

DELIBERA N. 140/24/CONS

**PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL
MERCATO IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI
DI IOSONOVISIBILE DI LUIGI ARCOVIO IN MATERIA DI PRATICHE
COMMERCIALI SCORRETTE**

PS/12679

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 15 maggio 2024;

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 30 aprile 2024 al prot. n. 120664 dell’Autorità, con la quale l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice e dell’art. 1, comma 6, lettera c), numero 9), della Legge n. 249/97, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società IOSONOVISIBILE di Luigi Arcovio (di seguito IOSONOVISIBILE o la Società o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice. Nella nota di richiesta di parere dell’AGCM si informa che, con comunicazione del 29 novembre 2023, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione degli articoli 20 e 23, *lett. bb-quater*) del Codice;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché le pratiche in questione sono state diffuse tramite *internet* (sito *web* del Professionista) si richiede all’Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 16, commi 3 e 4, 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*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’AGCM con delibera del 1° aprile 2015, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell’AGCM del 29 novembre 2023, di avvio del procedimento istruttorio PS/12679, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice e dell’art. 6 del Regolamento e contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell’art. 12, comma 1, del Regolamento;

CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la Società è una impresa individuale che presta servizi di *social media marketing*;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS/12679, AGCOM evidenzia che, sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, risulterebbe che il Professionista, tramite il proprio sito internet presente all'indirizzo <https://adcrescendo.com/>, vende recensioni e vari tipi di interazioni tra utenti destinate alle principali piattaforme digitali di media sociali esistenti: Instagram, Facebook, YouTube, Twitter. In particolare, sul sito internet citato si prospetta l'acquisto online di una pluralità di "pacchetti", di natura e grandezza diversa, aventi ad oggetto condivisioni, fan, follower, iscritti, like, mi piace, visualizzazioni etc., a partire dalle 100 unità (per le condivisioni) fino alle 500.000 unità (per le visualizzazioni su YouTube). Alcune offerte hanno anche contenuti compositi, come il "Pacchetto Killer 2" (che include, tra le altre cose: "1.000 fan facebook italiani e reali alla tua fan page" e "500 segnali social: condivisioni, retweets, google +1 ai link del tuo sito web per aumentarne il posizionamento". Dal sito internet citato sembrerebbe che l'acquisto di tali pacchetti da parte di ciascun soggetto acquirente possa essere ripetuto. Le recensioni sono offerte nella sezione "*Web Reputation*" all'indirizzo web <https://adcrescendo.com/negozi/web-reputation-articoli/> ed il servizio è così descritto: "*Web reputation - Vorresti che quando i tuoi potenziali clienti cercano informazioni sulla tua azienda, sui tuoi prodotti o servizi trovino recensioni positive su siti rilevanti e acquistino con più motivazione e fiducia? Vorresti che si crei un bagliore di affidabilità e prestigio attorno alla tua azienda e ai tuoi prodotti e servizi? Hai commenti negativi di vecchi clienti che non hanno saputo apprezzare i tuoi prodotti che ledono la tua reputazione sul web e vorresti riparare? Bene! Tutto questo è possibile con il nostro servizio di web reputation. (...) Cos'è la web reputation? La web reputation è la tua reputazione sul web. È provato che i clienti, prima di acquistare da te, cercano informazioni e feedback sulla tua azienda per essere sicuri di non ricevere fregature o per leggere le opinioni e recensioni di chi ha già acquistato i tuoi prodotti. Il nostro servizio di web reputation ti permetterà di aumentare la tua reputazione sul web. Le nostre campagne di web reputation consistono nel creare articoli che elogiano la tua azienda, i tuoi servizi e i tuoi prodotti su siti web molto rilevanti. In questo modo quando i tuoi clienti ti cercheranno sul web insieme al tuo sito web usciranno altre decine di risultati di siti web rilevanti che elogiano e consigliano la tua azienda e i tuoi prodotti. Caratteristiche del servizio: A chi si rivolge: ad aziende, liberi professionisti, artisti, privati e a chiunque voglia aumentare la propria reputazione sul web o voglia creare un rumor positivo attorno alla sua immagine. I vantaggi: i vantaggi sono di due tipi: 1. Aumenterai la tua reputazione sul web infondendo fiducia nei tuoi clienti; 2. Aumenterai la rilevanza del tuo sito web e il posizionamento sui motori di ricerca. (...)" (enfasi aggiunta). Le recensioni e le interazioni possono essere acquistate direttamente sul sito internet citato e pagate tramite carta di credito, bonifico bancario o ricarica Postepay. A ciascun servizio proposto è dedicata una pagina del sito internet su cui sono presentate le diverse offerte disponibili. Infine, nella sezione "Termini e Condizioni" è previsto che: "*Social Media Marketing: Per tutti i prodotti inerenti il social media marketing Adcrescendo.com non è responsabile dell'eventuale cancellazione/disiscrizione presente o futura degli utenti (fans, followers, subscribers, etc) da parte dei Social Media o degli**

utenti stessi. Non è neppure responsabile per eventuali cancellazioni di account da parte degli amministratori dei Social Media”;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, il comportamento su riportato potrebbe integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20 e 23, *lett. bb-quater*) del Codice. Il Professionista, infatti, risulterebbe offrire - in cambio di un corrispettivo – recensioni e varie forme di “interazioni” destinate a essere utilizzate da chi le acquista sulle piattaforme digitali, specie quelle di media sociali. Le interazioni, consistenti in condivisioni, fan, follower, iscritti, like, mi piace, visualizzazioni etc. sono idonee ad amplificare in chi le acquista e utilizza, pubblicandole, la propria popolarità e l’impatto dei propri contenuti sugli utenti, creando un’apparenza di affidabilità dei relativi account. Le interazioni sono anche idonee a consentire a chi le acquista di sfruttare le funzionalità dei social network dedicate agli account di maggior successo e, laddove utilizzati a supporto di inserzioni pubblicitarie per la vendita di prodotti e servizi, sono in grado di aumentare l’effetto aggancio delle promozioni stesse. Parimenti, le recensioni, utilizzate e diffuse sui social media e su siti internet per migliorare la “reputazione” dei prodotti/servizi di chi le acquista, sono idonee ad influire sulle scelte dei consumatori, inducendoli ad effettuare decisioni di acquisto che non avrebbero altrimenti adottato. La capacità del Professionista di offrire “pacchetti” contenenti una mole rilevante di interazioni e recensioni positive implica e presuppone che le stesse siano all’uopo predisposte in modo che il Professionista ne abbia la pronta disponibilità, ogni volta che un acquirente le richieda. Tali interazioni e recensioni positive non sarebbero ottenibili nella medesima mole quantitativa né con altrettanta facilità e speditezza raccogliendole da utenti veri o da utenti che abbiano avuto reali esperienze di interazione/acquisto: pertanto sembrerebbe che esse non rispecchino una valutazione autentica e disinteressata degli utenti. Il Considerando 49 della Direttiva c.d. Omnibus (2019/2161/UE) menziona espressamente i “like/mi piace” tra le interazioni rilevanti ai fini della disciplina a tutela dei consumatori, prevedendo che: *“Ai professionisti dovrebbe inoltre essere fatto divieto di pubblicare recensioni e raccomandazioni di consumatori false, per esempio postando «like/mi piace» sui media sociali oppure incaricando terzi di farlo, per promuovere i loro prodotti, nonché di manipolare le recensioni e le raccomandazioni dei consumatori, per esempio pubblicando solo le recensioni positive e sopprimendo quelle negative. (...)*”. La Commissione europea, nei propri Orientamenti sulla Direttiva 2005/29/UE¹, chiarisce poi che: *“La nozione di «apprezzamenti» dovrebbe essere interpretata in senso generale e comprendere anche le pratiche relative a falsi follower, reazioni e visualizzazioni”²;*

VISTA la documentazione trasmessa dall’AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa al comportamento della Società;

VISTO il Regolamento (UE) n. 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31/CE (regolamento sui servizi digitali, di seguito anche DSA);

FERMA restando la riserva di ogni iniziativa in relazione a eventuali responsabilità delle piattaforme online in ordine agli obblighi di trasparenza dei sistemi di raccomandazione nonché all’adozione di eventuali misure di mitigazione dei rischi di distorsione dei suddetti sistemi, di cui agli articoli 27 e 35 del DSA;

RITENUTO opportuno che il parere sul caso di specie sia reso all’AGCM ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del 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 attività attuate dalla Società 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 quarto trimestre del 2023 compreso tra 44,3 e 44,6 milioni su base mensile (tra 43,8 e 43,9 milioni nel quarto trimestre del 2022), con circa 65 ore e 43 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a dicembre 2023, 43,5 milioni hanno usato Google (42,8 milioni nello stesso mese del 2022), 39,6 milioni Meta Platforms (39,1 milioni nello stesso mese del 2022), 37,2 milioni Amazon (36,5 milioni nello stesso mese del 2022). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel quarto trimestre del 2023, tra 38,9 e 39,0 milioni (tra 38,0 e 38,3 milioni nel quarto trimestre del 2022), con una media di 3 ore e 3 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 e di acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista tramite *Internet*, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni lette nel sito utilizzato dal Professionista e dei processi di acquisto nello stesso previsti, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità 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 il parere a questa Autorità, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCOM sopra richiamata;

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;

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 dicembre 2023.

³ Dato riferito al mese di dicembre 2023.



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 ostantive alla pubblicazione.

Roma, 15 maggio 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE

Massimiliano Capitano

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE

Giulietta Gamba