



DELIBERA N. 127/25/CONS

PARERE
ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
LUCA MARANI
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12814

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 13 maggio 2025;

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. 58/25/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 18 aprile 2025 al prot. n. 100921 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 di Luca Marani (di seguito “Marani” 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 10 luglio 2024, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione degli artt. 20, 21, 22 e 23 del Codice;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché le pratiche in questione sono state diffuse tramite *Internet* (siti *web* e piattaforme *social*) si richiede all’Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 17, comma 2, del “*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Agcm con delibera del 5 novembre 2024, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell’AGCM del 10 luglio 2024, di avvio del procedimento istruttorio PS12814, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice, dell’art. 8, comma 3, del

Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, 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, Luca Marani – che su Instagram si definisce “imprenditore” – opera nel settore dell'*e-commerce* tramite siti *web* e piattaforme *social*;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12814, AGCM evidenzia che, secondo la segnalazione pervenuta e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, Marani avrebbe posto in essere la seguente condotta:

il Professionista, anche nella veste di *influencer*, pubblicherebbe in modo reiterato su Instagram, tramite il proprio account "luke_marani", foto e/o video in cui, oltre a vantarsi di risultati professionali e personali eccezionali apparentemente non verificabili, pubblicizzerebbe e offrirebbe a pagamento metodi per conseguire significativi risultati economici: i) promuovendo la realizzazione di elevati guadagni facili e sicuri, ottenibili “*in maniera del tutto passiva*”, mediante un non ben precisato sistema automatizzato, nonché guadagni “*da casa*” mediante il proprio “*Amazon personale*”, o altri sistemi volti a indurre gli utenti di Instagram a contattare il Professionista al fine di ottenere maggiori informazioni su come poter realizzare i guadagni pubblicizzati, tutti conseguibili in ogni caso a patto di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite (ad esempio, seguire determinati consigli, partecipare a sessioni informative/specifici eventi, effettuare gli investimenti raccomandati); ii) vantando risultati professionali e personali eccezionali apparentemente non verificabili; iii) senza utilizzare alcuna dicitura di *advertisement* che renda edotto il consumatore circa la natura pubblicitaria di tali contenuti; iv) omettendo o non evidenziando adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, elementi (quale, ad esempio, il costo dei beni e/o servizi offerti, l'identificazione e/o il recapito del professionista) rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore; v) fornendo testimonianze e recensioni dei servizi offerti, esclusivamente positive, rilasciate da presunti clienti senza avere adottato misure ragionevoli e proporzionate per verificare che le recensioni provengano da consumatori che abbiano realmente fruito del servizio valutato; vi) vantando, nella piattaforma di Instagram, una popolarità basata su un numero di *followers* pari a circa 187.000 per l'account "luke_marani", di cui, in base ai parametri di calcolo utilizzati da siti specializzati, la maggior parte risulterebbe essere composto da *fake followers*, ossia da profili Instagram di *followers* non autentici. In particolare, in base agli strumenti di analisi offerti dal sito internet www.modash.io, circa l'80% dei *followers* dell'*account* "luke marani" sarebbe composto da *followers* non autentici, mentre il sito www.inbeat.co riporta una percentuale di *fake followers* pari a circa il 68%;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23 del Codice. In particolare,

Luca Marani promuoverebbe enfaticamente, nei canali sopra indicati, guadagni facili, ricorrenti, sicuri e con un limitato impegno richiesto da parte dell'utente sulla falsariga del modello asseritamente vincente che lo stesso Marani incarnerebbe. Inoltre, nelle proprie comunicazioni commerciali, il professionista ometterebbe o non evidenzerebbe adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, elementi rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore (quali il costo del bene e/o servizio, l'identificazione e/o il recapito del professionista), omettendo altresì di inserire indicazioni circa la natura promozionale dei contenuti. Tali condotte appaiono integrare, da parte del professionista, possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22, del Codice del Consumo, in quanto suscettibili di configurare fattispecie di omissioni e azioni ingannevoli; peraltro, nel contesto delle medesime comunicazioni commerciali, Luca Marani vanterebbe una popolarità falsata dalla presenza di *followers* non autentici sul proprio profilo Instagram, nonché di testimonianze e recensioni apparentemente non verificabili, in possibile violazione degli articoli 20 e 23 del Codice del Consumo;

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

CONSIDERATO che il signor Luca Marani è un personaggio pubblico di successo, popolare nei *social network*, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico;

CONSIDERATO che l'Autorità con delibera n. 7/24/CONS ha adottato le Linee-guida rivolte agli *influencer* per il rispetto delle previsioni del Testo unico ed ha istituito un apposito Tavolo tecnico per definire le ulteriori misure al riguardo;

CONSIDERATO che l'Autorità con delibera n. 472/24/CONS ha avviato una consultazione pubblica sulle modifiche alle Linee-guida rivolte agli *influencer* e sulla proposta di codice di condotta recante le ulteriori misure e modalità cui gli *influencer* devono adeguare la propria attività per il rispetto delle previsioni del Testo unico;

FERMA restando la riserva di ogni iniziativa per garantire il rispetto delle norme del Testo unico oltre che di segnalazione alle Autorità competenti rispetto a profili connessi a condotte che possano aver determinato, in modo illecito, effetti a danno dei consumatori;

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 comunicazioni e alle 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 terzo trimestre del 2024 compreso tra 43,8 e 44,3 milioni su base mensile (tra 43,4 e 43,9 milioni nel terzo trimestre del 2023), con oltre 71 ore e 20 minuti² complessivi trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a settembre 2024, 43,4 milioni hanno usato Google (43,0 milioni nello stesso mese del 2023), 40,3 milioni Meta Platforms (39,4 milioni nello stesso mese del 2023), 36,0 milioni Amazon (36,0 milioni nello stesso mese del 2023). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel terzo trimestre del 2024, tra 38,4 e 38,9 milioni (tra 38,1 e 38,2 milioni nel terzo trimestre del 2023), con una media di 2 ore e 38 minuti³ trascorsi da ciascun utente navigando su tali siti/app di *e-commerce*;

CONSIDERATO che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app/social utilizzati dal Professionista, 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'AGCM sopra richiamata;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Laura Aria, 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.

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 settembre 2024.

³ Dato riferito al mese di settembre 2024.



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, 13 maggio 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Laura Aria

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella