

PS11804 - DAZN-RIMBORSO PACCHETTO CALCIO

Allegato al provvedimento n. 29768



Roma

Freshfields Bruckhaus Deringer LLP
Via Barberini, 86
00187 Roma
T +39 06 695 331
F +39 06 695 33800
E gianluca.zampa@freshfields.com
filippo.alberti@freshfields.com
www.freshfields.com

Milano

Via dei Giardini, 7
20121 Milano
T +39 02 625 301

Oggetto

PS/11804

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Piazza G. Verdi, 6/A
00198 - Roma

Alla cortese attenzione della Dott.ssa Sara Perugini
Direzione B
Direzione Generale Tutela del Consumatore
Rif. PS/11804

Via Pec

Roma, 17 marzo 2021

OGGETTO: PROCEDIMENTO PS/11804 – PROPOSTA CONSOLIDATA DI IMPEGNI

Egregi Signori,

i sottoscritti Gian Luca Zampa e Filippo Alberti, in nome e per conto di DAZN Media Services S.r.l. e DAZN Limited (congiuntamente, **DAZN**), come da procure in atti, con la presente, intendono riepilogare, anche a seguito dell'audizione svoltasi in data 10 marzo 2021, la proposta consolidata di impegni, formulata *ex* articolo 27, comma 7, del Decreto Legislativo

Avv. Fabrizio Arossa, LL.M. Avv. Nicola Asti Avv. Enrico Bazzano Avv. Luca Capone Avv. Enrico Castellani Avv. Giuseppe Curtò
Avv. Francesco Lombardo Dott. Renato Paternollo⁽¹⁾ Avv. Luigi Verga, LL.M. Avv. Gian Luca Zampa, LL.M.⁽²⁾

⁽¹⁾Dottore Commercialista-Revisore Contabile ⁽²⁾New York Bar

Freshfields Bruckhaus Deringer LLP è una *limited liability partnership* di diritto inglese (numero di registrazione OC334789) autorizzata e regolamentata dalla Solicitors Regulation Authority, che opera in Italia tramite una sede secondaria iscritta al Registro delle Imprese di Milano con il n. 97494540152. Per ulteriori informazioni in merito, si prega di visitare il sito www.freshfields.com/support/legalnotice.

L'elenco e le abilitazioni dei soci (e dei non soci qualificati come *principal consultants*) di Freshfields Bruckhaus Deringer LLP sono disponibili in visione presso la sede legale di Freshfields Bruckhaus Deringer LLP, 100 Bishopsgate, London EC2P 2SR, Regno Unito. Il termine *partner* indica un professionista che ha lo status di socio di Freshfields Bruckhaus Deringer LLP o di studi legali ad esso associati.

6 settembre 2005, n. 206 (il **Codice del Consumo**) ed articolo 9 del “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (il **Regolamento**).

Ai sensi della normativa sopra richiamata, DAZN, pur ribadendo la propria convinzione di non aver commesso alcuna violazione del Codice del Consumo in relazione alle contestazioni mosse da codesta rispettabile Autorità in sede di avvio dell’istruttoria in corso, reitera la sua disponibilità ad addivenire alla conclusione del procedimento senza l’accertamento di infrazioni ed imposizione di sanzioni, mediante l’offerta degli impegni contenuti nella presente proposta consolidata¹, la quale rimane subordinata al suo accoglimento con decisione ex art. 27, comma 7, Codice del Consumo.

1. **Comunicazione della valorizzazione dell’utilizzo della “funzione pausa”**

Come si è già avuto modo di ricordare, la funzione pausa (**FP**) consente di rendere il servizio OTT di DAZN perfettamente adattabile alle esigenze e necessità degli utenti che hanno sottoscritto l’abbonamento tramite sito internet o *app* di DAZN indicando la propria carta di credito o PayPal quale mezzo di pagamento (gli **Utenti Diretti**). Attraverso la FP, e per un periodo fino a 4 mesi per volta, essi possono decidere di sospendere il proprio abbonamento, venendo sollevati dal pagamento del corrispettivo canone mensile fino alla data prescelta per riattivare il servizio. Una volta riattivato l’abbonamento e provveduto al pagamento del primo mese del servizio, tali utenti potranno beneficiare della FP fino ad ulteriori 4 mesi (questo meccanismo, peraltro, può essere ripetuto tutte le volte che si vuole). Così come accade anche per il recesso, una volta attivata la FP, detti utenti avranno comunque diritto a fruire del servizio OTT DAZN fino alla scadenza del mese per cui hanno effettuato l’ultimo pagamento.

In considerazione di ciò, DAZN ha proposto di impegnarsi a porre in essere una campagna di valorizzazione della FP riferita agli Utenti Diretti mediante una serie di comunicazioni contenenti informazioni al riguardo. In particolare, una prima comunicazione *ad hoc* verrà inviata il prima possibile (e, comunque, entro e non oltre 90 giorni dalla ricezione della decisione formale di accettazione degli impegni) via *e-mail*; altre due comunicazioni dedicate al medesimo argomento verranno trasmesse ogni anno. La possibilità di poter attivare e, conseguentemente, fruire della FP verrà, altresì, ricordata nell’ambito delle *e-mail* che DAZN trasmette mensilmente agli utenti che hanno precedentemente fornito il proprio consenso *marketing*.

¹Le misure qui descritte tengono conto di quanto inizialmente proposto in data 20 luglio 2020, come integrato con le comunicazioni dell’11 e 21 dicembre 2020, e, successivamente, illustrato anche in sede di audizione lo scorso 10 marzo.



Per quanto concerne l'invio di tali comunicazioni periodiche, DAZN si è impegnata a farlo in via permanente, modificando l'originaria indicazione triennale, e accogliendo così le indicazioni di codesta spettabile Autorità in data 26 novembre 2020 (*Indicazioni*).

Resta inteso che, laddove si verificasse una nuova ondata di epidemia da COVID-19 o evento che possa avere il medesimo impatto sui contenuti offerti da DAZN, una comunicazione di analogo tenore a quanto appena descritto verrà trasmessa senza indugio al verificarsi dell'evento.

Nell'ambito delle Indicazioni, codesta spettabile Autorità ha fatto presente la necessità di estendere la possibilità di fruire della FP anche da parte di quei clienti DAZN che utilizzano altri metodi di pagamento (diversi da quelli summenzionati), *i.e.* gli abbonati sottoscrittori del servizio DAZN mediante fornitori terzi di servizi di pagamento (ossia, [OMISSIS] congiuntamente i **3PP**) [OMISSIS] (d'ora in avanti, gli *Utenti 3PP*).

A tal proposito vale la pena rammentare che sono gli stessi 3PP a gestire a livello operativo gli abbonamenti, nonché le relative attività di fatturazione, connessi al servizio di DAZN. Ciò comporta che anche la FP richieda, a livello operativo, che determinate attività (ossia, tecnicamente, l'aggiunta di questa funzionalità all'interno della loro piattaforma di gestione clienti) vengano svolte da parte dei 3PP, senza la possibilità che DAZN possa in qualche modo sostituirsi o intervenire direttamente e materialmente in tal senso, al di là di richiedere a tali soggetti di procedervi².

Coerentemente a quanto indicato nella Proposta, DAZN si è attivata sin da subito per ulteriormente proseguire le interazioni già avviate al riguardo con i 3PP, come anche riferito ed evidenziato nelle comunicazioni trasmesse a codesta spettabile Autorità, rispettivamente, in data 11 e 21 dicembre 2020. Nonostante gli sforzi sin qui prodotti (tuttora in atto), DAZN ritiene che la realizzazione dell'implementazione della FP rischi di non essere conclusa, né in tempo con la fine del procedimento, né in tempo per la fine della stagione sportiva in corso, essenzialmente a causa dell'insorgere di recenti problematiche tecniche, non risolvibili autonomamente da DAZN, e comunque non gestibili entro i tempi precedentemente ipotizzati, dovute anche alla gestione di altre priorità da parte degli stessi *partner* che dovrebbero tecnicamente attuare la FP.

Alla luce di ciò e dell'incertezza sui tempi di attuazione della FP per gli Utenti 3PP, nell'ottica di massima collaborazione con codesta spettabile Autorità e nell'interesse dei propri consumatori, DAZN propone di superare tale temporaneo impedimento mediante l'attuazione di una misura sostitutiva - per la stagione in corso e fino a che la FP non verrà implementata - con riferimento agli Utenti 3PP. DAZN confida comunque di addivenire al raggiungimento dell'obiettivo prefissato (che rimane quello

² Come codesta Autorità ben sa, DAZN ha proceduto in questo senso con e-mail del 18 dicembre 2020.



dell'estensione della FP agli Utenti 3PP) nel minor tempo possibile. A scopo di chiarezza, si sottolinea sin da subito che tale misura sarà aggiuntiva rispetto ad ogni altra riportata nella proposta di impegni.

Nello specifico, con l'approssimarsi della fine della stagione sportiva in corso (orientativamente fra la fine di aprile e l'inizio di maggio 2021, anche a seconda delle tempistiche di svolgimento e conclusione del procedimento che ci occupa), DAZN offrirà agli Utenti 3PP la possibilità di ottenere un gift code di valore pari a due mesi dell'attuale abbonamento al servizio DAZN da spendere (potenzialmente nell'arco dei successivi 12 mesi) presso gli *online store* [OMISSIS] (potendo, dunque, acquistare attraverso tale *gift code* anche il servizio DAZN), grazie al quale sopperire alla pausa estiva delle principali competizioni sportive (potendo, quindi, fruire della visione dei contenuti, a differenza degli Utenti Diretti che, nel periodo di attivazione della pausa, non possono accedere al servizio, venendo sollevati dal pagamento del canone mensile). Agli Utenti 3PP verrà, dunque, inviata una *email* che consentirà loro di richiedere (ove interessati) tale *gift code*, replicando nella sostanza il meccanismo previsto per l'attivazione della FP, che richiede per definizione un comportamento attivo analogo dell'utente. A tale *e-mail*, dopo qualche settimana, farà seguito un *reminder* in tal senso.

In definitiva, verrà offerto al singolo Utente 3PP un credito di circa 20 euro (*i.e.* due mesi di abbonamento al costo attuale del servizio DAZN) che gli consentirà di continuare a vedere DAZN, pur non pagando il servizio DAZN (se avrà optato per lo sfruttamento del credito con DAZN); ciò, quindi, anche in maniera più ampia a quanto consentito agli utenti diretti attraverso la FP, dal momento che, in quest'ultimo caso, l'abbonato in pausa non paga il canone mensile ma non può neppure fruire della visione del servizio.

DAZN ritiene, pertanto, che siffatta misura possa rappresentare un più che valido sostituto della FP che permette a DAZN di impegnarsi senza dover dipendere dal comportamento dei 3PP.

Per DAZN, si tratta di un impegno economico certamente ingente, pari a oltre [OMISSIS] Euro. Attraverso tale misura, DAZN raggiungerà circa [OMISSIS] Utenti 3PP, dato, tra l'altro, in crescita di circa [OMISSIS] unità rispetto agli Utenti 3PP esistenti durante il periodo di *lockdown* dello scorso anno.

In aggiunta a quanto appena descritto, restano ferme le previsioni contenute nelle comunicazioni trasmesse a codesta spettabile Autorità a dicembre 2020. Infatti, DAZN si è impegnata a:

- laddove si verificasse una nuova ondata di epidemia da COVID-19 o evento simile che possa avere il medesimo impatto sui contenuti offerti da DAZN, DAZN invierà



proattivamente agli Utenti 3PP un'e-mail per ottenere un *gift code* corrispondente al valore di un mese di abbonamento al servizio DAZN; e

- in caso di oggettiva impossibilità da parte di un Utente 3PP ad utilizzare il servizio DAZN a medio-lungo termine, e previa verifica caso per caso da parte del Customer Support di DAZN circa l'effettiva sussistenza dei presupposti che verranno comunicati a codesta rispettabile Autorità in occasione della relazione trimestrale concernente l'implementazione degli impegni, dietro apposita richiesta presentata da detto Utente 3PP, DAZN offrirà la possibilità di ottenere un *gift code* del valore di un mese di abbonamento al servizio DAZN.

Infine, DAZN conferma il proprio impegno a tenere aggiornata codesta Autorità fornendo una relazione trimestrale sullo stato dell'interazione con i 3PP su questi aspetti e su ogni altra misura attuata al riguardo. Si rammenta, infine, che, una volta che i 3PP avranno completato l'adeguamento dei propri sistemi per consentire a DAZN di applicare la FP e agli abbonati interessati la relativa fruizione, DAZN procederà a dare attuazione a tali modifiche entro e non oltre i successivi 90 giorni.

2. **Inserimento sul sito internet di DAZN e trasmissione via mail di apposite 'Frequently Asked Questions' ("FAQ") relative alle clausole delle Condizioni Contrattuali di Utilizzo del servizio maggiormente di interesse per i consumatori**

In aggiunta a quanto sopra riportato in relazione alla FP, DAZN ha proposto di impegnarsi a rendere disponibili alla propria *customer base* apposite FAQ di facile fruizione mediante cui riprodurre, a beneficio degli utenti, le clausole delle Condizioni Contrattuali di Utilizzo del servizio che possono venire maggiormente in rilievo (anche in circostanze quali quelle appena verificatesi a seguito del COVID-19). Ci si riferisce, in particolare, a: i) l'esercizio del diritto di recesso; ii) l'esercizio del diritto di ripensamento, che DAZN consente, pur ricadendo nella deroga prevista dall'art. 59, comma 1, lett. o); e (iii) la possibilità per tutti gli Utenti Diretti di attivare la FP (ovvero la misura equivalente sopra descritta per i 3PP fintanto che la FP non sarà disponibile per questi ultimi).

Affinché ne venga garantita la massima diffusione, il prima possibile (e comunque entro 90 giorni dalla ricezione della decisione di formale accettazione degli impegni), tali FAQ verranno:

- i) pubblicate, con adeguata evidenza grafica, nella sezione "Guida" (una sezione permanente del sito *internet* di DAZN, presente anche tra i "Collegamenti rapidi"), accessibile con un solo *click* dalla *homepage* (o anche dal *menu* a tendina, in alto a



destra, ove l'utente abbia già effettuato il *log in*), così da poter essere agevolmente consultata da parte degli utenti;

ii) inviate alla *customer base* di DAZN tramite comunicazione *ad hoc* via posta elettronica;

iii) ribadite con comunicazioni dedicate trasmesse due volte ogni anno;

iv) inserite nelle *e-mail* trasmesse mensilmente agli abbonati DAZN che hanno fornito il consenso *marketing*, con l'indicazione specifica del *link* alla pagina *web* relativa alle summenzionate FAQ.

Per completezza, si rammenta che le misure di cui ai punti sub iii) e iv) che precedono erano state inizialmente proposte per tre anni e, invece, sono divenute permanenti, anche a seguito di quanto indicato nella Proposta.

Resta, infine, inteso che, laddove si verificasse una nuova ondata di epidemia da COVID-19 o evento che possa avere il medesimo impatto sui contenuti offerti da DAZN, una comunicazione di analogo tenore a quanto appena descritto verrà trasmessa senza indugio al verificarsi dell'evento.

Si resta a disposizione della Direzione per qualsiasi chiarimento in merito a quanto sopra.

Con i migliori saluti,

Avv. Gian Luca Zampa

Avv. Filippo Alberti