

DELIBERA N. 305 /23/CONS

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

PS/12594

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 5 dicembre 2023;

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 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. 434/22/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 14 novembre 2023 al prot. n. 291904 dell’Autorità, con la quale l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società Payiu Italia S.r.l. (di seguito Payiu Italia o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice, che svolge come attività prevalente “*consulenza nel settore delle tecnologie dell’informatica*”, operando anche attraverso il sito <https://www.payiu.com/>;

VISTA la comunicazione dell’11 luglio 2023, di avvio del procedimento istruttorio PS/12594, con la quale AGCM ha reso noto al Professionista che, sulla base di diciotto segnalazioni provenienti da aderenti alla *community Payiu* e alla luce delle informazioni acquisite ai fini dell’applicazione del Codice, è emerso che il Professionista, tramite *Internet*, avrebbe posto in essere un presunto comportamento commerciale scorretto inerente a comunicazioni commerciali ingannevoli;

TENUTO CONTO che nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS/12594 AGCM evidenzia che, sulla base di diciotto segnalazioni provenienti da aderenti alla *community Payiu* e alla luce delle informazioni acquisite ai fini dell’applicazione del Codice, sarebbe emerso che il Professionista, a partire almeno dal mese di maggio 2023, avrebbe promosso l’adesione alla sua “*shopping community*” sulla base della promessa che le somme impiegate per l’acquisto degli abbonamenti sarebbero destinate ad essere restituite nei 36 mesi successivi, attraverso crediti mensili triplicando il valore di quanto inizialmente investito. In realtà, dalla documentazione agli atti sembra emergere che il Professionista ponga ostacoli all’utilizzo

di tali crediti e, successivamente, non proceda al rimborso di quanto inizialmente versato dai consumatori;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice, in ragione della possibile idoneità delle condotte richiamate a ingannare e/o condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione alle condizioni di adesione e permanenza nella piattaforma Payiu, all'acquisto e alla fruizione degli abbonamenti sopra descritti e all'utilizzo di ulteriori utilità derivanti dall'appartenenza alla community stessa. I consumatori, come attestato dalle segnalazioni in atti, avrebbero aderito alle offerte del Professionista sulla base della promessa incentrata sull'aumento del potere di acquisto e si sarebbero determinati ad acquistare gli abbonamenti venduti sul Sito, nella prospettiva di realizzare i reclamizzati vantaggi economici. A seguito dell'aggancio pubblicitario, i consumatori, dunque, attratti dalla suggestiva reclamizzazione della convenienza dell'intero sistema Payiu, sarebbero stati indotti ad aderire alla community, a investire i propri risparmi nell'acquisto delle varie offerte rese disponibili sulla piattaforma senza realizzare i vantaggi promessi. Il predetto modus operandi del Professionista sembrerebbe scorretto, in quanto contrario alla diligenza professionale, idoneo ad indurre in errore i consumatori circa le caratteristiche e l'effettiva convenienza del sistema Payiu nonché in grado di falsare in misura apprezzabile il comportamento economico degli stessi in relazione ad ogni operazione proposta sulla piattaforma, inducendoli ad assumere, con modalità ingannevoli, decisioni di natura commerciale, tra cui la registrazione al Sito, l'acquisto gli abbonamenti venduti sullo stesso e l'adesione alle varie attività proposte sulla piattaforma, che non avrebbero altrimenti preso, in contrasto con gli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. Le segnalazioni agli atti hanno anche evidenziato la sussistenza di condotte aggressive poste in essere da Payiu, consistenti nell'omessa o rinviata attivazione dei crediti senza adeguata giustificazione, nella richiesta di versare ulteriori importi per la loro utilizzazione, nella significativa limitazione della fruibilità di tali crediti determinata dall'impossibilità di accedere ai siti che ne avrebbero dovuto consentire la fruizione, il tutto senza procedere al rimborso delle somme spettanti agli aderenti. I comportamenti sopra descritti sembrerebbero idonei ad indurre i consumatori, ad assumere decisioni di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso nonché ad ostacolare, al contempo, l'esercizio dei loro diritti contrattuali, tra i quali quello di risolvere il contratto in violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo;

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

RITENUTO opportuno, anche alla luce del novellato articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice, che il parere sul caso di specie sia reso all'AGCM ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del medesimo Codice, riportando le valutazioni di questa Autorità in relazione all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica;

RILEVATO che la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e attività attuate dal Professionista tramite *Internet*;

CONSIDERATO che *Internet* è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento;

RILEVATO che, in base a quanto riportato nell'osservatorio sulle comunicazioni di questa *Autorità*, i dati sull'accesso ai siti/app dei principali operatori evidenziano un numero mensile di utenti unici¹ che si sono collegati a *Internet* nel secondo trimestre del 2023 compreso tra 43,6 e 43,9 milioni su base mensile (tra 44,8 e 44,2 milioni nel secondo trimestre del 2022), con circa 64 ore e 46 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a giugno 2023, 42,6 mln hanno usato Google (42,8 milioni nello stesso mese del 2022), 38,9 mln Meta Platforms (39,1 milioni nello stesso mese del 2022), 35,4 milioni Amazon (34,8 milioni nello stesso mese del 2022). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel secondo trimestre del 2023, tra 37,7 e 38,0 mln (tra 36,9 e 37,3 milioni nel secondo trimestre del 2022), con una media di 2 ore e 30 minuti³ trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/APP di e-commerce;

CONSIDERATO che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione ed acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni lette nel sito utilizzato dal Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle modalità di promozione e vendita utilizzate;

RITENUTO, pertanto, che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa *Autorità*;

VISTI gli atti del procedimento;

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

DELIBERA

di esprimere parere nei termini di cui in motivazione.

Roma, 5 dicembre 2023

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba

¹ Numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

² Dato riferito al mese di giugno 2023.

³ Dato riferito al mese di giugno 2023.

