

PS12666 - BCUBE AGENCY-VENDITA DI APPREZZAMENTI

Provvedimento n. 31357

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 ottobre 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, 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;

VISTA la comunicazione del 5 dicembre 2023 con cui è stato avviato il procedimento PS12666 nei confronti della società BCube Agency S.A.R.L.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. BCube Agency S.A.R.L., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. La società, con sede in Francia, è una società che fornisce servizi di *social media marketing*. Il bilancio relativo all'esercizio 2022 presenta un fatturato di circa 941.000 €¹.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la presunta illiceità della condotta posta in essere da BCube Agency S.A.R.L. (di seguito anche "BCube") nell'ambito dei servizi forniti sul proprio sito <https://www.bcubeagency.com/it/> (di cui esistono anche altre versioni linguistiche: www.bcubeagency.com, <https://www.bcubeagency.com/es/>, <https://www.bcubeagency.com/de/>).

3. Il professionista, infatti, risulterebbe offrire - in cambio di un corrispettivo - varie forme di "interazioni"/"apprezzamenti" consistenti in follower, like, visualizzazioni, iscritti, retweet, spettatori e ascolti, destinate a essere utilizzate da chi le acquista sulle piattaforme digitali, specie quelle di media sociali (Instagram, Facebook, YouTube, X, Threads, TikTok, Twitch, Spotify).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 L'iter del procedimento

4. In data 5 dicembre 2023 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS12666 nei confronti di BCube, ipotizzando che la condotta consistente nella vendita, tramite il proprio sito <https://www.bcubeagency.com/it/>, di "interazioni"/"apprezzamenti" tra utenti, destinati alla maggior parte delle piattaforme digitali di media sociali, potesse integrare una pratica commerciale scorretta, in possibile violazione degli articoli 20 e 23, lettera bb-*quater*), del Codice del consumo.

5. Il 18 gennaio 2024 è pervenuta una comunicazione per conto del professionista da parte di un avvocato italiano, il quale tuttavia risultava sprovvisto di una valida procura alle liti. Il 30 gennaio 2024 tale avvocato trasmetteva una procura, che tuttavia era priva dell'indicazione del nome del conferente o della sua funzione/carica specifica, recava una firma illeggibile e, infine, non conteneva nessuna prova dell'indicazione di rappresentanza della società BCube Agency e del riferimento al procedimento istruttorio PS12666². Ciò veniva rappresentato con lettera del 1° febbraio 2024, in cui si precisava altresì che, in caso di mancata integrazione della procura o nuova valida procura entro il termine stabilito, ogni atto relativo al procedimento sarebbe stato rivolto direttamente nei confronti di BCube, presso la sede in Francia.

6. A seguito di tale comunicazione, non è stata prodotta alcuna integrazione né nuova valida procura in sostituzione della precedente. Pertanto, in data 16 febbraio 2024, è stata inviata direttamente alla sede francese di BCube una lettera nella quale, rappresentando l'invalidità della procura agli atti trasmessa, si formulava una dettagliata richiesta di informazioni e documentazione.

7. In risposta a tale richiesta di informazioni, il medesimo avvocato italiano ha inviato, in data 8 maggio 2024, una sintetica comunicazione.

¹ [Bilancio estratto da ORBIS (ultimo pubblicato).]

² [Nella procura si leggeva solo "Io sottoscritto, in qualità di legale rappresentante pro-tempore di BCube Agency Sarl, 838762862, con sede in Bd Jean Moulin n. 40 - St. Raphael, delego a rappresentarmi e difendermi (...) relativamente alla vertenza instauranda nei confronti dell'Autorità Garante Concorrenza e Mercato (...)."]

8. Tenuto conto del fatto che non sono pervenuti riscontri da parte della società BCube alla richiesta di informazioni del 16 febbraio 2024 - stante la non riferibilità a detta società delle dichiarazioni prodotte dall'avvocato sprovvisto di valida procura - con atto del 3 maggio 2024 è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del consumo, e dell'articolo 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria.

9. La comunicazione di attribuzione dell'onere della prova è stata dunque pubblicata nel Bollettino dell'Autorità n. 21/2024, del 27 maggio 2024, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 19, comma 2, del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della stessa, operato in data 3 maggio 2024 mediante sistema postale a mezzo di corriere internazionale. Nel caso di specie, infatti, BCube è risultata irreperibile all'indirizzo fisico indicato sul proprio sito *web* nonché nel *Registre National Des Enterprises*, sebbene le precedenti comunicazioni - trasmesse del pari a mezzo corriere internazionale al medesimo indirizzo fisico - risultino correttamente consegnate.

10. BCube non ha fornito alcun riscontro nel termine fissato nella comunicazione di attribuzione dell'onere della prova, non assolvendo detto incumbente istruttorio.

11. In data 26 giugno 2024 è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, per il completamento degli ulteriori adempimenti procedurali. La comunicazione relativa alla proroga è stata trasmessa a mezzo corriere internazionale in data 1° luglio 2024 e risulta consegnata il 12 luglio 2024. Stante la precedente irreperibilità del professionista, l'avviso concernente la proroga è stato in ogni caso pubblicato nel Bollettino dell'Autorità n. 26/2024 del 1° luglio 2024.

12. L'11 luglio 2024 è pervenuta la richiesta di partecipazione al procedimento da parte di Jules Verne APS, accolta con lettera del 15 luglio 2024, trasmessa a mezzo posta a BCube il 16 luglio 2024 e pubblicata nel Bollettino dell'Autorità n. 29/2024 del 22 luglio 2024.

13. Il 16 luglio 2024 è stata notificata a BCube la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento. Detta comunicazione è stata anche pubblicata nel Bollettino dell'Autorità n. 29/2024 del 22 luglio 2024 e notificata a Jules Verne APS in data 23 luglio 2024.

14. Il 7 agosto 2024 è stata comunicata a BCube la proroga del termine del procedimento, anche pubblicata nel Bollettino dell'Autorità n. 32/2024 del 12 agosto 2024 e notificata a Jules Verne in data 13 agosto 2024.

15. In data 11 settembre 2024 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 16, commi 3 e 4, del Regolamento, che è pervenuto l'11 ottobre 2024.

III.2. Le evidenze acquisite

16. Il professionista vende attraverso il proprio sito <https://www.bcubeagency.com/it/> varie forme di "interazioni"/"apprezzamenti" consistenti in follower, like, visualizzazioni, iscritti, retweet, spettatori e ascolti, destinate a essere utilizzate da chi le acquista sulle piattaforme digitali, specie quelle di media sociali (Instagram, Facebook, YouTube, X, Threads, TikTok, Twitch, Spotify).

17. Le interazioni sono offerte in vendita sotto forma di diversi "pacchetti" contenenti vari tipi di "interazioni" (fan/mi piace, like, follower, visualizzazioni video/reels/storie, amici, ecc.) e "commenti", anche in combinazione tra di loro (follower + like), a partire dalle 10 unità (post o commenti) fino alle 50.000 unità.

18. Dalle informazioni contenute nel *Registre National Des Enterprises* risulta che la società è attiva dal 1° aprile 2018.

III.3. Le argomentazioni difensive della Parte

19. Il professionista non ha depositato alcuna memoria difensiva né documento.

III.4. L'onere della prova ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo e articolo 15 Regolamento

20. Tenuto conto del fatto che non sono pervenuti riscontri da parte della società BCube alla richiesta di informazioni del 16 febbraio 2024 - stante la non riferibilità a detta società delle dichiarazioni prodotte dall'avvocato sprovvisto di valida procura - con atto del 3 maggio 2024 è stata comunicata al professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del consumo e dell'articolo 15 del Regolamento, l'attribuzione dell'onere della prova a suo carico.

21. A tal fine, il professionista è stato invitato a produrre idonea documentazione volta a dimostrare la veridicità delle indicazioni presenti nei messaggi, diffusi via internet sul proprio sito, circa la natura autentica e "reale" delle varie interazioni vendute (follower, fan, like, visualizzazioni, commenti "personalizzati" ecc.) e degli *account* di provenienza delle stesse³.

³ [Cfr. doc. 13 del fascicolo istruttorio. In particolare al professionista è stata chiesta documentazione volta a dimostrare le seguenti affermazioni: "Le nostre tecniche di marketing virale sono conformi alle attuali policy di Facebook, Twitter, Youtube, Instagram. I fans, i followers, le visualizzazioni vengono eseguiti da utenti aventi profili reali ed attivi nei vari social"; - "Tutto il traffico per i diversi profili che si ottiene è del tutto legittimo. Non utilizziamo spamming a altre attività ingannevoli per ottenere traffico. Quello che otterrete sono solo visitatori reali, targettizzati sui contenuti del tuo sito web selezionati al momento dell'ordine"; - "Profili Reali - Tutte le interazioni che forniamo con i nostri pacchetti provengono da profili reali, dotati di foto e descrizioni", "Tutti i servizi che offriamo, tramite i nostri pacchetti provengono da profili reali", "Social di Qualità - Tutte le interazioni che offriamo e che eroghiamo (fan, like, commenti visualizzazioni ecc) provengono da profili di utenti reali" e "Bcube fornisce solamente follower e like reali e di alta qualità"; - "Molti siti web che offrono servizi simili al nostro, attirano i clienti con prezzi stracciati garantendo migliaia di fan per pochi euro. In realtà ciò che realmente fanno è utilizzare un BOT che aumenta il numero dei like visibili ma non i fan reali, oppure utilizzare profili fake privi di

22. Il Professionista non ha fornito alcun riscontro all'onere della prova.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

23. Poiché la condotta oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere tramite la rete *internet*, in data 11 settembre 2024 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

24. Con parere pervenuto in data 11 ottobre 2024, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo di comunicazione e di acquisto utilizzato in relazione al servizio offerto dalla Società risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori i quali, sulla base delle informazioni presenti nel sito utilizzato 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.

V. VALUTAZIONE DELLA CONDOTTA

25. In via preliminare si rileva che la procura dell'avvocato depositata in atti deve considerarsi invalida in quanto il nome del conferente non si desume né dal testo della procura, né dalla certificazione di autografia, né dal testo degli scritti difensivi. Peraltro, la procura non menziona alcuna funzione o carica specifica che consenta di risalire comunque all'identità del conferente attraverso la consultazione del registro delle imprese, limitandosi il testo ad allegare genericamente la qualità di "*legale rappresentante*".

26. Infatti, secondo l'ormai consolidato orientamento della Corte di Cassazione in materia di procura alle liti, l'illeggibilità della firma del conferente la procura apposta in calce o a margine dell'atto con il quale sta in giudizio una società che sia stata esattamente indicata con la sua denominazione è irrilevante quando il nome del sottoscrittore risulti dal testo della procura, dalla certificazione autografa resa dal difensore o dal testo dell'atto, o comunque quando detto nome risulti con certezza desumibile dall'indicazione di una specifica funzione o carica che ne renda identificabile il titolare per il tramite dei documenti di causa o delle risultanze del registro delle imprese⁴.

27. Nel merito, il procedimento concerne la pratica commerciale posta in essere da BCube e consistente nell'offerta - in cambio di un corrispettivo - di varie forme di "interazioni"/"apprezzamenti" consistenti in follower, like, visualizzazioni, iscritti, retweet, spettatori e ascolti, destinate a essere utilizzate da chi le acquista sulle piattaforme digitali, specie quelle di media sociali, attraverso il proprio sito <https://www.bcubeagency.com/it/> nonché tramite una rete di "affiliati" (che pubblicizzano tale servizio su siti terzi a fronte di una commissione).

28. Le interazioni sono idonee a consentire a chi le acquista di sfruttare le funzionalità dei *social network* dedicate agli *account* di maggior successo e, laddove utilizzate a supporto di inserzioni pubblicitarie per la vendita di prodotti e servizi, sono in grado di aumentare l'effetto aggancio delle promozioni stesse.

29. In questo contesto, la Direttiva (UE) 2019/2161 (c.d. Omnibus) e il Decreto Legislativo del 7 marzo 2023, n. 26, di recepimento della stessa, hanno dato un notevole rilievo alla necessaria autenticità delle interazioni sui media sociali, tipizzando una nuova fattispecie di pratica in ogni caso ingannevole, ovvero quella di "*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*", di cui all'articolo 23, lettera *bb-quater*, del Codice del consumo.

30. Particolarmente rilevanti a tale riguardo sono le considerazioni espresse dalla Commissione europea nei propri Orientamenti sull'interpretazione e applicazione della direttiva 2005/29/CE, da ultimo aggiornati il 29 dicembre 2021, dove è chiarito che "*La nozione di «apprezzamenti» dovrebbe essere interpretata in senso generale e comprendere anche le pratiche relative a falsi follower, reazioni e visualizzazioni*"⁵.

31. Inoltre, il Considerando 49 della Direttiva Omnibus 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*

qualsiasi valore. Bcube ottiene l'incremento di fan reali ed unici grazie ad un servizio di marketing combinato..."; - "FOLLOWER E LIKE VERI" e "QUALITA' OLTRE LA QUANTITA' - Follower e like provenienti da profili reali ... BCUBE Agency vi consiglia di evitare aziende che vendono seguaci falsi o di bassa qualità ... Associare al tuo profilo social dei follower reali a falsi, influisce non di poco sulla percezione della tua immagine, serietà e soprattutto sulla tua reputazione"; - "COMPRARE FOLLOWER E LIKE INSTAGRAM ITALIANI REALI" e "ACQUISTA FOLLOWER INSTAGRAM REALI ITALIANI - PRODOTTO ESCLUSIVO - L'unica agenzia italiana a rendere disponibile questo servizio. Offriamo un servizio esclusivo che ti permette di comprare follower Instagram reali italiani, persone attive che sceglieranno di seguirti di loro spontanea volontà"; - "COMPRARE FOLLOWER E LIKE TIKTOK ITALIANI REALI" e "Ottieni follower TikTok italiani reali per il tuo profilo ed aumenta la tua notorietà. Unica agenzia europea ad offrire questo servizio"; - "COMPRARE FOLLOWER X ITALIANI REALI (EX TWITTER)" e "Acquista follower italiani e stranieri per il tuo profilo X"; - "COMPRARE VISUALIZZAZIONI E ISCRITTI YOUTUBE REALI" e "Compra visualizzazioni YouTube Reali Italiane: seleziona il numero di visualizzazioni che vuoi ricevere da parte di persone reali che vivono in Italia ed aumenta la visibilità dei tuoi video"; - "COMPRARE FOLLOWER E SPETTATORI LIVE TWITCH REALI".]

⁴ [Ex multis, Cass civ. sez. VI, ordinanza 27 giugno 2017, n. 16005.]

⁵ [Commissione europea, Comunicazione della Commissione, Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno, 2021/C 526/01, 29.12.2021, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\),p.96.](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(05),p.96.)]

media sociali oppure incaricando terzi di farlo, per promuovere i loro prodotti, nonché di manipolare le recensioni e le raccomandazioni dei consumatori (...)”.

32. Ancora, nei menzionati Orientamenti, la Commissione ha enfatizzato la circostanza che le recensioni (e gli apprezzamenti), la cui definizione dovrebbe essere intesa in senso ampio a comprendere tutte le pratiche relative ai giudizi comunque espressi, debbano descrivere le esperienze di consumatori reali⁶. Dunque, nell'intendimento della Commissione europea, i professionisti che utilizzano recensioni/interazioni non autentiche pongono in essere pratiche che falsano le scelte dei consumatori⁷. Il divieto di cui all'articolo 23, lettera *bb-quater*) è dunque *“volto a garantire che le recensioni [e gli apprezzamenti] dei consumatori rispecchino i pareri, i giudizi, le convinzioni e le esperienze dei consumatori reali”*⁸.

33. Ai sensi dei citati Orientamenti, *“(l)a direttiva si applica (...) a qualsiasi professionista organizzi la fornitura di recensioni a beneficio di altri professionisti”*⁹ e pertanto non rileva il ruolo che il venditore di apprezzamenti eventualmente svolga quale mero intermediario tra piattaforme fornitrici di interazioni e gli utenti che inoltrano gli ordini.

34. Inoltre, è consolidata ormai la giurisprudenza secondo cui: *“Il professionista che si avvale dell'opera di soggetti terzi è tenuto, in osservanza del canone di diligenza esigibile da operatori del settore, ad esercitare una assidua e puntuale attenzione sulla condotta di tali soggetti. Non è (...) ammissibile, quale esimente da responsabilità, l'evocazione di un autonomo ambito di operatività (...) quale dirimente argomentazione per escludere qualsivoglia ascrivibilità in capo al committente delle azioni e/o omissioni poste in essere a danno della clientela”*¹⁰. D'altra parte, *“Laddove i vantaggi della condotta siano comunque riconducibili al “professionista” individuato dall'AGCM (...) non rileva che l'attività sanzionata sia stata posta in essere materialmente da terzi”*¹¹ e pertanto *“alcuna esimente può essere ravvisata nella qualità di “mero rivenditore”, giacché anche quest'ultimo è tenuto, in via generale, alla dovuta vigilanza sulla corretta commercializzazione di un prodotto”*¹².

35. La vendita di interazioni/apprezzamenti non genuini deve considerarsi vietata ai sensi del Codice del consumo ancorché effettuata nei confronti di clienti che non svolgano stabilmente un'attività economica, in quanto anche tali utenti, ove dotati di particolare seguito, possono promuovere beni e servizi sui *social media* (c.d. fenomeno dell'*influencer marketing*), essendo pertanto assimilabili a professionisti. L'acquisto, da parte di *influencer*, di interazioni non genuine amplifica dunque la loro stessa popolarità e di conseguenza l'effetto aggancio delle loro promozioni.

36. Ad ogni buon conto, secondo il costante orientamento dell'Autorità, confermato anche dalla giurisprudenza amministrativa, ai fini della configurazione dell'illecito consumeristico non occorre un'analisi degli effetti prodotti dalla condotta, essendo sufficiente che, sulla base di un giudizio prognostico, la stessa sia ritenuta idonea a limitare considerevolmente le scelte dei consumatori, trattandosi di un illecito di pericolo¹³.

37. Quanto alla capacità del professionista di offrire “pacchetti” in maniera istantanea, questa implica e presuppone che le interazioni siano predisposte in modo che lo stesso ne abbia la pronta disponibilità, ogni volta che un acquirente le richieda. Tali interazioni non sarebbero infatti ottenibili con altrettanta facilità e speditezza raccogliendole da utenti veri o da utenti che abbiano avuto reali esperienze di interazione/acquisto. A tal proposito, lo stesso professionista sul proprio sito *internet* garantisce il completamento dell'ordine in un arco temporale di 72 ore.

38. In ogni caso, considerata l'ampiezza dei pacchetti di interazioni vendute, questa sarebbe incompatibile con una raccolta nei tempi promessi da utenti veri o da utenti che abbiano avuto reali esperienze di interazione/acquisto.

39. D'altra parte, il raggiungimento di precisi *target* numerici di interazioni, promessi da BCube sul proprio sito, rende in radice diversa l'attività di tale professionista da servizi quali Ads Facebook, che invece non quantificano preventivamente i risultati raggiungibili tramite le inserzioni offerte.

40. Inoltre, nei messaggi pubblicitari diffusi sul sito del professionista si evidenzia la circostanza che, accanto ad interazioni definite *“reali”*, nel caso di Instagram, è anche offerta la possibilità di acquistare *“like automatici”*, nel senso

⁶ [Id., p.93.]

⁷ [Ibid.]

⁸ [Id., p.96.]

⁹ [Comunicazione della Commissione, Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno, 2021/C 526/01, 29.12.2021, p.93.]

¹⁰ [Tar Lazio, 24 settembre 2020, n. 9762, PS9769 – Enel Energia - Attivazioni non richieste. Conformi: Consiglio di Stato, 23 giugno 2023, n. 6177, PS10825 - Green Solution-Offerta Impianto Fotovoltaico; Consiglio di Stato, 16 maggio 2022, n. 3826, PS10998 - Switch Power S.r.l. – Attivazioni non richieste.]

¹¹ [Tar Lazio, 17 febbraio 2021, n. 1996, PS10900 - Green Style – Offerta impianto fotovoltaico.]

¹² [Tar Lazio, 17 gennaio 2022, n. 440, PS11736 - Tiger Shop - Vendita online prodotti emergenza sanitaria.]

¹³ [Si veda, ex plurimis, Consiglio di Stato, 2 dicembre 2019, n. 8227, PS9315 - Flygo confusione sito ufficiale; Consiglio di Stato, 7 ottobre 2022, n. 8614, PS9877 – Hertz Italiana S.r.l. – Addebiti arbitrari.]

che "invece di caricare una foto per poi acquistare like, puoi decidere anticipatamente quanti like vuoi ottenere per ciascuna foto che caricherai"¹⁴.

41. Inoltre, con particolare riferimento alla possibilità di acquistare "commenti", sul sito internet del professionista è specificato che l'utente può selezionare il numero di commenti Facebook che intende ricevere per il proprio post (foto, video, aggiornamento di stato ecc.) e può "anche decidere che tipo di commenti ricevere. Devi solo comunicarci «la frase/il testo» che vuoi ottenere". Analogamente, in merito a Instagram è indicato che l'utente può "acquistare commenti personalizzati" ovvero può "decidere che tipo di commenti ricevere per una determinata foto. Devi solo scegliere la quantità e comunicarci «la frase/il testo» che vuoi ricevere nei commenti"¹⁵.

42. A tutto ciò si aggiunga che la rapidità e l'ampiezza delle forniture di interazioni sono state oggetto di una specifica richiesta di informazioni e attribuzione dell'onere della prova¹⁶, volta a verificarne la genuinità. Tuttavia, l'onere della prova non è stato assolto. Pertanto, le indicazioni presenti sul sito del professionista relative alla natura "autentica" e "reale" delle interazioni vendute devono considerarsi inesatte, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del consumo e dell'articolo 15 del Regolamento.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

43. Ai sensi dell'articolo 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 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

44. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

45. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della natura della violazione, in quanto gli apprezzamenti costituiscono un elemento costitutivo della specificità del settore dei *social media* ai fini del raggiungimento, per l'appunto, di socialità e visibilità: pertanto, la non genuinità delle stesse compromette di per sé lo stesso corretto funzionamento di tale mezzo comunicativo.

46. Deve inoltre tenersi conto della pervasività del mezzo di comunicazione utilizzato da BCube per la promozione e vendita dei pacchetti di interazioni (il proprio sito internet e le sue diverse versioni linguistiche), in grado di raggiungere un numero considerevole di consumatori¹⁷, nonché del fatto che tali interazioni sono per definizione destinate ad essere a loro volta utilizzate sul medesimo mezzo (e, in particolare, sui maggiori *social media*: Instagram, Facebook, YouTube, X, Threads, TikTok, Twitch, Spotify), con conseguente idoneità a fuorviare i fruitori di tali piattaforme.

47. Con riferimento all'importanza del professionista, lo stesso, nell'homepage del proprio sito internet, dichiara di essere: "Il portale n° 1 in Europa per la crescita sui social network"¹⁸.

48. Inoltre, si tiene conto della dimensione economica del professionista. Infatti, nell'esercizio 2022, BCube ha realizzato un fatturato di circa 941.000 € e un utile di esercizio di 193.000 €. Sempre per l'esercizio 2022, dal bilancio emerge un EBITDA di circa 260.000 €¹⁹.

49. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta in esame è stata posta in essere almeno dal 29 novembre 2023²⁰, ed è ancora in corso.

50. Alla luce di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 30.000 € (trentamila euro).

RITENUTO, pertanto, che la pratica commerciale consistente nella vendita - attraverso il proprio sito <https://www.bcubeagency.com/it/> e le sue diverse versioni linguistiche (www.bcubeagency.com, <https://www.bcubeagency.com/es/>, <https://www.bcubeagency.com/de/>) - di "interazioni"/"apprezzamenti" tra utenti che non sono riconducibili a utenti reali e/o a reali esperienze di consumo, sulla base delle considerazioni suesposte e tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20 e 23, lettera bb-*quater*), del Codice del consumo;

¹⁴ [Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.]

¹⁵ [Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.]

¹⁶ [Cfr. doc. 13 del fascicolo istruttorio.]

¹⁷ [TAR Lazio, 2 maggio 2019, n. 5523, PS10766 - Volagratis - Servizi turistici online, confermata da Consiglio di Stato, 15 ottobre 2020, n. 6232.]

¹⁸ [Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.]

¹⁹ [Cfr. doc. 5 e 15 del fascicolo istruttorio.]

²⁰ [Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.]

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, relativa alla vendita - attraverso il proprio sito <https://www.bcubeagency.com/it/> e le sue diverse versioni linguistiche (www.bcubeagency.com, <https://www.bcubeagency.com/es/>, <https://www.bcubeagency.com/de/>) - di "interazioni"/"apprezzamenti" tra utenti che non sono riconducibili a utenti reali e/o a reali esperienze di consumo, posta in essere dalla società BCube S.A.R.L., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20 e 23, lettera *bb-quater*, del Codice del consumo, e ne vieta la continuazione;

b) di irrogare alla società BCube S.A.R.L. una sanzione amministrativa pecuniaria di 30.000 € (trentamila euro);

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, 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'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli