritti tramite risponditore automatico della Società attivo 24 (ventiquattro) ore su 24 (ventiquattro) e 7 (sette) giorni su 7 (sette) (i.e. sia negli orari di apertura del *customer care* sia negli orari di chiusura dello stesso) che permette all'utente di procedere autonomamente alla disattivazione automatica dei servizi, seguendo le istruzioni vocali registrate. Una volta formulata la richiesta di disattivazione, la disattivazione è immediata e contestuale alla richiesta;

(v) disattivazione dei servizi via *e-mail*, contattando via *e-mail* all'indirizzo del *customer care* della Società (cs@neomobile.com), indirizzo che è possibile reperire in ogni comunicazione relativa alla Società, come anche al *link* "Termini e condizioni". La richiesta di disattivazione formulata via *e-mail* è evasa generalmente al più tardi entro 24 (ventiquattro) ore dalla sua ricezione;

(vi) disattivazione tramite l'invio di un SMS alla numerazione 48028 ovvero 48178, a seconda del Servizio Premium in abbonamento, con il testo seguente: "[nome del servizio] + STOP" ovvero semplicemente "STOP".

Infine, la Società si impegna, a prescindere dalle modalità con cui l'utente richiede la disattivazione, a mantenere la prassi di inviare contestualmente alla formulazione della richiesta di disattivazione un *caring message* di conferma della disattivazione del servizio.

Tutte le attività di cui al presente paragrafo non rappresentano una novità per la Società, la quale tuttavia si impegna a continuare a comunicare agli utenti nei modi di cui sopra e a mantenere sempre attive tutte le suddette modalità di disattivazione dei Servizi Premium in abbonamento.

5. Impegni relativi alle attività di monitoraggio

5.1. Adozione del codice di condotta relativo alla pubblicità

La Società si impegna ad adottare un codice di condotta relativo alle modalità di promozione dei suoi Servizi Premium in abbonamento ("Codice di Condotta sulla Pubblicità"). In particolare, a seguito dell'accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità, il Codice di Condotta sulla Pubblicità dovrà essere sottoscritto da tutti gli *advertiser* con i quali la Società si relazionerà a livello commerciale. Per quanto concerne, invece, i contratti in essere, la Società si impegna a proporre una modifica contrattuale ai propri *advertiser* così da introdurre il riferimento al Codice di Condotta sulla Pubblicità. Il Codice di Condotta sulla Pubblicità recepirà la prassi consolidata commerciale a cui si ispira da sempre la Società e rappresenterà il documento essenziale per la disciplina del suo rapporto con i singoli *advertiser*. Il contenuto del Codice di Condotta sulla Pubblicità conterrà le disposizioni seguenti:

- all'*advertiser* sarà consentito solo ed esclusivamente l'utilizzo di materiale grafico ovvero creatività inviato dalla Società;
- l'*advertiser* non sarà autorizzato ad apportare alcuna modifica a Banner e Landing Page inviati dalla Società, se non preventivamente visionata e approvata formalmente per iscritto dalla Società;
- non sarà consentito *redirect* dai Banner della Società a siti che non siano le Landing Page comunicate dalla Società agli *advertiser*;
- la promozione dei Servizi Premium in abbonamento offerti dalla Società dovrà necessariamente prevedere il passaggio da Banner o *link* promozionali approvati dalla Società. Non saranno, pertanto, consentite aperture automatiche e non giustificate di Landing Page della Società qualora non derivino da un *click* su Banner della Società (e.g. il ricorso a *pop up*) al fine di promuovere i Servizi Premium in abbonamento della Società;
- non saranno consentite tipologie di promozioni legate a modelli di incentivazione, quali a titolo esemplificativo l'offerta in abbonamento di Servizi Premium della Società come strumentale all'acquisto di crediti o altro materiale digitale. Il solo obiettivo della comunicazione dovrà essere quello relativo alla fruizione del servizio offerto dalla Società;
- l'*advertiser* si impegnerà tassativamente a non pubblicare gli annunci relativi ai Servizi Premium della Società su siti dove siano presenti contenuti e testi che facciano riferimento a: terrorismo, pedopornografia, razzismo o altri contenuti in violazione di disposizioni di legge applicabili;
- l'*advertiser* si impegnerà a rimuovere ogni comunicazione della Società, qualora la Società ne facesse richiesta, entro 48 (quarantotto) ore dal momento della richiesta;
- l'*advertiser* si impegnerà a collaborare con la Società, su richiesta di quest'ultima, per fornire informazioni circa i siti/applicazioni dove gli annunci pubblicitari della Società sono stati pubblicati.

La Società si impegna a dare attuazione al presente impegno non appena riceverà comunicazione del provvedimento di accettazione degli impegni da parte dell'Autorità.

5.2. Introduzione di sistemi di *alert* e di *testing* interni e controlli tecnici atti a evitare il verificarsi di disagi tecnici, ritardi e malfunzionamenti

La Società si impegna a sensibilizzare il proprio personale addetto al *customer care* affinché, qualora riceva anche solo 5 (cinque) reclami relativi al medesimo Servizio Premium in abbonamento offerto dalla Società, il *customer care* contatti prontamente il *management* della Società in modo tale da condurre un *testing* approfondito del servizio *de quo*. In particolare, il servizio verrà testato sia sotto il profilo della *user experience* (ovvero per verificare le funzionalità dal punto di vista dell'utente finale) sia per quanto concerne i profili tecnici al fine di verificare eventuali anomalie e così da migliorare il servizio.

La Società si impegna a dare attuazione alle presenti misure al più tardi entro 1 (una) settimana dalla comunicazione di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.

5.3. Introduzione di una sezione "*Help*" sul sito della Società

La Società si impegna a inserire una nuova sezione sul proprio sito (www.neomobile.it) denominata "*Help*" che conterrà al suo interno le seguenti voci:

- Disattivazione (www.neomobile.it/help/disattivazione): in tale sezione l'utente potrà reperire tutte le informazioni necessarie, come elencate ai paragrafi precedenti del presente documento, per disattivare i Servizi Premium in abbonamento della Società. Inoltre, sarà possibile trovare l'elenco dei Servizi Premium in abbonamento che sono stati attivati dall'utente attraverso la numerazione del servizio (48028 oppure 48178) ovvero il nome del servizio.

- Servizio clienti (www.neomobile.it/Help/servizio-clienti): in tale sezione sarà possibile trovare tutte le informazioni necessarie per poter contattare il servizio clienti, che è attivo tramite operatore tutti i giorni dalle 9.00 alle 21.00 ovvero sempre tramite risponditore automatico della Società attivo 24 (ventiquattro) ore su 24 (ventiquattro) e 7 (sette) giorni su 7 (sette). Il servizio clienti, in particolare, potrà essere contattato tanto via telefono che via *e-mail*. La Società darà attuazione alle presenti misure al più tardi entro 1 (una) settimana dalla comunicazione di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.

5.4. Introduzione di un sistema di monitoraggio delle misure che coinvolgono gli *advertiser* con cui si relaziona la Società e il *customer care* della Società

La Società si impegna ad adottare un sistema di monitoraggio volto a effettuare verifiche a campione sull'effettivo impiego da parte degli *advertiser* dell'attività di comunicazione in linea con quanto pattuito nel Codice di Condotta sulla Pubblicità ovvero sul *customer care* della Società al fine di verificare l'attività di *testing* e *alert*. Il monitoraggio sarà realizzato attraverso una verifica ogni mese a campione sui Banner presenti sui siti internet riguardo ai quali la Società ha visibilità, sulle Landing Page e sotto il profilo del *customer care*.

La Società darà attuazione alla presente misura non appena riceverà le comunicazione di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.

6. Impegni relativi ai possibili effetti della pratica commerciale de qua già verificatisi: indennizzo forfetario

Al fine di eliminare i possibili effetti della pratica commerciale oggetto del Procedimento già verificatisi, la Società si impegna a corrispondere un indennizzo forfetario pari a 5,00 a tutti gli utenti che dal 1 luglio 2011 alla data di accoglimento degli impegni hanno presentato o presenteranno reclamo a Neomobile per "flusso poco chiaro" o "mancanza di informazioni" in relazione a Servizi Premium in abbonamento della Società.

6.1. Periodo di riferimento

La Società si pregia di chiarire che il periodo identificato dall'Autorità nella Comunicazione di Avvio del Procedimento come oggetto di indagine va dal 1 luglio 2011 al 30 ottobre 2012.

Nello spirito di massima collaborazione nei confronti dell'Autorità, la Società è disposta a impegnarsi a riconoscere un indennizzo forfetario a favore di tutti gli utenti che hanno presentato o presenteranno reclamo per "flusso poco chiaro" o "mancanza di informazioni" in relazione a Servizi Premium in abbonamento non solo dal 1 luglio 2011 al 30 novembre 2012, ma altresì fino alla data di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità. In tal modo, la Società ha definito la categoria di beneficiari del presente impegno nella misura più ampia possibile.

6.2. Beneficiari

Soggetti che potenzialmente potrebbero avere subito un pregiudizio a causa della pratica commerciale *de qua* sono ricompresi ovvero, a voler adottare l'approccio più ampio possibile, al limite identificabili con gli utenti che hanno presentato o presenteranno un reclamo alla Società per "mancanza di informazioni" o "flusso poco chiaro" in relazione a Servizi Premium in abbonamento dal 1 luglio 2011 al momento dell'accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità¹. Da tale ampia categoria di beneficiari dell'impegno verranno esclusi soltanto gli utenti che hanno già beneficiato del rimborso a seguito della presentazione del reclamo per ragioni strettamente connesse alla singola utenza. Infatti, qualora così non fosse, la Società rimborserebbe ingiustificatamente 2 (due) volte questi utenti.

6.3. Quantum dell'indennizzo

La Società si impegna a rimborsare a tutti i reclamanti di cui al precedente paragrafo a titolo di indennizzo una somma forfetaria pari a 5,00 €. La misura di tale corresponsione è parametrata al livello del prezzo generalmente pagato dagli utenti per l'abbonamento settimanale a un Servizio Premium della Società.

6.4. Modalità di indennizzo

La Società si impegna tramite una procedura di riaccredito, completamente gratuita per l'utente a inviare un *caring message* individualmente a tutti i beneficiari di cui al presente impegno con il seguente testo "Seguito Vs segnalazione tra 07/2011 e XX/XXXX² potete ricevere un indennizzo di 5€ accedendo al sito www.neoind.it³ con il seguente pin XXXXX entro 30gg da oggi".⁴

¹ [A titolo esemplificativo, tale categoria di consumatori include anche utenti che hanno presentato o presenteranno reclamo nel periodo identificato, pur non avendo pagato alcun costo per Servizi Premium in abbonamento, non disponendo di credito telefonico sufficiente al momento dell'attivazione.]

² [La Società si impegna a indicare la data di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.]

³ [La Società si pregia di chiarire che www.neoind.it è un nome a dominio puramente indicativo e la Società si riserva di adottarne altro equivalente.]

⁴ [La Società invita l'Autorità a tenere in considerazione che il testo di un SMS deve necessariamente contenere al massimo 160 (centosessanta) caratteri e, pertanto, il testo proposto contiene solo le informazioni essenziali relative al presente impegno, integrate poi in un secondo momento nel sito web o mobile (a seconda del terminale utilizzato).]

Gli utenti potranno poi accedere entro 30 (trenta) giorni dalla ricezione del SMS al sito fruibile sia tramite *web* sia tramite *wap* (a seconda del dispositivo con il quale si accede al sito) www.neoind.it, nel quale sarà richiesto l'inserimento del numero di telefono (*i.e.* MSISDN) e del *pin code* univoco inviato a ciascun MSISDN, necessari per autenticarsi e accedere all'area riservata.

Una volta inseriti i dati richiesti e confermata l'effettiva corrispondenza tra quanto indicato dall'utente e i dati a disposizione della Società,⁵ l'utente atterra su una pagina *web* o *mobile* ("Pagina Indennizzo") (a seconda del dispositivo utilizzato) nella quale dovrà:

- obbligatoriamente acconsentire al trattamento dei propri dati personali ai fini dell'attuazione degli impegni;
- specificare se la propria utenza è prepagata o postpagata; e
- identificare le modalità per beneficiare dell'indennizzo forfetario.

In relazione a quest'ultimo profilo, la Società si pregia di anticipare che proporrà 3 (tre) diverse alternative agli utenti in modo tale da consentire loro di scegliere tra indennizzo a mezzo di:

- ricarica sulla propria utenza (scelta percorribile solo da parte degli utenti che dispongono di una SIM prepagata);
- ricarica su utenza prepagata diversa dalla propria; specificando il numero di utenza e il gestore di telefonia mobile (scelta percorribile le tanto dagli utenti che dispongono di una SIM prepagata quanto postpagata); ovvero
- bonifico bancario (scelta percorribile tanto dagli utenti che dispongono di una SIM prepagata quanto postpagata).

Qualora l'utente scelga quest'ultima opzione, dovrà necessariamente indicare il proprio nominativo, come pure l'intestatario del conto corrente e l'IBAN, tutti dati essenziali al fine di poter effettuare qualsiasi bonifico bancario.

Una volta completato il *form* presente sulla Pagina Indennizzo con le informazioni richieste, la Società si impegna ad accreditare l'indennizzo forfetario di 5,00 € secondo le modalità scelte e tempestivamente, e in ogni caso al più tardi in base alle tempistiche individuate nel seguente paragrafo del presente impegno. Alla Società preme ribadire che i costi di accredito su SIM prepagata ovvero i costi connessi al bonifico bancario saranno solo ed esclusivamente a carico della Società. Nel caso in cui la procedura per la compilazione del *form* sia interrotta per problemi tecnici, l'utente potrà nuovamente accedere alla Pagina Indennizzo ricorrendo alle medesime credenziali. Al contrario, una volta completata correttamente la procedura per il riconoscimento dell'indennizzo forfetario, l'utente non potrà più accedere al *form*.

Per completezza, al fine di contestualizzare l'indennizzo forfetario, la Società reputa opportuno chiarire che specificherà nella Pagina Indennizzo che la Società si è impegnata con l'Autorità nel contesto del Procedimento (una volta accolti gli impegni) a concedere un indennizzo forfetario pari a 5,00 € a tutti gli utenti che, avendo presentato un reclamo per "flusso poco chiaro" o "mancanza di informazioni" nel periodo dal 1 luglio 2011 fino alla data di accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità in relazione a Servizi Premium in abbonamento attivati tra luglio 2011-novembre 2012, formuleranno una richiesta in tal senso.

Da ultimo, al fine di agevolare quanto più possibile l'attività da parte dell'utente, la Società riporterà nella Pagina Indennizzo il numero di telefono e l'e-mail del proprio *customer care* che gli utenti potranno sempre e comunque contattare qualora necessitino di eventuali chiarimenti.

6.5. Tempistiche di attuazione dell'impegno

Visto l'elevato numero di utenti interessati dalla presente misura, la Società si impegna a inviare gli SMS a tutti i possibili beneficiari del presente impegno e a procedere all'indennizzo forfetario a favore di tutti gli utenti che lo richiederanno secondo le modalità di cui al precedente paragrafo entro un termine massimo di 7 (sette) mesi dall'accoglimento degli impegni da parte dell'Autorità.

Durata degli impegni

L'efficacia degli impegni sopra descritti è subordinata all'accettazione degli stessi da parte di codesta rispettabile Autorità. In caso di accoglimento degli impegni, le misure di cui sopra saranno immediatamente operative a partire dalla data di comunicazione del provvedimento di accettazione degli impegni da parte dell'Autorità, con la sola eccezione delle misure che richiedono tempistiche più lunghe per la loro adozione visti i profili tecnici interessati, come specificato nei paragrafi, che precedono. La Società si impegna a dare esecuzione alle misure di cui sopra - con la sola eccezione dell'impegno riguardante l'indennizzo forfetario, in quanto la Società si impegna a dare esecuzione allo stesso al più tardi entro 7 (sette) mesi dalla data di accoglimento degli impegni - per un periodo continuativo e senza limiti di tempo dal momento del loro accoglimento.

⁵ [La Società si pregia di chiarire che in caso di esito negativo della verifica della corrispondenza tra i dati il sistema risponde con un messaggio di avviso di errata autenticazione tramite una pagina di cortesia della Società.]