

**DELIBERA N. 166/25/CONS**

**PARERE**

**ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO  
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI  
SWJ WEB MARKETING SL  
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**

**PS12800**

**L'AUTORITÀ**

NELLA riunione di Consiglio del 25 giugno 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 6 giugno 2025 al prot. n. 140923 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 SWJ Web Marketing SL (di seguito “SWJ” 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 25 giugno 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 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*) 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 25 giugno 2024, di avvio del procedimento istruttorio PS12800, 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, la Società svolge – quale attività prevalente – quella di *social media marketing* tramite i siti *web* <https://comprasocial.it/> e <https://www.marketing-seo.it/>;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12800, AGCM evidenzia che, in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, SWJ avrebbe posto in essere la seguente condotta:

tramite i propri siti *web* – interamente in lingua italiana e con contatti telefonici italiani – offre l'acquisto di *followers* (Facebook, Instagram, Spotify, TikTok), *like* (Facebook, Instagram, YouTube TikTok), visualizzazioni (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok), commenti (Facebook e YouTube), ascoltatori/iscritti (Spotify, YouTube). I siti *web* sono strutturati in diverse pagine rispettivamente dedicate alle varie piattaforme di destinazione; in ciascuna di esse sono presentate le diverse offerte disponibili, con varie composizioni di quantità e prezzo, da aggiungere ad un "Carrello". È possibile concludere il processo di acquisto sui siti effettuando il pagamento con vari mezzi di pagamento (bonifico, PayPal, carte di pagamento). Il sito si apre con il *claim*: "Vuoi aumentare *followers*, *like*, *views* e la popolarità dei tuoi *social*? È possibile oggi stesso! Incrementa rapidamente ed organicamente *like*, *followers*, seguaci, iscritti commenti o visualizzazioni. Servizi di incremento italiani al 100% garantiti". Gli apprezzamenti sono offerti in 'pacchetti' di diversa grandezza e contestualmente all'ordine viene richiesto di indicare l'*url* di destinazione degli stessi. Si prospetta un'erogazione del servizio con tempi diversi a seconda delle quantità, con indicazione generale di "Consegna rapida". Ad esempio, sono previsti tempi di consegna molto rapidi per la consegna di "*like* italiani" Instagram (da 2 a 24 ore per pacchetti da 20 a 200 *like*, fino a 48 ore per 1000 *like*) e tempi più lunghi per *follower* Facebook (fino a 10 giorni per 1.000 *follower*, fino a 60 giorni per 3.000 *follower*). In varie parti del sito si evidenzia che le interazioni provengono da "profili reali 100%", ma viene usato il *claim* "Servizi di incremento garantiti". Nel servizio di "aumento commenti Facebook italiani", si promette di ottenere "la pubblicazione di opinioni positive sotto i *post* che pubblici" garantendo quindi che si tratta solo di commenti favorevoli. Nel servizio riguardante i "commenti di YouTube italiani", si consente di "indicare il testo dei commenti" specificando che "È possibile inviare una mail con i testi che si vorranno vedere pubblicati, oppure lasciare la stesura dei testi agli utenti che commenteranno. I testi saranno sempre positivi". Il sito promette una "Consegna Veloce ma Graduale" delle varie tipologie di apprezzamenti, con la "Garanzia del risultato". Ad esempio, si vendono pacchetti di *followers* Facebook italiani "100% garantiti" promettendo 1"Attivazione entro 2/3 giorni" con "Incremento graduale di circa 1000 *followers* al mese". Con riferimento ai *followers* su Instagram si dettaglia che "Puoi comprare *followers* italiani 100% reali in modo semplice e veloce, ti bastano pochissimi minuti: aggiungi il servizio scelto nel carrello e inserisci il *link* del tuo profilo Instagram nel campo e conferma l'ordine. L'attivazione avviene in 2/3 giorni e gli incrementi saranno gradualmente, 250-500 *followers* la settimana che salgono gradatamente. Maggiore è la promozione acquistata maggiore la velocità media di crescita, minore la quantità acquistata, minore la velocità di crescita, fino al



completamento della promozione. Più follower Instagram acquisti e più rapida sarà l'erogazione del servizio. I *follower* che inizieranno a seguirti saranno solo utenti italiani, con profilo verificato e interessati a ciò che pubblici. Inoltre, è possibile scegliere – dal menù a tendina – l'incremento del servizio per alcuni mesi in modo da aumentare gradatamente l'incremento organico dei nuovi *followers*, tramite il menù a tendina. Se scegli questa possibilità, la consegna dei *follower* sarà ancora più lenta e graduale, per assicurarti l'aumento nella tempistica richiesta". Nell'offrire la vendita di *like* per foto e profili Instagram si prospetta un "Aumento garantito del 100% dei *like* acquistati", "Attivazione in 24h" e un "Aumento rapido dei *like* Instagram sul post indicato". Si specifica ulteriormente il processo di fornitura del servizio, evidenziando che "puoi comprare *like* su post e foto Instagram con pochi passaggi: aggiungi il servizio al carrello e inserisci l'*url* della foto o delle foto che vuoi promuovere nel campo. Se il *link* fornito è corretto, l'attivazione del servizio avverrà immediatamente h24 e riceverai i *like* Instagram al tuo *post* entro poche ore. Puoi ricevere fino a 2000 *like* Instagram al giorno. Più *likes* acquisti e più veloce sarà l'erogazione del servizio." Sul sito il Professionista pubblicizza la propria attività evidenziando che "aiutiamo *influencer, social manager, cantanti, digital creator, web agency*, e ogni tipo di azienda ad aumentare la propria popolarità *online*...e quella dei loro clienti!". Sul sito si specifica che "Il numero di *followers* sulla pagina Facebook indica quanto questa sia popolare, ovvero, quante persone sono realmente interessate alla tua azienda o al tuo *brand*" e che "quando un'azienda o un *brand* cercano collaborazioni, oltre all'*engagement* generato dal profilo, valutano anche la platea di pubblico potenzialmente raggiungibile. Acquistare *follower* Instagram italiani ti permette di [...] ottenere collaborazioni: aumenti le possibilità di venir contatto da *brand* e aziende per delle sponsorizzazioni";

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

il Professionista, infatti, risulterebbe offrire – in cambio di un corrispettivo – apprezzamenti destinati a essere utilizzati da chi li acquista sulle principali piattaforme digitali, specie quelle di media sociali. A tal proposito, la Commissione europea, nei propri Orientamenti sulla Direttiva 2005/29/UE, chiarisce che: "La nozione di «apprezzamenti» dovrebbe essere interpretata in senso generale e comprendere anche le pratiche relative a falsi *follower*, reazioni e visualizzazioni". Gli apprezzamenti sono idonei ad amplificare in chi li acquista e utilizza, pubblicandoli, la propria popolarità e l'impatto sugli utenti dei propri servizi o contenuti, creando un'apparenza di affidabilità dei relativi *account* oltretutto dei servizi offerti. Con specifico riferimento agli apprezzamenti offerti dal Professionista – consistenti nel caso di specie in *follower, like, visualizzazioni, commenti*, relativi a contenuti presenti sulle principali piattaforme *social* – questi sono anche idonei a consentire a chi li 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. In ogni caso, la capacità del



Professionista di offrire con rapidità "pacchetti" contenenti quantità e varietà così rilevanti di apprezzamenti, su una moltitudine di piattaforme, implica e presuppone che questi siano all'uopo predisposti in modo che lo stesso ne abbia la pronta disponibilità, ogni volta che un acquirente le richieda. Tali apprezzamenti non sarebbero ottenibili nella medesima mole quantitativa né con altrettanta facilità e speditezza raccogliendoli da utenti veri o da utenti che abbiano avuto reali esperienze di consumo: pertanto sembrerebbe che essi non rispecchino una valutazione autentica degli utenti. *A fortiori* non sembrerebbero genuini i commenti venduti, atteso che il professionista consente agli acquirenti addirittura di "indicare il testo". Alla luce di tutto ciò il professionista, contrariamente alla diligenza professionale di cui all'art. 20 del Codice del consumo, risulterebbe avere violato l'art. 23, lett. bb-quater) del Codice del consumo, secondo cui è vietato "inviare, o incaricare un'altra persona giuridica o fisica di inviare recensioni di consumatori false o falsi apprezzamenti o di fornire false informazioni in merito a recensioni di consumatori o ad apprezzamenti sui media sociali, al fine di promuovere prodotti";

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 o Regolamento);

CONSIDERATO che l'articolo 15, comma 2, del decreto-Legge 15 settembre 2023, n. 123 convertito con modificazioni dalla legge 13 novembre 2023, n. 159 (CDcd. Decreto Caivano), nell'individuare Agcom quale coordinatore dei servizi digitali per l'Italia, ha altresì previsto che "*L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, il Garante per la protezione dei dati personali e ogni altra Autorità nazionale competente, nell'ambito delle rispettive competenze, assicurano ogni necessaria collaborazione ai fini dell'esercizio da parte dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni delle funzioni di Coordinatore dei Servizi Digitali. Le Autorità possono disciplinare con protocolli di intesa gli aspetti applicativi e procedurali della reciproca collaborazione.....*".

RILEVATO che l'Autorità, nella propria qualità di Coordinatore dei servizi digitali per l'Italia, è responsabile del coordinamento a livello nazionale per l'applicazione del Regolamento ed è tenuta a cooperare in ambito europeo con i Coordinatori dei diversi Stati membri dell'Unione in cui sono stabiliti i fornitori di servizi intermediari e con la Commissione europea. Alla luce del meccanismo delineato nel DSA, l'Autorità è tenuta a veicolare agli altri DSC, attraverso un meccanismo all'uopo istituito, tutti i provvedimenti adottati nei confronti di servizi intermediari per condotte illecite che rilevino nei sensi descritti dal Regolamento medesimo;

RITENUTO che nel caso *de quo* sono coinvolti prestatori di servizi intermediari e che pertanto, nei casi in cui venisse rilevata la presenza di contenuti illeciti da parte di AGCM su tali servizi, si verserebbe nelle ipotesi disciplinate dall'articolo 9 del DSA;

CONSIDERATO inoltre che l'articolo 35 del DSA prevede, al comma 1, che “*I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi e di motori di ricerca online di dimensioni molto grandi adottano misure di attenuazione ragionevoli, proporzionate ed efficaci, adattate ai rischi sistemici specifici individuati a norma dell'articolo 34*”;

CONSIDERATO, per l'effetto, che l'Autorità si riserva ogni iniziativa in merito ad eventuali violazioni del DSA riscontrate alla luce delle evidenze trasmesse da AGCM, quale autorità competente, nel corso del procedimento istruttorio avviato;

RITENUTO opportuno che il parere sul caso di specie sia reso all'AGCM nei limiti di cui all'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 istruttorio, si riferisce alle comunicazioni e 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 unici<sup>1</sup> che si sono collegati a *Internet* nel quarto trimestre del 2024 compreso tra 44,6 e 44,7 milioni su base mensile (tra 44,3 e 44,6 milioni nel quarto trimestre del 2023), con oltre 70 ore e 10 minuti<sup>2</sup> complessivi trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a dicembre 2024, 43,6 milioni hanno usato Google (43,5 milioni nello stesso mese del 2023), 39,8 milioni Meta Platforms (39,6 milioni nello stesso mese del 2023), 36,3 milioni Amazon (37,2 milioni nello stesso mese del 2023). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/*app* di *e-commerce* varia, nel quarto trimestre del 2024, tra 38,7 e 38,8 milioni (tra 38,9 e 39,0 milioni nel quarto trimestre del 2023), con una media di 3 ore e 2 minuti<sup>3</sup> 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 dalle Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/*app* utilizzati dalla Società, 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

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Dato riferito al mese di dicembre 2024.

<sup>3</sup> Dato riferito al mese di dicembre 2024.



richiesto il parere a questa Autorità, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCM sopra richiamata;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione della Commissaria Elisa Giomi, relatrice 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.

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, 25 giugno 2025

IL PRESIDENTE  
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE

Elisa Giomi

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE

Giovanni Santella