

PS12800 - SWJ - VENDITA APPREZZAMENTI

Provvedimento n. 31631

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 luglio 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, vigente *ratione temporis* al momento dell'avvio del procedimento, successivamente sostituito dal "Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito "Regolamento") ;

VISTA la comunicazione del 25 giugno 2024, con cui è stato avviato il procedimento PS12800 nei confronti di SWJ WEB MARKETING SL;

VISTA la comunicazione del 10 dicembre 2024 con la quale è stato comunicato il nuovo termine per la conclusione del procedimento per effetto dell'entrata in vigore del Regolamento;

VISTE le proprie decisioni del 6 marzo 2025 e dell'8 maggio 2025 con le quali è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in ragione della necessità di acquisire elementi utili ai fini della valutazione della fattispecie e di assicurare un adeguato contraddittorio alla Parte;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. SWJ WEB MARKETING SL (Código de Identificación Fiscal ESB7625238), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. L'impresa, con sede in Spagna, presta servizi di *social media marketing* tramite i propri siti *internet* <https://comprasocial.it> e <https://www.marketing-seo.it>.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne la presunta illiceità della condotta posta in essere da SWJ WEB MARKETING SL (di seguito anche SWJ) tramite i propri siti *internet* <https://comprasocial.it> e <https://www.marketing-seo.it> consistente nell'offerta di "pacchetti" di interazioni/apprezzamenti *social* tra utenti (*like*, *follower*, commenti, amici, ecc.) destinate ad essere utilizzate sulle principali piattaforme digitali.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

3. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, con atto del 25 giugno 2024, prot. n. 63572 è stato avviato il procedimento istruttorio PS12800 nei confronti di SWJ WEB MARKETING SL, comunicato – a seguito di infruttuosa notifica – tramite pubblicazione di un avviso sul Bollettino n. 39/2024 del 7 ottobre 2024. Nella comunicazione di avvio del procedimento si è ipotizzato che la vendita - tramite i siti *internet* <https://comprasocial.it> e <https://www.marketing-seo.it> - di interazioni *social* tra utenti (*like*, *follower*, commenti, amici, ecc.), destinate a essere utilizzate sulle principali piattaforme, integrasse una pratica commerciale scorretta in possibile violazione degli articoli 20 e 23, lettera *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".

4. In data 7 novembre 2024¹ il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio.

5. Il 6 febbraio 2025 si è svolta una audizione con SWJ, ad esito della quale, anche su sollecitazione della Parte², è stata inviata il 14 febbraio 2025 una richiesta di informazioni. Il professionista ha fornito riscontro a tale richiesta di informazioni il 6 marzo 2025³.

¹ [Cfr. comunicazione del 7 novembre 2024 (prot. 99970).]

² [Cfr. comunicazione di SWJ dell'11 febbraio 2024 prot. 9494 e documento del 12 febbraio 2025 in atti.]

³ [Cfr. comunicazione prot. 16611 del 6 marzo 2025.]

6. Il 14 e 15 aprile 2025 sono state inviate richieste di informazioni alle società *registrar* e *hosting* dei siti internet di proprietà del professionista⁴.

7. In data 5 giugno 2025 è stata inviata alla Parte la comunicazione di chiusura della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento.

8. Il 6 giugno 2025 è stato richiesto all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni il parere ai sensi dell'articolo 17 del Regolamento, che è pervenuto in data 7 luglio 2025⁵.

2) Le evidenze acquisite

9. Il Professionista tramite i propri siti *internet* <https://comprasocial.it> e <https://www.marketing-seo.it> - 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 *internet* effettuando il pagamento con vari mezzi di pagamento (bonifico, paypal, carte di pagamento).

10. Il Professionista ha dichiarato di utilizzare siti *internet* proprietari⁶ (di seguito "*siti proprietari*") per raccogliere e reindirizzare i *likes/followers*. Nel corso del procedimento è stato accertato che i siti proprietari presentano contenuti informativi eterogenei e durante la navigazione compaiono *pop up* contenenti *link* che rimandano a profili di utenti sui *social network*.

11. Al fine di raccogliere dati sulle attività degli utenti sui siti proprietari, sono state inviate richieste di informazioni alle società *host/registrar* dei medesimi⁷. Due società contattate hanno dato riscontro alla richiesta di informazioni affermando di non avere a disposizione i dati richiesti, mentre due non hanno fornito alcuna risposta⁸.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

12. Il professionista ha rappresentato di adottare un modello operativo basato sulla genuinità delle interazioni vendute, le quali verrebbero raccolte tramite utenti che spontaneamente decidono di visitare i profili *social* dei propri clienti. Nel dettaglio, il servizio di SWJ si fonderebbe sulla sopra richiamata rete di "*siti proprietari*" ai quali gli utenti approdano spontaneamente a partire da fonti diversificate quali motori di ricerca, collegamenti diretti da altri portali, contenuti pubblicitari, asseritamente in ragione dell'interesse suscitato dai contenuti ivi presenti. Secondo il professionista, gli utenti, mossi da curiosità, visitano i profili *social* accessibili dai "*siti proprietari*" e decidono di diventare *follower* o inserire *like*. SWJ ha affermato di non ricorrere ad alcuna forma di incentivazione o remunerazione degli utenti stessi.

13. A supporto di tali argomentazioni, SWJ ha prodotto statistiche di "*google analytics*" relative al periodo 29 settembre – 27 ottobre 2024 che riportano i *pattern* comportamentali degli utenti che visitano i *siti proprietari* e alcuni dati sul numero di apprezzamenti ai profili *social* che compaiono nei *pop up* generati nel periodo di riferimento. Inoltre, SWJ ha affermato di avere previsto meccanismi informatici per prevenire l'utilizzo di *bot* e interazioni automatizzate, nonché un sistema di rimborsi nel caso in cui l'obiettivo di interazioni promesso al cliente non sia raggiunto nei tempi prospettati.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

14. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state poste in essere tramite la rete *internet*, in data 6 giugno 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

15. Con parere pervenuto in data 7 luglio 2025, la suddetta Autorità ha ritenuto che nel caso di specie *internet* sia uno strumento di comunicazione 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.

Nel medesimo parere, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, nelle proprie funzioni di Coordinatore dei servizi digitali per l'Italia, ai sensi del Regolamento (UE) n. 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19 ottobre 2022 (c.d. DSA), si riserva di adottare ogni iniziativa in relazione a eventuali responsabilità delle piattaforme *online*.

⁴ [Cfr richieste di informazioni del 14 aprile 2025 (prot. 28149 e prot. 28155) e richieste di informazioni del 15/4/2025 (prot. 0028435 e prot. 28433).]

⁵ [Cfr. parere del 7 luglio 2025 prot. 0170769.]

⁶ [Si tratta dei siti internet presenti agli indirizzi steb.it, snuf.it, videoin.eu, martinoticias.it, vtex.it, scrivieguaadagna.com, j11.it, 1bit.it]

⁷ [Cfr richieste di informazioni del 14 aprile 2025 (prot. 28149 e prot. 28155) e richieste di informazioni del 15/4/2025 (prot. 0028435 e prot. 28433).]

⁸ [Cfr risposte del 15 aprile 2025 (prot. 284079 e del 14 aprile 2025 (prot. 31652).]

V. VALUTAZIONI

16. Il procedimento ha ad oggetto l'offerta di pacchetti di interazioni/apprezamenti *social* sul sito <https://comprasocial.it> e <https://www.marketing-seo.it>. In avvio di istruttoria è stato ipotizzato che la capacità del professionista di offrire con rapidità pacchetti contenenti quantità e varietà rilevanti di apprezzamenti, su una moltitudine di piattaforme, implichi che questi siano all'uopo predisposti, non essendo ottenibili con facilità e speditezza raccogliendoli da utenti veri o da utenti che hanno avuto effettive esperienze di consumo.

17. Nel corso dell'istruttoria non sono emersi elementi sufficienti a provare che i pacchetti di interazioni/apprezamenti *social* offerti da SWJ siano non autentici e che quindi la condotta del Professionista violi l'articolo 23 lettera *bb-quater*) del Codice del Consumo.

18. Infatti, la ricostruzione fornita dal Professionista in relazione all'interesse degli utenti ad interagire con profili *social* a partire dai *siti proprietari*, nonché i dati prodotti da SWJ con riguardo all'attività degli utenti su tali siti, non consentono di confermare che le interazioni vendute dal professionista siano generate da utenti fittizi, in modo artificiale tramite bot, o che esse non rispecchino genuinamente esperienze autentiche degli utenti da cui promanano.

19. Sulla base di quanto esposto, dunque, le evidenze raccolte non sono sufficienti a ritenere che SWJ abbia posto in essere una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20 e 23, lettera *bb-quater*) del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che in relazione alla pratica commerciale in esame non siano emersi, allo stato, elementi sufficienti a integrare una violazione degli articoli 20 e 23 lettera *bb-quater*) del Codice del consumo

DELIBERA

che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società SWJ WEB MARKETING SL, non presenta, allo stato, elementi sufficienti a integrare una violazione degli articoli 20 e 23, lettera *bb-quater*), del Codice del consumo.

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

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 comunicazione 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 comunicazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli