



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*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’Autorità con delibera del 1° aprile 2015 n. 25411;

VISTO il proprio provvedimento del 14 gennaio 2020, con il quale è stata deliberata l’adozione della misura cautelare nei confronti di Smart Shopping S.r.l.s., ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTA la sospensione *ex lege* dei termini nei procedimenti amministrativi, ai sensi dell’art. 103, del d.l. 17 marzo 2020, n. 18 e dell’art. 37, del d.l. 8 aprile 2020, n. 23;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Smart Shopping S.r.l.s. (di seguito anche *Smart Shopping* o Professionista), partita IVA n. 08838641218, esercita attività di vendita *online*, attraverso il proprio sito *internet* <http://www.smart-shopping.it/> (di

seguito anche Sito), di prodotti relativi all'informatica, alla telefonia e all'elettronica.

2. Lo Sportello Europeo dei Consumatori, in qualità di segnalante.

II. LE CONDOTTE

3. Il provvedimento concerne una serie di condotte poste in essere dal Professionista nell'ambito della commercializzazione di prodotti tecnologici, attraverso il dominio *web smart-shopping.it*, secondo una particolare modalità di offerta degli stessi, caratterizzata dalla prospettata possibilità per il consumatore di conseguire sconti rilevanti.

4. In particolare, le condotte poste in essere da *Smart Shopping* consistono:

- a) nel prospettare sul proprio sito la vendita dei prodotti in modo da far ritenere che sia possibile acquistarli ad un prezzo particolarmente scontato, senza evidenziare adeguatamente che si tratta di una mera prenotazione e che l'ottenimento del bene al prezzo scontato è in realtà subordinato alla circostanza che altri consumatori effettuino analoga prenotazione e provvedano al versamento del relativo importo, senza fornire alcuna indicazione sui tempi di attesa e quindi di consegna del prodotto prenotato;
- b) nell'ingiustificato ostacolo all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori, con particolare riguardo alla facoltà di recesso e al diritto ad essere integralmente rimborsati dei corrispettivi versati, a fronte della mancata consegna dei prodotti acquistati e/o del recesso/risoluzione del contratto.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. A partire dal mese di settembre 2018¹ sono pervenute alcune segnalazioni di consumatori, nelle quali venivano evidenziate condotte scorrette poste in essere da *Smart Shopping* nella commercializzazione *online* di prodotti elettronici.

6. In relazione alle condotte denunciate e sopra descritte, in data 23 dicembre

¹ Cfr. segnalazione prot. 63808 del 14 settembre 2018.

2019 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS11467, per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25, del Codice del Consumo.

7. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il Professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro dieci giorni dal suo ricevimento, al fine di valutare la sussistenza dei presupposti per la sospensione provvisoria della pratica, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

8. Con provvedimento del 14 gennaio 2020, l'Autorità, ritenendo sussistenti i presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*, ha disposto la sospensione di ogni attività diretta alla vendita, attraverso il sito *internet www.smart-shopping.it*: *a)* di beni ad un prezzo particolarmente scontato attraverso il pagamento di una somma a titolo di "prenotazione" del bene e condizionata alla successiva adesione di altri consumatori che effettuino analogo versamento/prenotazione o al successivo movimento della c.d. lista di scorrimento; *b)* di prodotti che, presentati come disponibili e prenotati con versamento del relativo prezzo scontato, non risultino in realtà pronti per la consegna.

9. A seguito di una rilevazione d'ufficio, è emerso che il sito *web http://www.smart-shopping.it* risultava inattivo a far data dal 30 gennaio 2020, recando l'indicazione "*Smart-Shopping.it momentaneamente non disponibile! Torneremo presto. Torna a trovarci :)*"².

10. In data 13 maggio 2020 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

11. In data 11 giugno 2020 è stata trasmessa la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 10 luglio 2020.

12. Il Professionista è intervenuto nel procedimento trasmettendo memorie e scritti difensivi nelle date del 30 gennaio e del 3 giugno 2020.

2) Le evidenze acquisite

2).1) il meccanismo di vendita "Smart Shopping"

13. Il professionista opera utilizzando il dominio *web smart-shopping.it*, su cui pubblica le offerte di prodotti tecnologici e promuove una particolare modalità di acquisto degli stessi con la possibile applicazione di sconti

² Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 30 gennaio 2020.

rilevanti rispetto al prezzo di listino (“prezzo pieno”), mediante l’inserimento del consumatore in un “gruppo di acquisto” e la successiva partecipazione al gruppo di altri aderenti, i quali compenseranno con i loro pagamenti il prezzo intero del bene acquistato dal primo acquirente, consentendogli di ottenere il bene prescelto al prezzo scontato, sulla base di criteri di funzionamento e tempistiche di scorrimento non resi noti ai consumatori.

14. Nello specifico, sul sito *web* del Professionista sono proposte ai consumatori tre differenti modalità di acquisto dei prodotti³: a) “*acquisto immediato*” o “*prezzo pieno*”: l’acquirente acquisterà il bene al prezzo di listino proposto dal Professionista, nella sezione del sito denominata “*Classic shop*”, senza sconto e senza alcun limite massimo di spesa; b) “*Prenota ora*” o “*prenotazione*”: prenotando il prodotto, l’acquirente si aggiudica lo stesso ad un prezzo ribassato, inferiore di circa due terzi rispetto a quello di mercato applicato per l’acquisto immediato a “*prezzo pieno*”; c) “*Prenota ora*” o “*prenotazione*” tramite Affiliato: prenotando il prodotto mediante un rivenditore “*affiliato*” al Professionista, indicato in un apposito elenco presente sul sito *web*, l’acquirente si aggiudica lo stesso ad un prezzo ribassato, analogamente alla modalità *sub b)* di cui *supra*.

15. Il Professionista, quindi, utilizzando il dominio *smart-shopping.it*, pubblica *online* le offerte di prodotti e promuove una particolare modalità di acquisto degli stessi – ossia “*Prenota ora*”/“*prenotazione*” – con possibile applicazione di sconti rilevanti rispetto al prezzo di listino. Sul predetto sito i prodotti sono pubblicizzati in modo tale da far ritenere che sia possibile acquistarli a un prezzo estremamente scontato (inferiore di circa 2/3 rispetto a quello di mercato), senza evidenziare adeguatamente che l’importo indicato (ribassato sino al 70%) si riferisce ad una mera prenotazione e che l’ottenimento del bene al prezzo scontato è subordinato alla circostanza che altri consumatori effettuino analoga prenotazione e, pertanto, introducano nel sistema importi ulteriori e sufficienti a raggiungere la somma necessaria a completare la transazione nell’ambito di un imprecisato gruppo di acquisto. Infatti, il Professionista ha classificato quattro “*gruppi di acquisto*” ai quali l’acquirente ha la possibilità di aderire e ai quali corrispondono diversi limiti di spesa nonché altrettante e specifiche liste di scorrimento, organizzate in base alla progressione degli ordini di acquisto ricevuti⁴.

³ Cfr. verbale di acquisizione agli Atti del 17/12/2019.

⁴ Nello specifico, i gruppi di acquisto sono i seguenti: i) BUY & SHARE: per il quale è previsto un limite massimo di spesa di € 1.500; ii) BUNDLE SHOP: con un limite massimo di spesa di € 750; iii) MASTERCARD SHOP: con un limite massimo di spesa di € 100; iv) AFFILIATO: previsto un limite massimo di spesa di €1.500. (Cfr. *Verbale di Acquisizione agli Atti del 17/12/2019*).

16. In sostanza, il meccanismo di vendita “*Smart Shopping*” prevede che il consumatore possa ottenere i beni a prezzi scontati solo mediante l’inserimento della sua prenotazione in un “gruppo di acquisto” corrispondente al prezzo da compensare del prodotto prenotato e, quindi, attraverso l’iscrizione del suo nominativo in uno degli elenchi organizzati per classi di prezzi (una sorta di “lista d’attesa”), nell’ambito dei quali si verifica un processo di abbinamento con altri partecipanti che versano la propria quota fino a “compensare” il prezzo indicato per il prodotto oggetto dell’avanzamento in lista. Pertanto, l’adesione di altri consumatori e la loro iscrizione nel predetto gruppo/lista rappresentano le condizioni indispensabili per ottenere il bene al prezzo scontato, secondo criteri e modalità di funzionamento che non sono conosciuti né verificabili dal consumatore.

17. A conferma di ciò, nelle condizioni generali di vendita è previsto che il consumatore, dopo aver effettuato la prenotazione, dovrà attendere un “*lasso di tempo prima di ricevere il prodotto prenotato, dovuto allo scorrimento fino al suo nominativo della lista del “GRUPPO D’ACQUISTO” prescelto, visibile nella sezione “GRUPPO D’ACQUISTO” del Sito*”; inoltre, è indicato che “*l’attesa prolungata nel completamento del gruppo di acquisto non dà alcun diritto all’acquirente di pretendere la spedizione del bene al solo prezzo di prenotazione*”⁵.

2).II) *la mancata consegna dei prodotti acquistati online e l’ostacolo all’esercizio dei diritti di recesso e rimborso*

18. Con specifico riguardo alla prospettata modalità di vendita con “*prenotazione*” promossa sul sito *smart-shopping.it*, dalle risultanze istruttorie emerge che il Professionista, da un lato, ha omesso di consegnare i beni prenotati, dall’altro lato, ha ingiustificatamente ostacolato l’esercizio dei diritti dei consumatori di recesso e/o risoluzione del contratto, nonché il diritto di ottenere l’integrale restituzione delle somme versate all’atto della prenotazione dopo aver aderito all’offerta di acquisto a prezzo scontato del bene prescelto e mai consegnato.

19. In tale prospettiva, assumono rilievo le segnalazioni pervenute in Autorità a partire dal mese di settembre 2018⁶ e fino ad aprile 2020⁷, con le quali alcuni

⁵ Cfr. artt. 2.4 e 2.5 dei “*Termini e condizioni*”.

⁶ Cfr. segnalazione prot. n. 0063808 del 14/9/2018.

⁷ Cfr. segnalazione prot. n. 0031959 del 9/4/2020. Nel caso di specie, il segnalante, alla data della segnalazione (9 aprile 2020), non aveva ancora ricevuto il prodotto acquistato il 13 febbraio 2018 (ossia più

consumatori si sono lamentati della mancata consegna del bene prenotato, nonostante il decorso di un significativo periodo di tempo dal versamento del prezzo scontato, spesso superiore (talora ampiamente) ad un anno⁸, evidenziando la lunga permanenza nella lista di attesa senza avere certezza in merito ai tempi di scorrimento della stessa nonché, in ultima analisi, alla effettiva possibilità di ricevere il bene o di essere rimborsati, in ragione del mancato riscontro da parte del Professionista alle richieste di informazioni e ai reclami degli aderenti.

20. Ad esempio, secondo la testimonianza di un acquirente, che a distanza di un anno e mezzo dall'acquisto *online* di uno *smartphone* non l'aveva ancora ricevuto, l'avanzamento della lista si sarebbe arrestato a dicembre 2018, dopo undici mesi dalla sua prenotazione, rendendo pertanto *“impossibile verificare l'eventuale scorrimento della graduatoria del gruppo d'acquisto”*⁹. In un altro caso, un consumatore ha dichiarato di aver guadagnato *“soltanto 10 posizioni [nella lista di attesa, n.d.r.] in circa 12 mesi”*, lamentando il mancato aggiornamento del Sito e della lista d'attesa dal mese di dicembre 2018¹⁰.

21. Ulteriori segnalazioni evidenziano il rifiuto da parte del Professionista di rimborsare la somma versata dai consumatori al momento dell'acquisto del bene con prenotazione, nonché l'impedimento all'esercizio del diritto di recesso/risoluzione dal contratto e, infine, la richiesta di pagamento di un importo di riscatto dal valore ben superiore al prezzo di mercato dei beni ordinati. Emblematica al riguardo la testimonianza di una consumatrice che, avendo pagato nel mese di ottobre 2018 un ingente importo per la *“prenotazione”* di due telefoni cellulari, a distanza di un anno non aveva ancora ricevuto alcun prodotto oggetto dell'ordine di acquisto, nonostante le rassicurazioni fornite dal Professionista, nel senso di *“pazientare poiché i tempi [di consegna] erano condizionati dalla velocità delle liste di scorrimento”*; di contro, l'acquirente sarebbe stata contattata telefonicamente dagli operatori del Professionista i quali, dopo aver *“riferito l'indisponibilità del prodotto al prezzo scontato”*, avrebbero *“proposto il riscatto dei telefoni cellulari ad un prezzo maggiore rispetto a quello di mercato, pena la perdita*

di 2 anni prima) e non aveva ottenuto alcun riscontro da parte del Professionista alle sue comunicazioni *email* e ai tentativi di contatto telefonico.

⁸ Cfr., oltre alla segnalazione citata alla nota precedente, la segnalazione prot. n. 0070891 del 4/11/2019 e la segnalazione trasmessa dallo Sportello Europeo dei Consumatori (prot. n. 0042035 del 11/6/2019; in questo caso, il consumatore, pur avendo ricevuto indicazioni dal Professionista su una tempistica di spedizione di 2 mesi al massimo, dopo oltre 1 anno dall'ordine di acquisto di un cellulare *Iphone*, non aveva ancora ricevuto il prodotto). Di analogo tenore è pure la segnalazione prot. n. 0068745 del 23/10/2019.

⁹ Cfr. segnalazione prot. n. 0070891 del 4/11/2019.

¹⁰ Cfr. segnalazione prot. n. 0070897 del 4/11/2019.

della somma già corrisposta”. Dopo varie contestazioni da parte della segnalante, il Professionista l’avrebbe esclusa dal gruppo d’acquisto, omettendo peraltro di fornire riscontro alle molteplici richieste di assistenza ed informazione formulate tramite posta elettronica (*email*)¹¹.

22. Con particolare riferimento al comportamento del Professionista a fronte delle richieste di rimborso ricevute a seguito della mancata consegna del bene, il Professionista si è limitato a fornire una tabella¹², contenente un elenco di nominativi associati a degli importi e riferita all’esercizio commerciale 2018 che, ad avviso della Parte, dovrebbe attestare i rimborsi effettuati (cfr. *infra*).

3) Le argomentazioni difensive del Professionista

23. Il Professionista ha depositato memorie difensive nelle date 30 gennaio e 3 giugno 2020, evidenziando come il peculiare sistema di vendita adottato sarebbe tale da non permettere, *a priori*, di quantificare il lasso di tempo che il cliente, dopo aver acquistato il bene e pagato in anticipo una quota a titolo di prenotazione, dovrà aspettare prima di ricevere il bene a prezzo scontato; ciò in quanto tale lasso temporale dipende dallo scorrimento, fino al suo nominativo, della lista relativa al “gruppo d’acquisto” selezionato.

24. In siffatto contesto, a detta della società *Smart Shopping* l’acquisto del bene “*si perfeziona allorquando altri clienti, dopo di lui, col versamento delle proprie quote completano e compensano la somma totale del prodotto richiesto*”, con la conseguenza che soltanto una volta terminato il suddetto processo, l’ordine viene evaso e il prodotto prescelto viene spedito. Come precisato nella memoria del 3 giugno 2020, “*nella vendita in discussione non è aprioristicamente individuabile il momento della consegna del bene e l’attesa prolungata nel completamento del gruppo di acquisto non dà alcun diritto di pretendere l’anticipata spedizione al solo prezzo di prenotazione*”. Quanto al diritto di recesso, solo una volta ottenuto il possesso fisico del bene acquistato *online* comincerà a decorrere, per il cliente, il termine di 14 giorni per il suo esercizio; secondo quanto riportato nella memoria conclusiva, non sarebbero pervenute al Professionista istanze di recesso successive alla materiale consegna del bene.

25. Tanto premesso, a detta del Professionista, nel caso delle segnalazioni

¹¹ Cfr. segnalazione prot. n. 0071109 del 5/11/2019; in tal caso, la consumatrice aveva già pagato la somma di 822,40 euro (tramite bonifico bancario).

¹² Cfr. allegato 1 alla Memoria del 3 giugno 2020.

acquisite agli atti del procedimento, al momento delle rispettive richieste di recesso o di consegna del bene *“il trasferimento di quest’ultimo non era ancora avvenuto non a causa di un inadempimento del fornitore bensì perché non si era ancora concluso l’anzidetto iter di acquisto e, di conseguenza, i richiedenti non avevano maturato il diritto a riceverlo o a recedere dal contratto”*¹³. Nella memoria del 3 giugno 2020, *Smart Shopping* ha ribadito che i beni prenotati per i quali si è completato l’*iter* di acquisto sarebbero stati tutti prontamente consegnati e le sole ipotesi di omessa consegna sarebbero riferibili non ad un inadempimento o ritardo del venditore, ma a *“casi nei quali il diritto di ottenere il bene non era ancora sorto”*. In punto di fatto, il Professionista avrebbe ricevuto trecento richieste di rimborso/restituzione, accogliendo la quasi totalità delle stesse.

26. Più dettagliatamente, riferendosi al contenuto delle singole segnalazioni in atti, *Smart Shopping* ha osservato che laddove il cliente abbia riferito di aver avuto tempi certi di spedizione del prodotto (ad esempio, i 2 mesi riferiti nella prima segnalazione in atti¹⁴), la dichiarata tempistica sarebbe *“imprecisa”*, in quanto sarebbe stato chiarito al cliente che tale lasso temporale rappresentava *“una stima approssimativa legata all’andamento della lista in quel preciso momento”*. Pertanto, il termine indicato *“non può intendersi come impegno specifico a consegnare il bene entro quel preciso lasso temporale”*.

27. Quanto alla riferita circostanza secondo cui il Professionista non aggiornerebbe il sito *web* con frequenza, non potendosi di conseguenza verificare l’eventuale ed effettivo scorrimento delle liste di attesa, *Smart Shopping* si è limitato ad affermare che *“lo scorrimento delle varie graduatorie è stato costantemente aggiornato e ne è stata consentita la regolare visionabilità”*¹⁵. Analogamente, nei casi in cui sia stato segnalato un lento scorrimento delle liste di attesa (ad esempio, dieci posizioni in 12 mesi circa¹⁶), tale circostanza non dipenderebbe, a detta di *Smart Shopping*, da *“una condotta negligente nell’aggiornamento del sito”* ma, piuttosto, *“dalla circostanza che non sono intervenuti ulteriori ordinativi tali da determinare un corrispondente scorrimento della lista ed un migliore posizionamento della consumatrice”*¹⁷.

28. Il Professionista ha poi dichiarato di aver fornito, dal punto di vista informativo, tutti gli strumenti necessari al potenziale cliente per comprendere

¹³ Cfr. memoria del 30 gennaio 2020.

¹⁴ Cfr. segnalazione prot. n. 0063808 del 14/9/2018.

¹⁵ Cfr. memoria conclusiva del 3 giugno 2020, pag. 5.

¹⁶ Cfr. segnalazione cit. prot. n. 0070897 del 4/11/2019.

¹⁷ Cfr. memoria conclusiva del 3 giugno 2020, pag. 5.

compiutamente il meccanismo di acquisto ovvero i dati aggiornati riguardanti il proprio ordine, come asseritamente confermato dalla presenza sul sito *Internet* anche di un video esplicativo che rappresenta un “*utilissimo supporto aggiuntivo per veicolare le informazioni attinenti alle dinamiche di funzionamento dell’e-commerce*”¹⁸. Inoltre, sempre dal punto di vista informativo, assumerebbero rilievo le “FAQ” e la pagina del sito denominata “*COME FUNZIONA*”, contenenti ulteriori indicazioni. Peraltro, nei “*Termini e condizioni*” contrattuali, “*che devono essere preliminarmente accettate e sottoscritte per poter effettuare l’ordine*”¹⁹, sarebbe ben spiegato che per l’acquisto di un bene a prezzo scontato si deve versare una quota in anticipo, “*non quale corrispettivo, ma a mero titolo di prenotazione, precisando che l’acquisto si perfezionerà e il bene verrà consegnato soltanto quando altri clienti col versamento di ulteriori quote avranno completato la somma totale del prodotto*”²⁰.

29. Infine, quanto alle richieste di rimborso pervenute ed evase, il Professionista si limita ad allegare una tabella²¹ dalla quale emergerebbe come “*risultano pervenute un totale di 300 richieste di rimborso/restituzione*”, senza specificare l’arco temporale di riferimento, che è ragionevolmente l’esercizio 2018, tenuto conto del contenuto della tabella stessa. In merito a tale tabella, che dovrebbe dar conto dei rimborsi effettuati, il Professionista osserva di aver “*provveduto ad accoglierne 296 ossia la quasi totalità*”, risultando quindi “*singolare che si accusi la SMART SHOPPING S.R.L.S di avere ostacolato la restituzione delle somme versate, essendo le istanze rimaste prive di positivo riscontro soltanto il 1,33% che può tranquillamente definirsi un dato residuale ed irrisorio*”²².

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

30. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo *Internet*, in data 11 giugno 2020 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

¹⁸ Cfr. memoria *Smart Shopping* del 3 giugno 2020.

¹⁹ Cfr. memoria *Smart Shopping* del 3 giugno 2020.

²⁰ Cfr. memoria *Smart Shopping* del 3 giugno 2020.

²¹ Cfr. allegato 1 alla Memoria del 3 giugno 2020.

²² Cfr. memoria del 3 giugno 2020.

31. Con comunicazione pervenuta in data 10 luglio 2020, la suddetta Autorità ha trasmesso la delibera n. 288/20/CONS, nella quale ha espresso il parere richiesto, limitando le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, ad amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

32. In particolare, la suddetta Autorità, considerando che *“con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione online”*, ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *Internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle condotte oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

33. L'istruttoria in esame riguarda il settore dell'*e-commerce*, con specifico riguardo alla commercializzazione *on-line* di prodotti tecnologici mediante l'adozione di schemi di vendita peculiari e articolati, che si discostano dalle ordinarie modalità di offerta di beni su *Internet*.

34. In tale contesto, connotato dalla spersonalizzazione del rapporto d'acquisto e dalla posizione di inevitabile asimmetria informativa in cui versa il consumatore, si impone la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, a partire dal momento dell'aggancio dell'utente, attraverso una chiara e completa rappresentazione del meccanismo di offerta che si pubblicizza e del conseguente vincolo contrattuale, per consentire una scelta commerciale consapevole dapprima in ordine all'acquisto e poi alla prosecuzione del rapporto contrattuale.

35. Sotto questo profilo, si deve evidenziare che il Professionista ha adottato una struttura di vendita astrattamente riconducibile al modello del c.d. *Buy&Share*, in quanto basata sulla creazione di gruppi di acquisto volti a conseguire prezzi vantaggiosi per i consumatori, nella quale però, a differenza dello schema tipico del *Buy&Share*, il venditore *Smart Shopping* si pone esso stesso come organizzatore dell'intero processo di acquisto.

36. In base al meccanismo di vendita adottato da *Smart Shopping*, l'acquirente

è chiamato ad aderire all'offerta pubblicizzata, effettuando il pagamento di una somma di solito pari al 30% del valore del bene prescelto e, successivamente, per ottenere quanto prenotato, deve attendere lo scorrimento della lista in cui viene inserito. Tale circostanza si realizza esclusivamente a seguito dei pagamenti effettuati, quali ulteriori prenotazioni di prodotti, da parte di altri consumatori che a loro volta aderiscono all'offerta pubblicizzata da *Smart Shopping*.

37. Nel caso di specie il Professionista, a fronte del complesso *iter* di vendita implementato, risulta aver fornito una rappresentazione incompleta, poco trasparente e non veritiera in merito ai seguenti elementi: (i) il prezzo di offerta dei prodotti, subordinato a condizioni imprevedibili e aleatorie; (ii) i termini e le condizioni del meccanismo commerciale proposto; (iii) la natura effettiva degli impegni che il consumatore assume, nonché infine (iv) l'effettivo funzionamento del processo di vendita, i tempi di attesa ai fini della consegna materiale del prodotto nonché le reali possibilità di conseguire i beni prenotati.

38. Siffatte omissioni e ambiguità informative sono tali da indurre in errore il consumatore medio, facendogli assumere una decisione di natura commerciale, in merito all'acquisto *on line* mediante *Smart Shopping*, che altrimenti non avrebbe preso.

39. In particolare, risulta palesemente decettiva la modalità di prospettazione del prezzo "scontato" utilizzata dal Professionista. Infatti, quello che viene presentato come prezzo di acquisto in realtà si riferisce solo alla prenotazione, costituendo un rilevante elemento di persuasione verso il consumatore e realizzando il c.d. "effetto aggancio".

40. Successivamente alla prenotazione, dopo aver effettuato il versamento della somma richiesta, l'aderente non viene adeguatamente informato del fatto che, per conseguire il bene prenotato, sarà inserito in una lista di attesa ("*gruppo di acquisto*"), gestita interamente dal Professionista, secondo criteri allo stesso consumatore ignoti e che dovrà rimanere in tale lista, per un periodo di tempo che non è in alcun modo indicato, in attesa che si compia un imprecisato processo di compensazione grazie agli acquisti effettuati da altri partecipanti, salvo ricorrere alla possibilità di riscattare il prodotto prenotato pagandolo però al più elevato prezzo di mercato.

41. La mancata informativa da parte del Professionista in ordine ai criteri di funzionamento della lista di attesa e l'assenza di trasparenza sul numero di acquirenti presenti in lista, sul loro posizionamento e sui tempi di avanzamento, determinano l'impossibilità per i consumatori che effettuino una prenotazione di verificare lo stato della loro permanenza all'interno della

lista e i tempi di scorrimento della graduatoria; in ultima analisi, il consumatore è ingannato in merito alla tempistica di compensazione della lista e alla possibilità che poi avvenga realmente la consegna dei beni prenotati.

42. Alla luce di quanto sopra esposto, emerge la natura gravemente ingannevole della condotta posta in essere da *Smart Shopping*, idonea ad indurre i consumatori ad aderire all’offerta di vendita pubblicizzata sulla base di una prospettazione decettiva.

Infatti, i consumatori, ingannevolmente attratti dalla prospettiva di acquistare il prodotto reclamizzato a un prezzo particolarmente scontato, si trovano iscritti in una lista di attesa di cui ignorano i meccanismi di funzionamento e, soprattutto, i tempi di scorrimento. In tal modo, gli acquirenti, non essendo correttamente informati sulla tempistica di permanenza in lista, sono costretti ad attendere, dopo aver versato l’importo della prenotazione, un tempo imprecisato e imprevedibile, venendo quindi gravemente ingannati sull’effettiva possibilità di ottenere la materiale consegna del prodotto prenotato.

43. L’ingannevolezza della prospettazione delle offerte di vendita in esame non può ritenersi attenuata dalla circostanza, addotta nella memoria conclusiva, che le informazioni rilevanti sulle caratteristiche del meccanismo di acquisto sarebbero fornite in un video esplicativo reperibile sul sito, contenute nelle FAQ (risposte alle domande frequenti) presenti in un’apposita area, nonché nella pagina *web* denominata “COME FUNZIONA”, e nei “*Termini e condizioni*” contrattuali pubblicate sul Sito e accettate dai consumatori prima di effettuare l’ordine. Ciò in quanto, secondo il paradigma individuato dal Codice del Consumo a tutela della libertà di scelta del consumatore, come interpretato dalla giurisprudenza, quest’ultimo deve disporre *contestualmente – fin dal primo contatto* – di tutte le informazioni utili ad assumere la decisione di natura commerciale, anche perché, una volta determinato il c.d. “aggancio pubblicitario” del consumatore, il solo fatto che sia indotto a consultare il sito o a leggere la documentazione contrattuale per ottenere ulteriori informazioni aumenta la possibilità che egli si determini effettivamente a fruire delle prestazioni del Professionista²³.

44. All’ingannevole prospettazione della vendita a prezzi notevolmente scontati di prodotti tecnologici si aggiungono, sulla base delle risultanze istruttorie, ulteriori profili di illiceità del sistema di vendita promosso e realizzato dal Professionista, con specifico riguardo all’impossibilità per i

²³ Si veda, *ex multis*, TAR Lazio sent. n. 11097/2019; sent. n. 5798/2018; sent. 11 marzo 2016, n. 3101 e giurisprudenza ivi citata.

consumatori che abbiano aderito all'offerta di *Smart Shopping* di uscire dal gruppo di acquisto/lista di attesa, nonostante il decorso di un significativo lasso di tempo, al rifiuto di rimborsare la somma da questi versata a titolo di prenotazione, alla richiesta di pagare un importo addirittura superiore al prezzo di mercato per riscattare il prodotto prenotato al prezzo scontato e conseguirne così la consegna.

45. Tali comportamenti sono suscettibili di costituire ingiustificati ostacoli all'esercizio del diritto di recesso/risoluzione del contratto, nonché di rimborso da parte dei consumatori che abbiano aderito all'offerta di acquisto sul sito *smart-shopping.it*, che abbiano effettuato la prenotazione a prezzo scontato e che siano rimasti anche per molti mesi in attesa di ricevere la consegna del bene prenotato, mai avvenuta, vedendosi preclusa ogni possibilità di fatto di uscire dal sistema.

46. In tale contesto, giova altresì rilevare come il Professionista non abbia fornito evidenza concreta circa l'avvenuta restituzione ai consumatori delle somme oggetto di richiesta di rimborso, limitandosi a produrre un elenco con dei nominativi associati a degli importi (cfr. *infra*, §§ 23 e 30). In merito, va precisato altresì che la documentazione prodotta sul punto dal Professionista non appare idonea a provare che abbia sempre correttamente rimborsato i clienti che ne hanno fatto richiesta. Infatti, da un lato, la tabella allegata è riferita al solo esercizio 2018, mentre le segnalazioni in atti sono per la quasi totalità riferite ad acquisti avvenuti a partire dal 2019; dall'altro lato, la mera trasmissione di un elenco di nominativi non può in alcun modo costituire prova dell'avvenuto rimborso, in assenza di prove documentali dei bonifici effettuati.

47. Alla luce di quanto fin qui esposto, la pratica commerciale in esame, posta in essere da *Smart Shopping* in relazione alla vendita *online* di prodotti tecnologici, consistente nel prospettare con modalità decettive la possibilità di acquistare beni a prezzi estremamente scontati, omettendo di chiarire le condizioni alle quali è subordinata la consegna dei beni (*i.e.* la movimentazione della lista) e nell'ostacolare il diritto di rimborso e di recesso/risoluzione del contratto da parte dei consumatori, risulta scorretta ai sensi degli articoli 21, 22, 24 e 25, del Codice del Consumo, in quanto idonea a indurre in errore i consumatori e ad esercitare su di essi un indebito condizionamento, limitandone la libertà di scelta e di comportamento e inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

48. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

49. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

50. Nel valutare la gravità della violazione posta in essere da Smart Shopping S.r.l.s., si tiene conto dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori, anche tenuto conto della tipologia di beni offerti in vendita, che possono comportare un esborso talora anche elevato, e delle specificità del settore dell'*e-commerce*, che pone il consumatore in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al Professionista, nonché delle modalità di diffusione dell'offerta e del mezzo impiegato per veicolare contenuti informativi, ossia il sito *internet* della società, strumento suscettibile di raggiungere un elevato numero di consumatori.

51. Per quanto concerne la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale in esame è stata posta in essere a decorrere almeno dal mese di febbraio 2018²⁴ e fino alla fine di gennaio 2020, in coincidenza con la cessata operatività del sito *smart-shopping.it*, come rilevato d'ufficio in data 30 gennaio 2020, e quindi con la sospensione delle vendite *online* da parte del Professionista (cfr. *supra*, § 9).

52. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Smart Shopping S.r.l.s. nella misura di 200.000 €(duecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale scorretta posta in essere da Smart Shopping S.r.l.s. costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 21,

²⁴ Cfr. segnalazione prot. n. 0031959 del 9 aprile 2020 e l'Allegato 1 alla memoria conclusiva del professionista del 3 giugno 2020.

22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonea a presentare in maniera fuorviante la possibilità di acquistare prodotti tecnologici a prezzi scontati nonché a condizionare indebitamente il consumatore medio in ordine all'esercizio di diritti contrattuali;

DELIBERA

a) che le condotte descritte al punto II del presente provvedimento, poste in essere dalla società Smart Shopping S.r.l.s. e consistenti nell'ingannevole prospettazione della possibilità di acquistare beni tecnologici a un prezzo scontato, nonché nell'ostacolo all'esercizio dei diritti dei consumatori, costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli articoli 21, 22, 24 e 25, del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o reiterazione;

b) di irrogare alla società Smart Shopping S.r.l.s. una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 €(duecentomila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in

cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art. 8, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli