

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 gennaio 2017;

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;

VISTO il proprio provvedimento del 4 maggio 2016, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società Samsung Electronics Italia S.p.A. e di uno dei soggetti che, per suo conto, organizza e gestisce operazioni a premio e altre manifestazioni promozionali;

VISTO il proprio provvedimento del 13 luglio 2016, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal Professionista in data 27 giugno 2016, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 4 ottobre 2016, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, a fronte della necessità di procedere all'estensione oggettiva del procedimento e conseguentemente assicurare un adeguato contraddittorio;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Samsung Electronics Italia S.p.A. (di seguito anche Samsung), appartenente al gruppo multinazionale coreano Samsung Group, in qualità di Professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del Consumo. La società, con sede legale a Milano, opera in Italia nella vendita dei prodotti dell'elettronica di consumo e degli elettrodomestici ed ha conseguito, nell'esercizio 2015, ricavi per 2,9 miliardi di euro e un utile di circa 77 milioni euro al lordo delle imposte e 47 milioni di euro al netto delle imposte¹.

2. Le associazioni di consumatori, **Federconsumatori Palermo** e **Unione Nazionale Consumatori**, in qualità di segnalanti.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne le numerose manifestazioni promozionali effettuate dal Professionista, per la vendita di propri prodotti, tutte caratterizzate dalla promessa della attribuzione di ulteriori prodotti e/o rimborsi sul prezzo, nel caso di acquisto dei beni pubblicizzati.

In tale contesto, il Professionista ha posto in essere, nei riguardi dei consumatori, pratiche commerciali consistenti:

- A)** nella diffusione di messaggi pubblicitari che presentano una carenza informativa in ordine alle indicazioni sulla natura, su condizioni, limitazioni e modalità da seguire per ottenere il premio/vantaggio promesso, nonché nella predisposizione di complesse procedure, tali da comportare ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori nella richiesta e nell'ottenimento del medesimo premio/vantaggio;
- B)** nell'acquisizione del consenso all'utilizzo dei dati personali dei consumatori per poter avanzare nella procedura volta alla richiesta dei suddetti premi/vantaggi, per finalità di *marketing*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. In relazione alle condotte poste in essere in occasione delle manifestazioni promozionali sopra descritte, in data 4 maggio 2016 è stato avviato il procedimento istruttorio n. PS10207 nei confronti del Professionista Samsung Electronics Italia S.p.A., per possibile violazione degli artt. 20, 21, lettere a) e b), 23, lettera u), 24, 25 e 26 lettera h), del Codice del Consumo,

¹ Cfr. bilancio di esercizio 2015 di Samsung Electronics Italia S.p.A..

comunicato al Professionista e alle associazioni di consumatori segnalanti, Federconsumatori Palermo e Unione Nazionale Consumatori.

5. Al fine di acquisire elementi utili alla valutazione delle fattispecie oggetto di esame, in data 12 maggio 2016 sono stati svolti accertamenti ispettivi presso le sedi della società Samsung Electronics Italia S.p.A. e di uno dei soggetti terzi che per conto del Professionista organizza e gestisce operazioni a premio e altre manifestazioni promozionali, seguiti da un ulteriore accesso, effettuato in data 19 maggio 2016, presso una diversa sede operativa del Professionista.

6. Samsung ha poi fornito l'ulteriore documentazione richiesta in sede ispettiva con nota del 16 giugno 2016, protocollata il 17 giugno 2016, e ha presentato il 1° luglio 2016 una memoria difensiva.

7. Inoltre, in data 27 giugno 2016, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il Professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle condotte oggetto di contestazione, successivamente precisati ed integrati in data 1° agosto 2016.

8. In data 13 luglio è stato prorogato il termine di conclusione del procedimento di 60 giorni, per la valutazione degli impegni proposti dal Professionista in data 27 giugno 2016, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

9. Il Professionista è stato quindi sentito in audizione il 27 settembre 2016 in merito agli impegni presentati e, successivamente, in data 3 ottobre 2016, ha presentato un'ulteriore integrazione degli impegni.

10. Gli impegni proposti dal Professionista sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 4 ottobre 2016, con decisione comunicata al Professionista in data 6 ottobre 2016, sul presupposto dell'interesse all'accertamento dell'eventuale infrazione e dell'inidoneità degli impegni a rimuovere i profili di scorrettezza delle condotte, contestati nella comunicazione di avvio del procedimento.

11. In data 4 ottobre è stato nuovamente prorogato il termine di conclusione del procedimento di 60 giorni, per particolari esigenze istruttorie, a fronte della necessità di procedere all'estensione oggettiva del procedimento e conseguentemente di assicurare un adeguato contraddittorio.

12. Con successivo atto del 7 ottobre 2016, è stata comunicata alle Parti l'estensione oggettiva del procedimento per la possibile violazione degli articoli 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, avuto specifico riguardo alle modalità di acquisizione dei dati personali dei propri clienti, per finalità diverse dalla mera consegna dei premi dagli stessi richiesti.

13. In data 8 novembre 2016, Samsung ha fornito l'ulteriore documentazione richiesta in sede di comunicazione dell'estensione oggettiva del procedimento e ha presentato una seconda memoria difensiva.

14. In data 28 novembre 2016, è stata inviata alle Parti, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, la comunicazione di chiusura dell'istruttoria, il cui termine è stato fissato al 19 dicembre 2016.

15. Il Professionista è stato quindi sentito in audizione il 12 dicembre ed ha depositato una memoria finale, con nota datata 19 dicembre 2016, protocollata il 20 dicembre 2016.

16. In data 23 dicembre 2016 è stato richiesto il parere di rito all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

III.2. Le evidenze acquisite

III.2.1. La pubblicità delle manifestazioni promozionali

III.2.1.1. Le tipologie delle manifestazioni promozionali

17. Samsung effettua numerose manifestazioni promozionali², nelle quali viene offerto ai consumatori un vantaggio economico, raggruppabili principalmente in quattro tipologie commerciali: le promozioni c.d. “*cash back*” prevedono uno sconto differito sul prodotto promozionato; quelle c.d. “*trade in*” consistono nella valorizzazione di un prodotto usato a fronte dell’acquisto di un prodotto promozionato; le promozioni c.d. “*bundle*” hanno ad oggetto la consegna di beni materiali; quelle c.d. “*e-voucher*” prevedono, infine, la consegna di *voucher* in forma elettronica.

18. Ogni iniziativa promozionale si articola in un processo standardizzato, suddiviso in più fasi (pianificazione della promozione, svolgimento, monitoraggio, gestione di eventuali reclami).

A decorrere dalla data di inizio dell’attività promozionale sono resi disponibili presso i punti vendita aderenti alla promozione e sul sito *internet* di Samsung il materiale promo-pubblicitario e il c.d. Regolamento sotteso alla specifica promozione, che ne disciplina dettagliatamente le condizioni.

Per le iniziative che hanno ad oggetto un importante tasso di penetrazione sul mercato e per le quali si prevede un maggior numero di adesioni, il Professionista ha utilizzato, fino al mese di agosto 2016, la metodologia di registrazione tramite il portale “*Samsung People*”.

² Alcune di tali manifestazioni promozionali in argomento sono qualificabili come concorsi e operazioni a premio, ai sensi della specifica disciplina prevista dal D.P.R. 430/2001, recante il “*Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, ai sensi dell’articolo 19, comma 4, della L. 27 dicembre 1997, n. 449*”.

Nei concorsi a premio, ai sensi dell’art. 2 del D.P.R. 430/2001, l’attribuzione dei premi dipende essenzialmente dalla sorte, mentre le operazioni a premio, ai sensi dell’art. 3 del medesimo Decreto, prevedono. *i*) offerte di premi a tutti coloro che acquistano prodotti e ne offrono prova raccogliendo le c.d. prove di acquisto o *ii*) le offerte di un regalo a tutti coloro che acquistano un determinato prodotto.

L’art. 11 del Decreto disciplina gli adempimenti pubblicitari, stabilendo che il Regolamento delle operazioni e dei concorsi a premio deve essere messo a disposizione del consumatore per una corretta informazione e che esso deve contenere, tra l’altro, l’indicazione del soggetto promotore, la durata, l’ambito territoriale, le modalità di svolgimento della manifestazione, la natura e il valore indicativo dei singoli premi messi in palio, e il termine della consegna degli stessi.

Ai sensi dello stesso articolo, il contenuto del materiale promozionale utilizzato per promuovere la manifestazione, se non è accompagnato dal Regolamento della manifestazione, deve riportare almeno le condizioni di partecipazione e la durata della manifestazione. Nel seguito, con il termine “premi” ci si riferirà anche genericamente alle promesse di un vantaggio economico, a prescindere dalla qualificabilità della promozione come “operazione a premio”.

Viceversa, per le altre iniziative promozionali, la registrazione avviene tramite il *Call center*.

19. Nella gestione delle iniziative promozionali Samsung si avvale della collaborazione di imprese esterne, che si occupano di vari aspetti della gestione operativa delle iniziative promozionali, come la società di servizi presso la quale sono stati svolti accertamenti ispettivi e la società di gestione del *call center*.

20. In ordine alla dimensione dell'attività promozionale di questo tipo svolta da Samsung, sulla base della documentazione³ acquisita presso le diverse divisioni aziendali, preposte alle varie linee di prodotti (*Audio-video*, *Telefonia*, *Home Appliance* e *Information Technology*⁴), si evince complessivamente la predisposizione di alcune decine di promozioni l'anno, anche con periodi di validità sovrapposti.

In particolare, in base alla documentazione acquisita nel corso degli accertamenti ispettivi presso Samsung, risulta che una delle tre principali divisioni aziendali⁵ ha predisposto [10-15]* promozioni nel 2014, [10-15] promozioni nel 2015 e [10-15] promozioni nel primo quadrimestre del 2016; un'altra delle tre divisioni⁶ ha predisposto [10-15] promozioni nel 2015, mentre per una terza divisione⁷ sono disponibili dati non riferiti al numero delle promozioni, bensì al numero dei Regolamenti (a volte Samsung prolunga la durata di una promozione ed in tale occasione predispone un nuovo Regolamento di contenuto sostanzialmente uguale tranne che per il periodo di validità), in base ai quali la stessa risulta avere predisposto nel 2014 "69 regolamenti" nel periodo gennaio-agosto e "96 regolamenti" nel periodo gennaio-dicembre e nel 2015 "106 regolamenti" nel periodo gennaio-agosto.

L'ordine di grandezza di tali dati viene confermato dalla documentazione acquisita nel corso degli accertamenti ispettivi presso uno dei soggetti che organizza e gestisce per conto di Samsung operazioni a premio e altre manifestazioni promozionali, in base alla quale lo stesso risulta avere predisposto per Samsung nel 2015 [80-90] promozioni⁸, di cui [70-80] associate alla piattaforma Samsung People⁹. Lo stesso soggetto risulta avere predisposto per Samsung nel primo quadrimestre del 2016 almeno [10-15] promozioni¹⁰.

21. Ciascuna promozione è oggetto di specifica programmazione da parte della divisione aziendale interessata, in base a *budget*, che prevedono il costo

³ Cfr. la documentazione ispettiva (si vedano i file delle cartelle "Audio-Video", "Bianco" e "Telefonia").

⁴ Cfr. memoria del Professionista del 1° luglio 2016.

⁵ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file "Attività Promozionali Divisione Audio-Video Samsung").

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁶ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file "Calendario 2015").

⁷ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file "Es Andamento Promo [CONF]").

⁸ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file allegato alla mail "R Samsung 2016 stima attività vs 2015").

⁹ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file "SasmungPeople_Dettaglio operazioni a premi 2015").

¹⁰ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file "Samsung_elenco promo 2016").

della promozione espresso in percentuale del valore dei prodotti che ne sono oggetto ed i volumi di fatturato preventivati che variano da alcune centinaia di migliaia di euro ad alcuni milioni di euro.

Ad esempio, in un documento di programmazione¹¹ si prevedono su alcuni modelli di apparecchi televisivi:

- una prima offerta promozionale, della durata di quattro settimane, consistente nella promessa di rimborsi del [5-15%] e del [5-15%], il cui costo complessivo viene stimato in circa [2-3] milioni di euro;

- una seconda offerta promozionale, avviata in contemporanea alla prima, ma su modelli differenti, e della durata di cinque settimane, consistente nella promessa di un *tablet PC* in omaggio, il cui costo complessivo viene stimato in circa [200.000-300.000] euro.

- una terza offerta promozionale avviata subito dopo la seconda, sugli stessi modelli, e della durata di nove settimane, consistente nella promessa del rimborso di alcuni mesi della bolletta elettrica, il cui costo complessivo viene stimato in circa [2-3] milioni di euro.

In un altro documento di programmazione¹² si prevede su alcuni modelli di apparecchi televisivi una offerta promozionale della durata di sei settimane, consistente nella promessa di un abbonamento omaggio ai servizi di un provider di contenuti televisivi, il cui costo complessivo viene stimato in circa [500.000-600.000] euro.

Analogamente, su alcuni modelli di apparecchi televisivi si prevede¹³ una offerta promozionale della durata di circa un mese, consistente nella promessa di un abbonamento omaggio ai servizi di un provider di contenuti televisivi in aggiunta all'omaggio di biglietti per spettacoli cinematografici, il cui costo complessivo viene stimato in circa [0.5-1] milione di euro.

Ancora, in un altro documento di rendicontazione relativo alle promozioni su altri elettrodomestici¹⁴, si quantifica in circa [1-2] milioni di euro il costo complessivo nel 2014 di promozioni relative a “69 regolamenti” nel periodo gennaio-agosto e “96 regolamenti” nel periodo gennaio-dicembre e in circa [500.000-600.000] euro il costo complessivo di promozioni relative a “106 regolamenti” nel periodo gennaio-agosto del 2015.

22. Come si evince da alcuni documenti acquisiti agli atti, al costo intrinseco di ciascuna offerta promozionale si aggiunge sempre quello del corrispettivo ad una impresa esterna per i servizi di elaborazione del materiale pubblicitario e di organizzazione e svolgimento delle attività necessarie per la realizzazione della promozione, che ammonta ad alcune decine di migliaia di euro¹⁵.

¹¹ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file “*IH15 TV 1015 PROMO PLAN - Q2 dh*”).

¹² Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file “*I50515-Promo TV Q3 Plan REVISED*”).

¹³ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file “*TV PROMO CINEMA - RESULTS*”).

¹⁴ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file “*Es Andamento Promo [CONF]*”).

¹⁵ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file “*SERI_JAKALA_Contratto_promo bollette_2_SJ_1804*”).

23. A tali costi si aggiunge, infine, anche quello della diffusione dei messaggi pubblicitari inerenti alla offerta promozionale, che può ammontare a centinaia di migliaia di euro per singola promozione.

Ad esempio, nel caso di una promozione viene previsto per la sola diffusione di messaggi pubblicitari via radio un costo di circa [100.000-200.000] euro¹⁶ e in un altro caso vengono previsti un costo di circa [200.000-300.000] euro per la diffusione di messaggi pubblicitari via radio e un costo di circa [100.000-200.000] euro per la diffusione via rete internet.

III.2.1.2. Le segnalazioni pervenute concernenti i messaggi pubblicitari

24. Agli atti del fascicolo sono presenti numerose segnalazioni nelle quali si lamenta, tra l'altro, che il Professionista avrebbe diffuso messaggi pubblicitari relativi a manifestazioni promozionali associate alla vendita dei propri prodotti, aventi ad oggetto l'assegnazione di premi o altri vantaggi economici, senza informare chiaramente i consumatori sulla natura di tali promozioni ovvero sulle limitazioni ad esse connesse.

25. A titolo esemplificativo si richiamano di seguito le denunce più significative agli atti del fascicolo, aventi ad oggetto tali carenze informative.

26. Alcuni consumatori lamentano di avere appreso solo a seguito della risposta di Samsung alla propria richiesta del premio, che la promozione non si applicava ai soggetti che avessero acquistato il prodotto con partita IVA, mentre tale limitazione non veniva esplicitata nel materiale pubblicitario diffuso dal Professionista.¹⁷

In un caso¹⁸, un consumatore lamenta che il venditore di prodotti Samsung, nell'indicargli la procedura da seguire per richiedere il premio, non gli avrebbe rappresentato che l'acquisto effettuato con partita IVA non gli avrebbe permesso di ottenere il premio. Anche a seguito del successivo annullamento della fattura, con emissione di una nota di credito e di un apposito scontrino di acquisto, non sarebbe stato possibile, per lo stesso consumatore, richiedere il premio perché, *“a quanto dicono al supporto clienti Samsung una volta registrato il codice non potrà essere cancellato mai più”*.

Con riferimento allo stesso tipo di limitazione, un altro consumatore che aveva acquistato un prodotto in promozione, non avrebbe potuto beneficiare del premio/vantaggio promesso, a seguito della richiesta di emissione di una fattura al rivenditore [omissis], operatore della grande distribuzione organizzata, il quale ignorava l'esistenza di tale limitazione, a conferma, secondo il denunciante, la mancata formazione del personale preposto alla vendita di prodotti Samsung¹⁹.

¹⁶ Cfr. la documentazione ispettiva (si vedano il file *“Piano Radio CONFIDENTIAL”* e il file *“Cashback promo_Jan 15_communication”*).

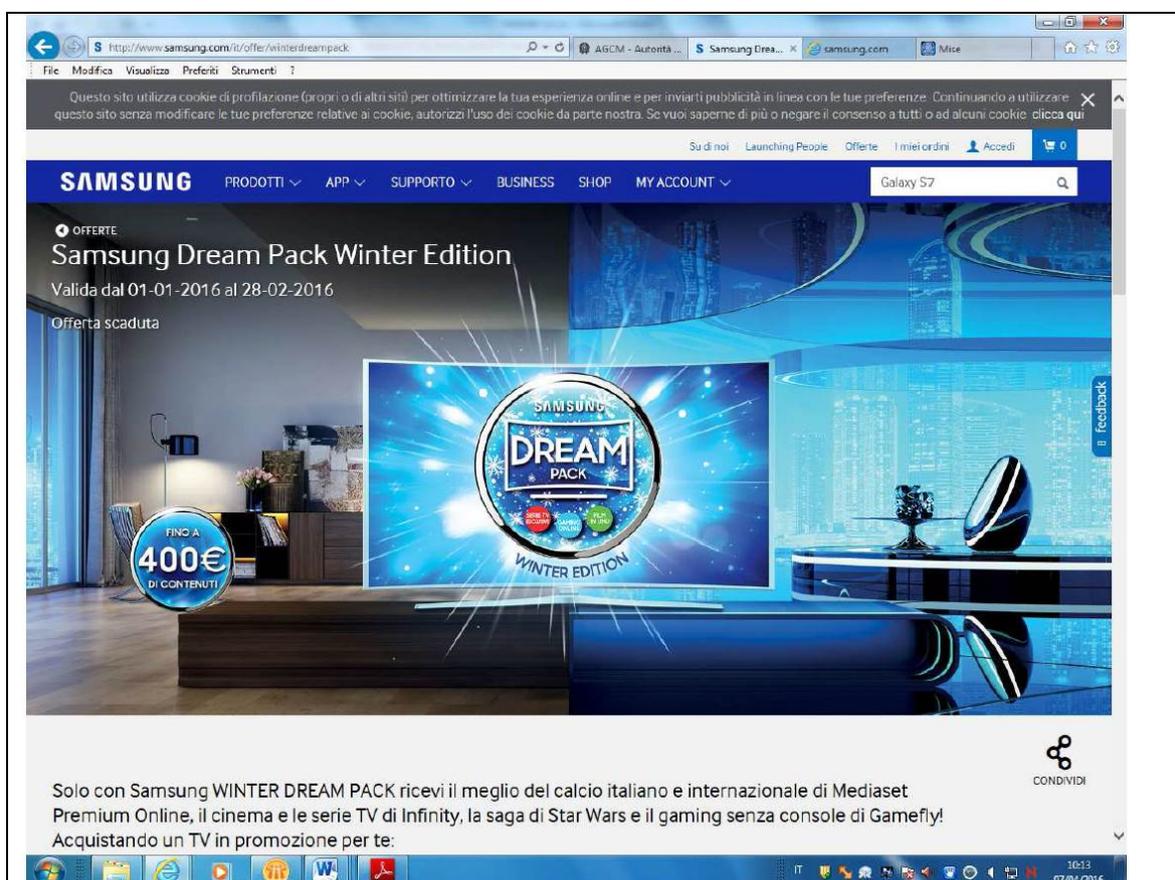
¹⁷ Cfr. denuncia del 22/09/16 prot. n. 60701.

¹⁸ Cfr. denuncia del 18/11/16 prot. n. 73063.

¹⁹ Cfr. denuncia del 7/3/16 prot. n. 22304.

27. Un altro segnalante lamenta di aver optato per l'acquisto di un nuovo televisore Samsung in ragione dei vantaggi promessi con l'offerta denominata "Samsung Dream Pack Summer Edition" e di essersi visto respingere la richiesta del premio, perché l'acquisto non sarebbe stato effettuato presso uno dei rivenditori elencati nel Regolamento. Nel volantino non veniva, però, specificata l'esistenza di una lista di rivenditori autorizzati, di cui si poteva avere conoscenza solamente dopo avere acquisito il Regolamento della promozione sul sito internet e dopo avere proceduto alla integrale lettura dello stesso e del relativo allegato.

Si riproducono di seguito le tre immagini di stampa da video²⁰ del contenuto della pagina internet relativa alla promozione in argomento, nelle quali non si fa alcun cenno alla restrizione dell'offerta ai punti vendita aderenti; da tali immagini si rileva, inoltre, che il rinvio ipertestuale al Regolamento della promozione è relegato al fondo della pagina internet, cui si perviene solo scorrendo alla fine della terza schermata qui sotto riprodotta.



²⁰ Cfr. acquisizione effettuata da internet in data 11 aprile 2016 (Doc n. 72 bis del fascicolo del procedimento).

Solo con Samsung WINTER DREAM PACK ricevi il meglio del calcio italiano e internazionale di Mediaset Premium Online, il cinema e le serie TV di Infinity, la saga di Star Wars e il gaming senza console di Gamefly! Acquistando un TV in promozione per te:

- 6 mesi di Mediaset Premium Online per vedere serie TV, il grande cinema di Premium e la stagione 2015/2016 dell'offerta del calcio internazionale di Mediaset Premium. Inoltre, se scegli un TV Samsung SUHD, per te anche la Serie A TIM delle squadre Premium.
- 12 mesi di film, serie TV, cartoni animati e documentari di Infinity. E in esclusiva per i clienti Samsung fino a 13 film in UHD da vedere quando vuoi.
- I primi 6 film della saga di Star Wars da goderti direttamente sul divano di casa tua grazie alla piattaforma Chili.
- Fino a 6 mesi di abbonamento a Gamefly e 2 gamepad Logitech per poter giocare senza bisogno di una console dedicata

Per approfondimenti sui periodi di validità, i prodotti promozionati, i premi e i punti vendita aderenti, si invita a prendere visione dei regolamenti.

Smart TV Samsung

JS9500 - JS9000
JS8500 - JS8000

UHD TV*

JU7500 - JU7000 - JU6800
JU6510 - JU6500
JU6410 - JU6400

UHD TV

J6300
FHD TV

PREMIUM ONLINE

6 MESI
DI **GRANDE CALCIO INTERNAZIONALE**
E LA **SERIE A TIM**
DELLE **SQUADRE PREMIUM**

6 MESI
DI **SERIE A TIM**
DELLE **SQUADRE PREMIUM**

infinity

1 ANNO
ABBONAMENTO
E FINO A
16 FILM
WARNER BROS.
IN UHD

STAR WARS

I 6 CAPITOLI
DELLA SAGA
STAR WARS
IN INTELLIGENT UHD
VISIBILI SU
CHILI

GAMEFLY

6 MESI
ABBONAMENTO
+ 2 CONTROLLER

3 MESI
ABBONAMENTO
+ 1 CONTROLLER

Per partecipare alla promozione, segui i seguenti passaggi:

- Clicca su "RICHIEDI IL PREMIO" a partire dal 1 Gennaio e fino al 10 Marzo 2016
- REGISTRATI su Samsung PEOPLE, compilando il form in tutte le sue parti, dopo aver letto la relativa informativa privacy e prestato il relativo consenso al trattamento dei dati; se sei già registrato, accedi al tuo profilo. Dopo la registrazione, ACCEDI ALL'AREA DEL SITO Samsung PEOPLE DEDICATA ALLA PROMOZIONE, dovrai allegare la FOTO DEL SERIALE apposto sul retro del prodotto acquistato e la scansione della PROVA D'ACQUISTO (scontrino, ricevuta oppure fattura con l'indicazione del Codice Fiscale) che deve riportare in maniera chiara ed esplicita il modello del TV Samsung e la data d'acquisto

consenso al trattamento dei dati; se sei già registrato, accedi al tuo profilo. Dopo la registrazione, ACCEDI ALL'AREA DEL SITO Samsung PEOPLE DEDICATA ALLA PROMOZIONE, dovrai allegare la FOTO DEL SERIALE apposto sul retro del prodotto acquistato e la scansione della PROVA D'ACQUISTO (scontrino, ricevuta oppure fattura con l'indicazione del Codice Fiscale) che deve riportare in maniera chiara ed esplicita il modello del TV Samsung e la data d'acquisto

- Riceverai a questo punto una MAIL DI AVVENUTA REGISTRAZIONE ALLA PROMOZIONE con il tuo numero d'ordine (verifica la corretta ricezione di questa email!)

Quando e come riceverò il mio premio?

Riceverai via email i codici per attivare tutti i contenuti sui rispettivi siti online (<http://premiumonline.mediasetpremium.it/>, <http://www.infinitytv.it/>, e www.chilitv.it) e sulla App Gamefly scaricabile dallo Store Samsung. Inoltre, riceverai comodamente a casa tua, all'indirizzo da te fornito in fase di registrazione, uno o due controller (in base al TV acquistato) per giocare direttamente sulla tua SMART TV Samsung, senza console!

Come attivare il codice Gamefly?

[Leggi le istruzioni \(PDF\)](#)

E se ho dubbi?

Nessun problema, chiama il numero dedicato **800.025.520**

RICHIEDI IL PREMIO

Termini e condizioni

Solo con Samsung il Calcio di Premium Online

Scarica il regolamento (PDF)

* Operazione a premio valida dall'1 gennaio 2016 al 28 Febbraio 2016. Prodotti promozionati sono i TV a marchio Samsung modelli JU, serie 7500, 7000, 6800, 6510, 6500, 6410, 6400, J6300 e JS, serie 9500, 9000, 8500, 8000 tutti i policcoggi. Richiesta premio entro il 10 marzo 2016. Attivazione premio entro il 31 marzo 2016. Al termine dei sei mesi, l'abbonamento cesserà automaticamente. Operazione a premio non cumulabile con le altre iniziative promozionali (vendite abbinate e/o operazioni a premio/ o concorsi) promosse sugli stessi prodotti promozionati da Samsung Electronics Italia S.p.A. durante il periodo di svolgimento della presente operazione, ad eccezione di: "Samsung ti regala il gaming", "Smart TV ti offre Infinity", "Samsung ti regala Star Wars".

Smart TV ti offre Infinity

Scarica il regolamento (PDF)

* Operazione a premio valida dal 1 Gennaio al 28 Febbraio 2016. Prodotti promozionati sono i TV a marchio Samsung della serie JU, modelli JU6400, JU6410, JU6500, JU6510, JU6800, JU7000, JU7500 tutti i policcoggi disponibili, J6300 tutti i policcoggi disponibili e serie JS, modelli JS8000, JS8500, JS9000 e JS9500 tutti i policcoggi. Richiesta premio entro il 10 Marzo 2016. Attivazione premio entro il 31 Marzo 2016. Al termine dei 12 mesi di durata, l'abbonamento cesserà automaticamente.

28. Più di recente, alcuni segnalanti²¹ hanno lamentato di essere stati tratti in inganno dal messaggio diffuso da Samsung, nel mese di ottobre 2016, in relazione all’offerta denominata “*Con Galaxy S7 ricevi i nuovi Gear IconX*”, riportata sul sito ufficiale Samsung²², il quale farebbe intendere che, per ottenere il premio, sia sufficiente acquistare il prodotto nel periodo indicato e registrarlo sul sito web (“*Dal 3 al 31 ottobre acquista Samsung Galaxy S7 o S7 edge, registrati all’operazione su Samsung People e ricevi Gear IconX*”). In particolare, uno dei denunciati²³ lamenta che l’immagine non contiene una chiara e immediata indicazione relativa alla limitazione dei punti vendita aderenti. Di tale condizione essenziale della promozione sarebbe possibile venire a conoscenza solo a seguito di una puntuale lettura del Regolamento, mentre, secondo lo stesso consumatore, “*ciò dovrebbe essere espresso chiaramente in pubblicità*”.

29. Infine, un consumatore²⁴ lamenta di non essersi visto attribuire il premio promesso in quanto, pur avendo attentamente letto il Regolamento, afferma che: “*attraverso il Vostro servizio clienti [di Samsung] apprendevo che pur avendo acquistato il prodotto su Amazon non era promozionabile poiché non comprato direttamente da Amazon. Solo allora comprendevo che la dicitura (No marketplace) indicata nel Regolamento significava: ‘venduto direttamente da Amazon e non da venditori su Amazon’*”.

Si riproduce di seguito l’estratto del Regolamento, prodotto dal consumatore, relativo alla suddetta precisazione.

ALLEGATO A – ELENCO E STORE

- Samsung Italia on line store
- Mediaworld.it
- Unieuro on line
- Euronics online
- Subito Banca Store
- Trony
- Monclick
- Redcoon
- Amazon Retail (no marketplace)
- E Price (no marketplace)
- Cooponline
- Tim online
- Vodafone online
- Wind online
- H3g online
- Expert online
- Comet online
- Monclick



²¹ Cfr. denuncia del 31/10/16 prot. n. 69011 e denuncia del 25/10/16 prot. n. 67742.

²² All'indirizzo <http://www.samsung.com/it/offer/s7geariconx>.

²³ Cfr. denuncia del 25/10/16 prot. n. 67742.

²⁴ Cfr. denuncia del 22/6/2016 prot. n. 43705.

III.2.1.3. I messaggi pubblicitari

30. Come più sopra descritto, lo sviluppo dei messaggi pubblicitari e la loro diffusione vengono curati dalla divisione aziendale competente per linea di prodotto, mediante la programmazione di una specifica campagna per ciascuna manifestazione promozionale.

31. Nel materiale pubblicitario acquisito agli atti, diffuso dal Professionista, sotto forma di messaggi audio, video, stampa²⁵, al fine di promuovere le manifestazioni promozionali in argomento, le informazioni fornite al consumatore sono circoscritte ad alcuni degli elementi essenziali, fra i quali il soggetto promotore dell'iniziativa, la durata, il tipo di premio e il suo valore, il sito *web* dove registrarsi per poter accedere alla pagina dedicata alla singola promozione, il rinvio al Regolamento per conoscere i termini e le condizioni integrali.

32. In concreto, il materiale pubblicitario presenta, generalmente, la medesima struttura comunicazionale.

In particolare, i messaggi sono focalizzati sul prodotto oggetto di promozione, nonché sul prodotto/vantaggio promesso in premio. Quest'ultimo di norma ha un valore economico significativo, tale da incentivare il consumatore a scegliere un prodotto Samsung, rispetto ai prodotti commercializzati da operatori concorrenti aventi analoghe caratteristiche.

33. I messaggi pubblicitari non riportano tutte le indicazioni inerenti le condizioni e i limiti previsti, ai fini della partecipazione alla manifestazione a premio, né anticipano i numerosi adempimenti che il consumatore dovrà eseguire al fine di ottenere il premio promesso, salvo una generica avvertenza, in cui si fa presente che, per richiedere il premio o il rimborso, è necessario registrare il prodotto promozionato sul sito *Samsung People* e seguire le istruzioni riportate nel Regolamento.

34. Si riproducono alcuni esempi di *banner* pubblicitari predisposti per la diffusione in rete acquisiti in occasione dell'accertamento ispettivo, effettuato presso uno dei soggetti che organizza e gestisce operazioni a premio e altre manifestazioni promozionali per conto di Samsung²⁶.

²⁵ Cfr. la documentazione ispettiva (si vedano i *file* delle cartelle "Audio-Video", "Bianco" e "Telefonia").

²⁶ Cfr. la documentazione ispettiva (si vedano, nell'ordine il *file* "02_Banner700x360_grande_new" e il *file* "promo-cashback-galaxyA-big").

FINO A 400€ DI RIMBORSO PER TE

IL TUO VECCHIO TV
vale fino a **400€**

400€
DI RIMBORSO SU
SUHDTV™
SERIE INCLUSE:
JS9500 / JS9000
JS8500 / JS8000

200€
DI RIMBORSO SU
Curved UHDTV
SERIE INCLUSE:
JU7500 / JU6510
JU6500

100€
DI RIMBORSO SU
UHDTV
SERIE INCLUSE:
JU7000 / JU6900
JU6400

È IL MOMENTO DI SCOPRIRE LE INNOVATIVE TECNOLOGIE SAMSUNG. CAMBIA ORA IL TUO VECCHIO TV, PER TE FINO A 400€ DI RIMBORSO

Il momento perfetto per rinnovarsi, è adesso.

Con Galaxy A ottieni fino a 100€ di rimborso.

#SamsungPerfectMoments

Ti serve una scusa per cambiare smartphone?
Crea e condividi con i tuoi amici il tuo momento perfetto. [Genera scusa →](#)

È il momento perfetto per cambiare smartphone perchè
dal 14 aprile all' 11 maggio 2016, se acquisti un **Galaxy A** e lo registri su **Samsung People**, ottieni un rimborso fino a 100€.

35. Così, nei messaggi pubblicitari a stampa, le immagini relative al prodotto oggetto di promozione e al regalo/vantaggio offerto sono sempre poste in primo piano, unitamente al *claim* promozionale che invita all'acquisto. Tali immagini occupano pressoché l'intero spazio pubblicitario.

Solo a margine, in uno spazio di dimensione minore (c.d. *footer*), con carattere tipografico estremamente piccolo e di non agevole lettura, sono indicate alcune informazioni che pure rivestono significativa importanza; si tratta in particolare delle condizioni riguardanti il periodo di validità della promozione, la limitazione relativa ai punti vendita aderenti all'iniziativa o all'esclusione dei venditori *on-line*, la non cumulabilità con altre iniziative promozionali, il numero massimo di prodotti acquistabili ai fini dell'ottenimento del premio, la necessità di effettuare la registrazione entro un termine perentorio, l'invito alla lettura del Regolamento.

* Operazione a premi valida dal 9 Aprile al 9 Maggio 2016, presso i punti vendita aderenti che esporranno il relativo materiale promo pubblicitario. Acquistando un Frigorifero modelli: RSA1STMG, RS57K4000SA o una Lavabiancheria modello: WF90F5E0W2W, il cliente riceverà in regalo un Samsung Galaxy J5 - SM-J500 del valore di 229€, previa registrazione, entro 10 giorni dall'acquisto, sul sito www.samsung.it/tiregalaj5 Regolamento e modulo di registrazione sul sito www.samsung.it/tiregalaj5

Sono espressamente esclusi dalla presente operazione gli acquisti effettuati tramite i siti online. La presente operazione non è cumulabile con le altre iniziative promozionali promosse sullo stesso prodotto promosso da Samsung Electronics Italia S.p.A. durante il periodo di svolgimento della presente operazione.

Ingrandimento del "footer" del file "A4_EXE"

IMPERDIBILE

SAMSUNG TI REGALA GALAXY CORE PLUS

NAVIBOT S
VCR8950L3B



NAVIGAZIONE INTELLIGENTE

SILENZIOSITÀ 60 dB(A)

SENSORE POLVERE



IN REGALO

GALAXY CORE Plus

SM-G3500ZWA1V

prezzo consigliato al pubblico 159€

Dal 19 Marzo al 21 Aprile 2015, acquista un Aspirapolvere Robot Navibot® VCR8950L3B e ricevi **IN REGALO*** un GALAXY CORE Plus

L'ECCELLENZA TECNOLOGICA TI PREMIA SEMPRE

*Regolazione a premi valida dal 19 Marzo al 21 Aprile 2015, presso i punti vendita aderenti che esporranno il relativo materiale promo pubblicitario. Per partecipare è necessario acquistare il prodotto VCR8950L3B. Per ogni acquisto riceverai in regalo un Samsung Galaxy Core Plus SM-G3500ZWA1V del valore di 159€. Se acquisti più di un prodotto riceverai un Samsung Galaxy Core Plus. Se acquisti più di un prodotto ricevi in regalo un Samsung Galaxy Core Plus. Se acquisti più di un prodotto ricevi in regalo un Samsung Galaxy Core Plus. Se acquisti più di un prodotto ricevi in regalo un Samsung Galaxy Core Plus. Se acquisti più di un prodotto ricevi in regalo un Samsung Galaxy Core Plus.

SAMSUNG

Immagine dal file "A4_VCR8950L3B + Core Plus_BUTALI_2" (Cfr. documentazione ispettiva)

*Operazione a premi valida dal 19 Marzo al 21 Aprile 2015, presso i punti vendita aderenti che esporranno il relativo materiale promo pubblicitario. Per l'acquisto di un aspirapolvere Robot Navibot® modello VCR8950L3B l'acquirente riceverà in regalo uno Smartphone Samsung Galaxy Core Plus SM-G3500ZWA/ITV del valore di 159 €. Regolamento e Modulo di registrazione su www.samsung.it/inregalocoreplus. Sono espressamente esclusi dalla presente operazione gli acquisti effettuati tramite i siti online. La presente operazione non è cumulabile con le altre iniziative promozionali promosse sullo stesso prodotto promosso da Samsung Electronics Italia S.p.A. durante il periodo di svolgimento della presente operazione.

Ingrandimento del "footer" del file "A4_VCR8950L3B + Core Plus_BUTALI_2"

CAMBIA ORA IL TUO TV!!

È IL MOMENTO DI SCOPRIRE LE **INNOVATIVE TECNOLOGIE SAMSUNG**. CAMBIA ORA IL TUO VECCHIO TV, PER TE FINO A **400€** DI RIMBORSO.

<p>400€ DI RIMBORSO SU</p> <p>SUHDTV™</p> <p>SERIE INCLUSE: JS9500/JS9000 JS8500/JS8000</p>	<p>200€ DI RIMBORSO SU</p> <p>Curved UHD TV</p> <p>SERIE INCLUSE: JU7500/JU6510 JU6500</p>	<p>100€ DI RIMBORSO SU</p> <p>UHD TV</p> <p>SERIE INCLUSE: JU7000/JU6800 JU6400</p>
---	--	---

Promozione valida dal 19 ottobre 2014 al 21 novembre 2015. Includi prezzo i punti vendita aderenti e di tutti i termini che pubblichiamo il materiale promozionale relativo alla presente iniziativa. A fronte dell'acquisto di un TV della serie JU6400/JU6800/JU7000 superline da 40" o della serie JS9500/JS9000/JS8500/JS8000 del proprio TV usato pari a 400 €, per l'acquisto di un TV della serie JU6500/JU6510/JU6500 o per la da 40" o della serie JS9500/JS9000/JS8500/JS8000 del proprio TV usato pari a 200 €, per l'acquisto di un TV appartenente alla serie JS o per la da 40" o della serie JS9500/JS9000/JS8500/JS8000 del proprio TV usato pari a 100 €. Per ricevere il rimborso bisogna registrare il prodotto nuovo su Samsung Pay e entro il 30 settembre 2015 e seguire le istruzioni in merito. È possibile richiedere il rimborso al momento di acquistare il TV con marchio Samsung presso i punti vendita aderenti al programma TV usato. Il contributo di rimborso è il valore di rimborso del TV usato. Per maggiori informazioni visita il sito www.samsung.it/inregalocoreplus. Per tutti i dettagli, consulta i termini e condizioni su www.samsung.it/inregalocoreplus.

SAMSUNG

Immagine dal file "Samsung_Cambia ora il tuo TV_A4_PRINT" (Cfr. documentazione ispettiva)

Promozione valida dal 19 ottobre 2015 al 22 novembre 2015 inclusi presso i punti vendita aderenti ed i siti internet che pubblicheranno il materiale promozionale relativo alla presente iniziativa. A fronte dell'acquisto di un TV della serie JU6400/JU6800/JU7000 a partire da 48" a salire l'acquirente beneficerà di un rimborso del proprio TV usato pari a 100 €; per l'acquisto di un TV della serie JU6500/JU6510/JU7500 a partire da 48" a salire l'acquirente beneficerà di un rimborso del proprio TV usato pari a 200 €; per l'acquisto di un TV appartenente alla serie JS a partire da 48" a salire l'acquirente beneficerà di un rimborso del proprio TV usato pari a 400 €. Per ricevere il rimborso bisogna registrare il prodotto nuovo su Samsung People entro il 10 dicembre 2015 e seguire le istruzioni ivi riportate. È possibile richiedere fino a tre rimborsi a fronte di tre acquisti di TV a marchio Samsung promozionati e della cessione di altrettanti TV usati. Il contributo di rimborso dell'usato verrà corrisposto a mezzo bonifico bancario. Per tutti i dettagli, consulta i termini e condizioni su www.samsung.it/promocambiatv

Ingrandimento del "footer" del file "Samsung_Cambia ora il tuo TV_A4_PRINT"

Nuovo Samsung **SUHDTV**^{4K}

SUPERIORE IN OGNI DETTAGLIO

LUMINOSITÀ INEGUAGLIABILE COLORI REALI, MAI VISTI PRIMA NERI PIÙ INTENSI, BIANCHI PIÙ PURI

Acquista Samsung SUHD TV
IN REGALO GALAXY Tab S

SI CONNETTE AL TV IN UN ATTIMO*

8.4" LTE **AMOLED** *La funzione Real Color Connect per Samsung Galaxy Tab S è disponibile tramite aggiornamento software.

Operazione a premio valida dal 23 marzo 2015 al 30 aprile 2015 inclusi presso i punti vendita e i siti internet che esporranno il materiale pubblicitario sull'acquisto di un TV a marchio Samsung appartenenti alla serie JS in tutti i modelli e polliciaggi disponibili. Registra il prodotto promozionato acquistato sul sito www.samsung.it/tvpromo entro e non oltre il 15 maggio 2015. Premio: Samsung Galaxy Tab S 8.4 AMOLED LTE (16Gb) modello SM-T705NZWAITV. Regolamento completo su www.samsung.it/tvpromo.

SAMSUNG **EXPO MILANO 2015**

Samsung Electronics Italia è Official Global Partner di EXPO 2015. Tecnologia per un futuro sostenibile.

Immagine dal file "Promo_SUHD+GALAXY_EXE" (Cfr. documentazione ispettiva)

Operazione a premio valida dal 23 marzo 2015 al 30 aprile 2015 inclusi presso i punti vendita e i siti internet che esporranno il materiale pubblicitario sull'acquisto di un TV a marchio Samsung appartenenti alla serie JS in tutti i modelli e polliciaggi disponibili. Registra il prodotto promozionato acquistato sul sito www.samsung.it/tvpromo entro e non oltre il 15 maggio 2015. Premio: Samsung Galaxy Tab S 8.4 AMOLED LTE (16Gb) modello SM-T705NZWAITV. Regolamento completo su www.samsung.it/tvpromo.

Ingrandimento del "footer" del file "Promo_SUHD+GALAXY_EXE"

L'ECCELLENZA TECNOLOGICA TI REGALA GALAXY J5

Dal 9 Aprile al 9 Maggio 2016,
acquista un prodotto
Samsung in promozione*
e **RICEVI IN REGALO**
un fantastico

Galaxy J5

Side by Side
RS413TMG

Side by Side
RS57K4000SA - **NOVITÀ**



Galaxy J5

SM-J500
prezzo consigliato al pubblico 229€

Welcome to the new home
SAMSUNG

Immagine dal file "A4_Galxy J5_Frigo e Lava_Sell Out" (Cfr. documentazione ispettiva)

* Operazione a premi valida dal 9 Aprile al 9 Maggio 2016, presso i punti vendita aderenti che esporranno il relativo materiale promo pubblicitario. Acquistando un Frigorifero modelli: RSA13TMG, RS57K4000SA o una Lavabiancheria modello: WF90F5E0W2W, il cliente riceverà in regalo un Samsung Galaxy J5 - SM-J500 del valore di 229€, previa registrazione, entro 10 giorni dall'acquisto, sul sito www.samsung.it/tiregalaj5 Regolamento e modulo di registrazione sul sito www.samsung.it/tiregalaj5

Sono espressamente esclusi dalla presente operazione gli acquisti effettuati tramite i siti online. La presente operazione non è cumulabile con le altre iniziative promozionali promosse sullo stesso prodotto promozionato da Samsung Electronics Italia S.p.A. durante il periodo di svolgimento della presente operazione.

Ingrandimento del "footer" del file "A4_Galxy J5_Frigo e Lava_Sell Out"

SAMSUNG CHEF COLLECTION TI REGALA L'ALTA DEFINIZIONE



UE55JU6500KXZT
Prezzo al pubblico consigliato di €1.649

Fino al 31 Marzo 2016,
acquista 4 elettrodomestici Samsung
Chef Collection a tua scelta e
RICEVI IN REGALO un fantastico

Samsung **Curved** UHD TV 55"

SAMSUNG

Immagine dal file "chef_collection+TV_31 marzo 2016" (Cfr. documentazione ispettiva)

Operazione a premi valida fino al 31 Marzo 2016. Acquistando 4 prodotti della serie Chef Collection a scelta tra un frigorifero combinato Kitchen Fit™ modello RB36J8799S4, un forno multifunzione Gourmet Vapour Cook modello NV73J9770RS, NV73J7740RS, una lavastoviglie Water Wall™ modello DW60J9960US o DW60J9970BB, un piano a induzione Virtual Flame modello NZ84J9770EK, un piano cottura modello NA75J3030AS, il cliente riceverà in regalo un Tv Samsung CURVED 55", modello UE55JU6500KXZT del valore di 1.649 euro.

La presente operazione non è cumulabile con le altre iniziative promozionali promosse sugli stessi prodotti promozionati da Samsung Electronics Italia S.p.A. durante il periodo di svolgimento della presente operazione.

Scopri il regolamento completo sul sito www.samsung.it/promocheffcollection.

Ingrandimento del "footer" del file "chef_collection+TV_31 marzo 2016"

37. In alcuni messaggi pubblicitari a stampa, come quello riprodotto di seguito, è peraltro assente ogni riferimento alla natura e alla durata delle promozioni.

ecolavaggio® | e ecoasciugatura®

TI REGALANO

Samsung GALAXY Tab 3 Lite
7.0



Inoltre, riceverai una fantastica cover Samsung a scelta, per personalizzare il tuo regalo!

www.samsung.it/promoprimavera

SAMSUNG

Immagine dal file "CARTOLINA_EXE" (Cfr. documentazione ispettiva)

38. Anche negli *spot* pubblicitari diffusi via radio o video, aventi una durata di pochi secondi, le condizioni di partecipazione rivestono un ruolo marginale nel complesso del messaggio promozionale, dove si enfatizza

l'invito all'acquisto di un dato prodotto Samsung, a fronte della promessa di un premio o di un vantaggio (ad esempio: “*sai che in Primavera, se compri una lavatrice Ecolavaggio Samsung, ti porti a casa un tablet?!?*”²⁷), mentre di non altrettanto immediata comprensione risulta sia l'audio del messaggio radiofonico laddove, molto velocemente, si richiamano la durata dell'iniziativa e il rinvio al sito *web* per accedere ai termini e alle condizioni della promozione, che il testo in sovrainpressione in cui tali indicazioni sono riportate per pochi secondi nel messaggio video.

III.2.2. La gestione delle promozioni

39. Dalle evidenze ispettive emerge che il Professionista si avvale di una struttura organizzativa dedicata alle operazioni di *marketing* - che impiega sia strutture interne che fornitori esterni di servizi - avente la specifica funzione di gestire e verificare lo svolgimento delle promozioni in oggetto.

40. Ciascuna delle divisioni aziendali Samsung preposte alle diverse linee di prodotti procede alla pianificazione della promozione, all'effettivo accantonamento delle risorse necessarie, determinate attraverso un dettagliato documento di programmazione contabile ed alla predisposizione del relativo Regolamento; la gestione dei rapporti con i consumatori viene normalmente affidata a fornitori di servizi esterni, sotto la costante guida del Professionista²⁸.

41. Con modalità più o meno stringenti, a seconda dell'importanza organizzativa ed economica di ciascuna promozione, Samsung elabora per ognuna di esse, in collaborazione con il fornitore di servizi esterno, specifici *report* che evidenziano il numero delle adesioni e lo stato del processo di riconoscimento del premio/vantaggio promesso²⁹.

42. Dalle evidenze ispettive emerge, altresì, che il Professionista predispone generalmente un sostanziale accantonamento finalizzato al riconoscimento dei premi/vantaggi promessi, che normalmente si basa fin dall'inizio sulla previsione di percentuali tutt'altro che esigue, spesso variabili fra il 60% e l'80% dei prodotti di cui si prevede la vendita nell'ambito della manifestazione promozionale³⁰.

43. Infine, dalla documentazione agli atti, e in particolare da quella acquisita nel corso degli accertamenti ispettivi, emerge che, quando un consumatore presenta un reclamo al *Call center*, a una impresa esterna o direttamente a Samsung, questo viene registrato nel sistema Samsung denominato “*Be People*”, dopo di che Samsung, attraverso l'impresa esterna – che effettua

²⁷ Cfr. documentazione ispettiva (si ascoltino i *file* audio “*Ristorante_20sec*”, “*Strada_20sec*”, “*Supermarket_20sec*”).

²⁸ Cfr. ad esempio, per le modalità di comunicazione dello stato dell'assegnazione al consumatore, la documentazione ispettiva (si vedano tutti i *file* della cartella “TESTI EMAIL e SMS”).

²⁹ Cfr. ad esempio la documentazione ispettiva (si vedano tutti i *file* delle cartelle “*REPORT JAKALA VIA EMAIL*” e “*REPORT MONITORAGGIO PROMOZIONI*”).

³⁰ Cfr. ad esempio la documentazione ispettiva (si vedano i *file* “*Promo TV cash back - energy bill - may june*” e “*Copia di Economics_A Series_V3 (2)*”).

tutte le verifiche previste sulla base dei documenti forniti dai consumatori – verifica il motivo del reclamo e lo gestisce, al fine di rispondere ai consumatori anche mediante lo stesso canale *call center*.

III.2.2.1. I Regolamenti

44. Samsung predispone per ogni operazione a premi (come previsto dalla disciplina vigente), così come per ogni altra iniziativa promozionale in argomento, un “*Regolamento*” che ne disciplina dettagliatamente le condizioni (durata, destinatari della promozione, descrizione e valore complessivo del premio/vantaggio promesso, modelli del prodotto oggetto di promozione, punti vendita aderenti all’iniziativa e limitazioni), nonché le modalità di adesione alla promozione.

45. Secondo quanto dichiarato dal Professionista, tali Regolamenti sarebbero accessibili al consumatore presso il proprio sito internet, nonché presso i punti vendita aderenti alle promozioni.

In ogni caso, come sopra anticipato, al consumatore veniva data la possibilità di accedere all’area dedicata all’iniziativa promozionale, e quindi al Regolamento e a tutte le altre informazioni, previa registrazione presso la piattaforma digitale Samsung People, ovvero in un momento successivo all’acquisto del prodotto promozionato.

46. Dalla lettura dei numerosi Regolamenti acquisiti agli atti emerge che le procedure di partecipazione alle manifestazioni a premio predisposte dal Professionista risultano assai articolate, in ragione dei numerosi adempimenti previsti in capo al consumatore ai fini dell’ottenimento del premio.

Solo qualora tutte le fasi previste vadano a buon fine, Samsung provvede alla consegna del premio o all’effettuazione del rimborso previsto, a seconda della tipologia promozionale³¹.

47. A titolo esemplificativo si illustrano, di seguito, dettagliatamente tutti gli adempimenti previsti da una delle tante manifestazioni a premio, prendendo a riferimento una promozione “tipo”, attiva al momento dell’avvio dell’istruttoria, denominata “*Samsung Perfect Moments*”, che prevedeva fino a 100 euro di rimborso sugli *smartphone* Galaxy A3 e A5 2016 versione 2016³².

48. Il Regolamento della promozione in questione stabiliva innanzitutto che il consumatore (di seguito, anche “destinatario dell’iniziativa promozionale”)

³¹ A seconda della tipologia di iniziativa promozionale, anche l’invio del premio è subordinato al rispetto di ben precisi termini e condizioni. Ad esempio, nel caso di promozione *trade in* la procedura prevede il ritiro presso il domicilio del consumatore del prodotto usato, che questi intende cedere per aderire all’iniziativa. Successivamente al ritiro, il prodotto usato viene sottoposto alla procedura di accettazione e vengono effettuate le verifiche in merito alla rispondenza dell’usato ai requisiti previsti dai termini e condizioni del *trade in*. L’esito della procedura viene comunicato al consumatore mediante e-mail, nella quale viene indicato altresì il valore del rimborso previsto. Samsung comunica al terzo incaricato l’esito della verifica del valore dell’usato e, successivamente, il terzo incaricato provvede ad accreditare il rimborso sul conto corrente del consumatore, a mezzo bonifico bancario.

³² Il *claim* promozionale recita: “*Tutto si può rinnovare, anche il tuo smartphone. Passa a Samsung A5 2016 o Galaxy A3 2016, registralo su “Samsung People” e ricevi fino a 100 euro*”.

acquistasse il prodotto entro un periodo di tempo determinato (dal 14 aprile al 15 maggio).

i) Registrazione del consumatore e delle caratteristiche del prodotto

La richiesta di rimborso doveva essere effettuata tramite il sito internet, mediante l'iscrizione obbligatoria al sito Samsung People compilando l'apposito *form* di registrazione, in cui venivano richiesti al consumatore i propri dati personali (nome, cognome, *e-mail*, *password*) oltre ai dettagli sul prodotto promozionato acquistato (famiglia prodotto, codice seriale, data di acquisto).

ii) Conferma Registrazione

Dopo aver completato l'iscrizione al sito, ed avere registrato il prodotto promozionato acquistato, il consumatore avrebbe ricevuto (entro 24 ore) una *mail* di verifica *password*, contenente un *link* sul quale cliccare per confermare la propria registrazione al sito.

Nel caso in cui il consumatore non avesse ricevuto tale *e-mail*, avrebbe dovuto segnalarlo chiamando il *call center*, entro 3 giorni lavorativi dal momento della registrazione, in caso contrario il destinatario/consumatore non avrebbe potuto prendere parte alla promozione.

iii) Accesso all'area dedicata all'iniziativa promozionale

Una volta perfezionata l'iscrizione alla piattaforma Samsung People, il consumatore avrebbe visualizzato, nella sezione dedicata, il *banner* legato alla promozione.

iv) Fornitura di ulteriori dati

Tramite un *click* su tale *banner*, il destinatario poteva accedere all'area dedicata all'iniziativa in cui gli sarebbe stato richiesto di:

- indicare il Codice IMEI e il codice seriale del prodotto acquistato;
- confermare i dati personali, indicando il codice fiscale, l'*email*, il numero di cellulare, il numero del documento di identità;
- inserire i dati e le coordinate bancarie ove accreditare il rimborso, ivi compresi il codice IBAN e nome dell'intestatario del conto (che deve essere lo stesso cui si riferiscono i dati anagrafici); il codice IBAN una volta inserito non era modificabile da parte del consumatore, né se ne poteva richiedere la modifica o la rettifica in nessun modo;
- caricare la foto della prova d'acquisto (scontrino o fattura), indicando esplicitamente il codice del prodotto acquistato e il punto vendita di acquisto; nel caso di invalidità della prova d'acquisto (danneggiata o illeggibile) la stessa avrebbe dovuto essere nuovamente inviata, entro e non oltre 3 giorni dalla ricezione della *mail* verifica prova di acquisto, in caso contrario il destinatario avrebbe perso il diritto alla richiesta di rimborso;
- caricare la foto del codice seriale del prodotto promozionato.

v) *Prestazione del consenso al trattamento dei dati*

Al consumatore è richiesto di prestare un ulteriore specifico consenso al trattamento dei dati, ai fini della partecipazione alla promozione; in caso di mancata prestazione del consenso non sarebbe stato possibile completare la registrazione all'area dedicata della piattaforma *Samsung People* e quindi prendere parte alla promozione.

Una volta perfezionata la richiesta di rimborso, il destinatario avrebbe ricevuto una *mail* di “*conferma inserimento richiesta rimborso*”, contenente il numero d'ordine legato alla propria richiesta.

vi) *Installazione della App MySamsung*

Per procedere con i passaggi successivi, il destinatario doveva poi:

- installare sul dispositivo acquistato la APP MySamsung (scaricabile dal *playstore*) ed effettuare il log in, con le stesse credenziali utilizzate per la registrazione alla piattaforma *Samsung People*.

Entro 8 giorni, dopo la ricezione della *mail* di “*conferma richiesta di rimborso*”, il destinatario avrebbe ricevuto sul cellulare promozionato una notifica contenente le indicazioni per procedere.

vii) *Digitare sulla notifica*

Il destinatario doveva a quel punto effettuare un “tap” sulla notifica ricevuta e attendere che il sistema in automatico effettuasse tutte le verifiche necessarie.

Nel caso in cui il destinatario non avesse effettuato questa operazione, entro 2 giorni dalla ricezione della notifica, si sarebbe proceduto all'annullamento dell'ordine.

Una volta completata la registrazione ed effettuato il *tap* sulla notifica ricevuta, al destinatario sarebbe stata inviata la conferma dell'avvenuto “*sblocco ordine*”, a seguito della quale avrebbe ricevuto entro 10 giorni lavorativi una ulteriore *mail* di “*approvazione della richiesta*”, necessaria per procedere con il rimborso.

viii) *Verifiche e richiesta di eventuale ulteriore documentazione*

Infine, Samsung si riservava di effettuare tutte le verifiche necessarie alla corretta partecipazione alla promozione, potendo richiedere al consumatore di fornire, entro 5 giorni (pena l'annullamento della richiesta):

- prova di acquisto in originale;
- certificato del venditore attestante l'effettiva vendita del prodotto promozionato nel periodo di svolgimento;
- etichetta originale riportante il codice seriale del prodotto promozionale acquistato;
- copia dei documenti personali attestanti la veridicità dei dati inseriti in fase di richiesta di rimborso.

49. Modalità di partecipazione analoghe a quelle sopra illustrate si riscontrano in tutti i Regolamenti delle operazioni promozionali in argomento, tra le quali si richiamano, a titolo esemplificativo, le seguenti:

- i) nel Regolamento relativo alla manifestazione denominata “*Promo Primavera*” (valida dal 27 marzo al 4 maggio 2014), tra l’altro, al paragrafo “*Varie*” del Regolamento era previsto che tutte le comunicazioni relative all’operazione sarebbero avvenute attraverso i recapiti telefonici e/o *mail* rilasciati dal partecipante. Qualora quest’ultimo “*non fosse reperibile al terzo tentativo di contatto decade per esso il diritto alla ricezione del premio*”.
- ii) nelle condizioni dell’altra iniziativa promozionale “*Aria di rimborsi Primavera 2015*” (valida dal 1° aprile al 31 maggio 2015) era prevista un’avvertenza di rilievo per il consumatore, posta solo in fondo al Regolamento, riguardante la circostanza che l’iniziativa promozionale non era cumulabile con le altre iniziative promozionali promosse sugli stessi prodotti promozionati da Samsung durante il periodo di svolgimento della stessa iniziativa.
- iii) con riguardo all’operazione a premio “*In regalo GalaxyJ5 GCC*” (valida dal 1° al 30 aprile 2016), nel paragrafo del Regolamento relativo alla “*Consegna dei Premi*” era previsto che in caso di indirizzo insufficiente o inesatto e/o di mancata presenza del partecipante, quest’ultimo sarebbe stato contattato per 3 giorni consecutivi per concordare la consegna in un giorno prefissato. In caso di mancata risposta al terzo tentativo, si sarebbe provveduto ad annullare l’ordine di spedizione e il partecipante avrebbe perso il suo diritto al premio.

III.2.2.2. Le procedure di richiesta dei premi promessi

50. Come sopra precisato, Samsung applica due tipi di procedura per la richiesta dei premi promessi:

- i) per le iniziative che hanno ad oggetto un importante tasso di penetrazione sul mercato e per le quali si prevede un maggior numero di adesioni, il Professionista ha utilizzato, fino al mese di agosto 2016, la metodologia di registrazione tramite il portale “*Samsung People*”;
- ii) per le altre iniziative promozionali la registrazione avviene tramite il *Call center*.

i) *procedura gestita attraverso il portale “Samsung People”*

51. La procedura gestita attraverso il portale Samsung People, fino al mese di agosto 2016, prevedeva che il consumatore dovesse, in primo luogo, registrarsi per aderire alla piattaforma di *customer care*, tramite la

compilazione di un apposito modulo, inserendo i dati personali (nome, cognome, *e-mail*), comunicando una *password* ed il codice identificativo del prodotto acquistato (Codice IMEI o codice seriale), nonché prestare il consenso al trattamento dei dati personali.

Dopo aver completato la registrazione, il consumatore riceveva una *mail* di verifica *password* contenente un *link*, sul quale doveva cliccare per confermare la propria adesione alla piattaforma *Samsung People*.

Solo una volta registrato, con le credenziali che gli venivano comunicate il consumatore poteva effettuare l'accesso al portale *Samsung People*, visualizzare il *banner* relativo all'iniziativa promozionale e, quindi, accedere all'area dedicata all'iniziativa per richiedere il premio.

ii) procedura gestita tramite call center

52. La procedura gestita tramite *call center* prevede che il cliente effettui la registrazione mediante l'invio di una *mail* al Professionista, indicando la denominazione dell'iniziativa a cui intende partecipare, fornendo i propri dati, ed allegando la foto seriale del prodotto promozionato acquistato.

La verifica dei dati viene affidata al *Call center* che, ove necessario, richiede al cliente di integrare la documentazione fornita o di inviare nuovamente i dati richiesti. Qualora il consumatore vi provveda, gli viene inviata una *mail* di conferma.

III.2.2.3. Le denunce riguardanti le procedure e la gestione dei reclami

53. Secondo quanto riportato nelle segnalazioni pervenute all'Autorità, i consumatori lamentano, per lo più, che le richieste dei premi promessi non sarebbero state accettate dal Professionista, il quale avrebbe contestato ai richiedenti l'inesatto adempimento dei vari passaggi della procedura e richiesto agli stessi, a più riprese, di produrre ulteriore documentazione, per motivi non sempre comprensibili.

54. Al riguardo, risulta emblematica la denuncia³³ di un consumatore che, in data 26 maggio 2014, lamentava di non avere ottenuto il premio promesso, a seguito dell'acquisto di un prodotto Samsung, effettuato in data 8 luglio 2013, pur avendo eseguito tutti gli adempimenti previsti.

In particolare, nella propria denuncia, il consumatore afferma di avere aderito alla promozione "*Scegli smart camera in regalo Galaxy Music*" entro i termini, effettuato la registrazione, scansionato e caricato sul sito la prova di acquisto e di avere ricevuto la *mail* di conferma ("*la registrazione della tua prova di acquisto è andata a buon fine*").

Successivamente, con un'ulteriore *mail*, il Professionista rappresentava al cliente che la prova di acquisto inviata dallo stesso richiedeva ulteriori verifiche per essere validata. Il problema risiedeva nel fatto che sullo

³³ Cfr. denuncia del 26 maggio 2014, prot. n. 27693.

scontrino rilasciato dal venditore era indicato il codice dell'articolo acquistato, anziché la descrizione del modello.

Il consumatore, fa presente di avere inviato, quindi, al Professionista la foto della scatola del prodotto acquistato (una macchina fotografica) e lo scontrino, evidenziando la data di acquisto e la corrispondenza dei codici.

A seguito di tale invio, il consumatore riferisce di aver ricevuto sequenzialmente due *mail*, la prima, “*la tua prova di acquisto è stata approvata*” e, la seconda, “*dal momento che si sono verificate alcune anomalie in relazione ad alcuni codici seriali [...] siamo a richiederle l'invio dell'originale della prova di acquisto [...]*”.

Lo stesso consumatore afferma di avere inoltrato al Professionista, con raccomandata R/R, la prova di acquisto originale, ricevendo prova della ricezione della missiva.

Dopo tre mesi di ripetuti contatti con gli operatori del *call center*, ed avuto rassicurazioni dagli stessi in ordine alla consegna del premio, il consumatore riceve nuovamente dal Professionista, dapprima, per errore, la richiesta dell'originale della prova di acquisto e, successivamente, la richiesta di inviare la copia dell'avviso di ricevimento della raccomandata.

Il consumatore, adempiva anche a quest'ultima richiesta e, a distanza di 10 mesi dall'acquisto (la consegna del premio era prevista entro 180 giorni), riceveva la solita *mail* di conferma della prova di acquisto.

Infine, in data 24 maggio 2014, il consumatore inviava a Samsung una comunicazione di messa in mora ed inoltrava la propria denuncia all'Autorità.

Solo dopo tale messa in mora Samsung ha consegnato il premio in data 30 maggio 2014³⁴.

55. Un consumatore³⁵ lamenta di avere acquistato un prodotto oggetto di promozione e di avere effettuato la registrazione, allegando la foto dello scontrino fiscale, nonché la foto del numero seriale, posto sul retro del prodotto (*smart tv*), e di avere ricevuto la conferma che la registrazione era andata a buon fine.

A distanza di tre mesi dall'acquisto, il denunciante appurava che il Professionista gli avrebbe inviato una *mail* nella quale gli veniva richiesto di produrre nuovamente lo scontrino fiscale, in quanto quello precedentemente fornito non conteneva l'indicazione del modello del prodotto acquistato.

A detta del consumatore, l'intento del Professionista sarebbe quello di richiedere l'ulteriore integrazione della documentazione, quale espediente per sottrarsi alla consegna dei *benefits* connessi all'acquisto del prodotto in promozione.

56. Un altro consumatore lamenta³⁶, per il tramite della Federconsumatori Palermo, i numerosi adempimenti, previsti dalla procedura dell'operazione a premio, da eseguire entro termini molto stretti.

³⁴ Cfr. memoria del Professionista del 1° luglio 2016.

³⁵ Cfr. denuncia del 2 marzo 2016, prot. n. 21388.

³⁶ Cfr. denuncia del 3 novembre 2015, prot. n. 64569.

Al riguardo, lo stesso denunciante rappresenta di avere acquistato, in data 3 agosto 2015, un telefono Samsung Galaxy S6 al prezzo di 942,90 euro a cui era associata la promessa di un rimborso di 150 euro.

Dopo avere effettuato la registrazione, caricato sul sito scontrino fiscale e codice IMEI ed avere ricevuto via *mail* la conferma che l'operazione era andata a buon fine, Samsung richiedeva nuovamente al consumatore di inviare la prova di acquisto perché la stessa non risultava visualizzabile.

Dopo avere proceduto in tal senso, il consumatore riceveva la conferma che la documentazione per la richiesta di rimborso era stata correttamente caricata. Tuttavia, dopo circa un mese, Samsung comunicava che era sorta la necessità di effettuare ulteriori verifiche, prima di eseguire il bonifico sul conto corrente del cliente, e pertanto richiedeva a quest'ultimo di fornire, entro cinque giorni, nuovi documenti (documento di identità, codice fiscale ed etichetta in originale del codice IMEI), mai richiesti prima.

Il denunciante, nel diffidare Samsung ad adempiere alla obbligazione contrattuale, evidenzia l'irritualità della richiesta in originale dell'etichetta IMEI (dato che l'invio postale non garantisce il mittente, in caso di smarrimento di un documento essenziale per l'identificazione del prodotto acquistato), nonché la circostanza di non essere venuto a conoscenza in tempo utile (entro cinque giorni) della *mail* di sollecito della nuova documentazione.

57. Un ulteriore elemento oggetto di denuncia riguarda la richiesta da parte del Professionista di documentazione di cui il consumatore non risulta in possesso. Al riguardo, un consumatore³⁷ segnala che, dopo avere acquistato un prodotto Samsung Galaxy S6, essersi registrato e avere eseguito il caricamento della fattura e del numero seriale del prodotto, Samsung gli avrebbe richiesto di effettuare il caricamento del "documento di trasporto".

Il consumatore lamenta di essere stato incomprensibilmente escluso dalla promozione, ignorando di quale documento si trattasse.

58. Alcuni consumatori lamentano che, dopo avere acquistato un TV Samsung indotti dalla possibilità di ottenere un premio, incluso nel prezzo, consistente in un pacchetto calcio di Mediaset Premium o *Champions League*, non avrebbero ricevuto i codici promozionali per l'attivazione del pacchetto, pur avendo avuto rassicurazioni dagli operatori del *call center* o del servizio clienti Samsung, in ordine alla positiva accettazione della pratica³⁸.

59. Altri consumatori lamentano di avere acquistato il prodotto Samsung oggetto di promozione e di non avere ottenuto a distanza di mesi, dopo numerosi solleciti, i codici necessari per usufruire del premio (6 mesi di Netflix, Chili e Gamefly), sebbene il Professionista avesse confermato il loro diritto a ricevere il premio³⁹.

³⁷ Cfr. denuncia del 12 maggio 2016, prot. n. 35464.

³⁸ Cfr., tra le altre, denunce del 31/05/16 prot. n. 39392 e dell'8 giugno 2016, prot. n. 0040882.

³⁹ Cfr. denuncia del 15/03/2016, prot. n.23858 e denuncia del 19/05/2016, prot. 36800.

60. Risulta in effetti, dagli atti acquisiti in ispezione, che il *Call Center* ha talvolta risposto con ritardo alle richieste dei consumatori, facendo in tal modo decorrere il termine entro il quale era possibile partecipare alla manifestazione a premio, oppure richiedendo l'integrazione della documentazione che i consumatori avevano già fornito o erano impossibilitati a fornire.

E' il caso di un consumatore che non è riuscito ad aderire all'iniziativa promozionale, pur avendo inviato al Professionista il Codice IMEI e la ricevuta di acquisto, in quanto non avrebbe fornito la "*ricevuta di prenotazione*". Dallo scambio di *mail* interne alla società Samsung, acquisite nel corso del procedimento ispettivo, si evince un'incertezza sulla gestione di tale pratica, e in particolare sulla necessità di richiedere tale ulteriore elemento di prova⁴⁰.

61. A conferma dell'esistenza di simili problematiche, si evidenzia quanto dichiarato dal responsabile del servizio clienti (*Customer Experience Manager*)⁴¹ in merito alle valutazioni, già in corso da parte del Professionista, riguardo ad alcune carenze rilevate nel sistema utilizzato per la gestione delle richieste di assistenza e dei reclami provenienti dalla clientela.

In particolare, sulla base di tali dichiarazioni risulta che, fino a poco prima dell'accertamento ispettivo, non esisteva un vero e proprio sistema tale da permettere una classificazione delle segnalazioni ricevute inerenti le promozioni; anche per questo era stato sviluppato un nuovo strumento in corso di adozione, avente la finalità di tracciare ogni chiamata in modo più efficiente rispetto al passato.

62. Un'ulteriore problematica emersa da una *mail* acquisita in ispezione, riguarda la circostanza che, laddove una promozione preveda la possibilità per il consumatore di richiedere un massimo di due rimborsi, molti clienti lamentano di non riuscire a usare due volte lo stesso codice IBAN (anche se il cliente crea due *account* diversi)⁴².

63. Una segnalante⁴³ lamenta che, dopo aver caricato nei termini prescritti, la prova di acquisto, leggibile ed integra, come previsto dal Regolamento, le è stato richiesto di fornire, entro cinque giorni, una dichiarazione del venditore, quale ulteriore prova di acquisto. Circostanza che la consumatrice definisce, "*imposizione indebita di un onere ridondante*", che appare preordinato alla lesione del diritto al premio, considerato che nessun commerciante è tenuto al rilascio - entro cinque giorni- di dichiarazioni di vendita relative a merci regolarmente fatturate.

⁴⁰ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file "*R Preordine Samsung Galaxy S7 - Regalo Gear VR (case 4370)*").

⁴¹ Cfr. la documentazione ispettiva (dichiarazione allegato n. 3 al verbale ispettivo del 12 maggio 2016 presso Samsung).

⁴² Cfr. la documentazione ispettiva (si veda la mail del 6 maggio 2016 "*Promo_HHP Galaxy A - Perfect Moments errore durante la richiesta del secondo rimborso*").

⁴³ Cfr. denuncia del 12/12/16 prot. n. 77883.

64. Inoltre, un altro consumatore⁴⁴ lamenta di essere stato indotto all'acquisto di un prodotto Samsung, sulla base della pubblicità televisiva, ma dopo essersi registrato e aver fornito prova di acquisto e codice IMEI del cellulare, oltre alla dichiarazione di vendita fornita dal rivenditore, attestante che aveva usufruito della promozione – lo stesso si è visto, incomprensibilmente, rifiutare il premio dal Professionista, sulla base di una risposta generica.

65. Infine alcuni segnalanti lamentano che Samsung avrebbe escluso dalla partecipazione alle promozioni tutti i soggetti che avessero acquistato il prodotto promozionato come titolari di Partita IVA, anche se tale limitazione non era prevista nel Regolamento.

In particolare, uno di tali consumatori lamenta che, avendo acquistato un prodotto Samsung con partita IVA, non avrebbe potuto usufruire dell'iniziativa promozionale, nonostante il Regolamento stabilisse soltanto che la promozione era riservata alle persone fisiche. Tale specificazione, secondo il denunciante, non sarebbe tale da escludere dalla promozione un avvocato, ovvero una persona fisica, anche nel caso in cui quest'ultimo effettuasse un acquisto con partita IVA⁴⁵.

Inoltre, in base alla documentazione acquisita agli atti, la limitazione in argomento era effettivamente presente in alcuni Regolamenti delle promozioni del Professionista, ma non in tutti⁴⁶.

⁴⁴ Cfr. denuncia del 21/11/16 prot. n. 73211.

⁴⁵ Cfr. denuncia del 1/02/2016, prot. n. 15417, alla quale è allegato il Regolamento della promozione, in cui si legge:

“Articolo VI. DESTINATARI - PARTECIPANTI

6.1. Tutte le persone fisiche maggiorenni residenti in Italia o nella Repubblica di San Marino che abbiano acquistato durante il Periodo di Svolgimento presso i punti vendita aderenti all'iniziativa che esporranno il materiale promozionale relativo alla presente Operazione (i “Punti Vendita”) o i siti internet specificamente elencati nell'Allegato A della presente Operazione, uno tra i Prodotti Promozionati definiti all'art. VII che segue.

6.2. La partecipazione all'Operazione è gratuita, esclusi i costi di connessione alla rete internet per l'iscrizione all'Operazione e l'invio della copia della prova di acquisto e della foto del codice seriale necessarie ai fini della partecipazione alla presente manifestazione.”

⁴⁶ Cfr. ad esempio la più recente promozione “Con Galaxy S7 ricevi i nuovi Geat IconX” (valida dal 3 al 31 ottobre 2016), nel cui Regolamento si legge:

Articolo VI. DESTINATARI

6.1. Tutte le persone fisiche maggiorenni residenti nel territorio italiano, che, durante il Periodo di Svolgimento acquisteranno, presso i punti vendita che esporranno il materiale promo pubblicitario relativo alla presente Operazione,(i “Punti Vendita”), o presso gli E-Store riportati nell'Allegato A, un Prodotto Promozionato, come di seguito definito all'art. VII che segue.

6.2. La partecipazione all'Operazione è gratuita, esclusi i costi di connessione alla rete internet per registrare il Prodotto Promozionato acquistato e per richiedere i premi su www.samsungpeople.it/S7geariconX nonché per usufruire dei premi.”

III.2.3. L'acquisizione dei dati personali per finalità commerciali

III.2.3.1. La piattaforma Samsung People e la Privacy Policy di Samsung People

66. Il Professionista ha predisposto il c.d. “*Club gratuito*” denominato *Samsung People* a supporto dei possessori di prodotti a marchio Samsung, distribuiti in Italia, che consente agli aderenti di accedere ad alcuni “benefici”, come ad esempio l’assistenza tecnica dedicata o l’accesso preferenziale a promozioni, eventi o altre forme di intrattenimento.

La piattaforma *Samsung People* prevede, tra l’altro, utilità aggiuntive per i clienti registrati che possiedono un prodotto di alta fascia, come la possibilità di accedere ad un servizio di supporto di livello superiore mediante un numero dedicato di chiamata.

Samsung si riserva di garantire tali “benefici” per un periodo di 24 mesi, decorrenti dal giorno in cui il possessore del prodotto effettui l’iscrizione al club *Samsung People*.

Al decorrere dei 24 mesi Samsung si riserva la facoltà di concedere una proroga nell’erogazione dei benefici.

67. Come precedentemente descritto, tutte le manifestazioni promozionali oggetto del presente procedimento richiedevano, fino ad agosto 2016, quale condizione indispensabile per partecipare alle medesime e quindi ricevere il premio/beneficio promesso, l’iscrizione a *Samsung People* con la necessità di fornire il consenso al trattamento dei dati personali, dopo aver letto l’informativa *privacy*.

In caso di mancata prestazione del consenso non era possibile completare l’iscrizione al sito e quindi prendere parte alla promozione.

III.2.3.2. L'utilizzo dei dati personali

68. Sulla base delle informazioni fornite da Samsung⁴⁷ risultano iscritti alla piattaforma *Samsung People* - attiva dal marzo 2015- un numero di consumatori pari a [500.000-1.000.000].

In particolare, nell’anno 2015 il numero dei consumatori nuovi iscritti alla piattaforma è stato pari a [150.000-200.000] e nell’anno 2016 fino al mese di novembre le nuove iscrizioni risultavano pari a [50.000-600.000].

69. Samsung ha dichiarato che i dati personali richiesti al consumatore sarebbero soltanto quelli strettamente necessari per poter consegnare il premio o erogare il beneficio previsto dalla promozione.

Samsung ha precisato inoltre, che non effettua alcuna attività di profilazione del cliente, ma utilizza i dati del consumatore solo al fine di fornire il premio o beneficio previsto dalla promozione.

⁴⁷ Cfr. nota di Samsung dell’8 novembre 2016 di risposta alla richiesta di informazioni formulata in sede di estensione dell’oggetto del procedimento.

70. Tuttavia le finalità perseguite attraverso l'acquisizione dei dati personali dei clienti aderenti alle promozioni, mediante *Samsung People*, si evincono da un documento acquisito nel corso degli accertamenti ispettivi, predisposto, nel marzo 2016, dalla società di consulenza Value Lab Spa, per conto di Samsung, denominato “*Roadmap to an effective CRM*” *Proposed approach for Samsung*”, focalizzato sulle potenzialità di sfruttamento dei dati forniti dalla clientela, attraverso la piattaforma *Samsung People*. La strategia di *marketing* si basa sulla definizione del profilo di appartenenza di ogni individuo sulla base di una segmentazione della popolazione italiana in *cluster* socio, economico, demografici⁴⁸.

71. Anche dalle dichiarazioni del Professionista si evince che “*Samsung People è un programma di CRM gestito dal marketing volto a fidelizzare i clienti con varie iniziative (promozioni in primis)*”.⁴⁹

Inoltre lo stesso documento chiarisce che “*le promozioni prevedono come step per la registrazione ai concorsi a premi la registrazione a Samsung People*”, come confermato da una presentazione⁵⁰ esplicativa della “*procedura per la richiesta del premio*” di cui si riproduce una immagine:

MECCANICA DELLA PROMOZIONE

PROCEDURA PER LA RICHIESTA DEL PREMIO:

- ✓ Acquisto di un Prodotto in Promozione
- ✓ Iscreiversi (oppure accedere se già registrati) a Samsung PEOPLE
- ✓ Confermare la registrazione tramite il link che viene inviato via Email
- ✓ Accedere all'area dedicata alla promozione tramite Banner
- ✓ Registrarsi alla promozione
- ✓ Verificare la ricezione della Email di conferma



72. Infine l'utilizzo dei dati personali raccolti da Samsung attraverso le promozioni e la obbligatoria registrazione a *Samsung People*, si evince anche dalle elaborazioni effettuate su tali dati contenute in un “*Report*” acquisito agli atti⁵¹, in cui vengono rappresentate alcune tabelle riguardanti: “*Numero totale di iscritti per modalità*”, “*Prodotti registrati per famiglia*”, “*nuove*

⁴⁸ Si veda, al riguardo, l'elaborazione del *data base* effettuata da Value Lab su un campione di clienti del Comune di Milano, registrati Samsung con lo scopo di valutare le caratteristiche della popolazione del territorio di riferimento (distribuzione dei registrati Samsung milanesi, rispetto alla popolazione di Milano, distribuzione per categoria di prodotto, *customer intelligence*, *customer Lifecycle*).

⁴⁹ Cfr. la documentazione ispettiva (dichiarazione di cui all'allegato 3 al verbale ispettivo del 12 maggio 2016 presso Samsung).

⁵⁰ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file “*Samsung Prestige diventa PEOPLE*”).

⁵¹ Cfr. la documentazione ispettiva (si veda il file “*Report Samsung People_dic2015*”).

registrazioni e collegamento promo”, “Macro profili partecipazione promo”, “Analytics – canale registrazione”.

73. Analogamente, nel documento denominato “*Privacy policy*” aggiornato alla data del 14 settembre 2016, accessibile attraverso il sito internet del Professionista, viene esplicitata la finalità anche commerciale del trattamento dei dati personali degli utenti: “*Finalità del trattamento - I dati raccolti saranno utilizzati per permetterTi l’eventuale registrazione di un prodotto a marchio Samsung acquistato in Italia, nonché l’accesso ai servizi di assistenza tecnica dedicata relativa ai prodotti registrati e l’accesso alle iniziative promozionali Samsung, senza inserire nuovamente i dati già fornitici all’atto della registrazione. Inoltre, con il Tuo consenso, possiamo inviarti informazioni su nuovi prodotti e/o servizi e/o eventi organizzati da Samsung, promozioni e sconti sui prodotti a marchio Samsung. Infine, con il Tuo ulteriore consenso, potrai ricevere anche comunicazioni di marketing personalizzate sui Tuoi interessi, anche in base alla combinazione di informazioni pubbliche reperite in rete*”⁵².

III.3. Modifiche apportate nel corso del procedimento alle procedure di attribuzione dei premi richiesti

74. Samsung ha rappresentato di avere spontaneamente implementato gli impegni oggetto della propria proposta presentata ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, nell’ottica di: *i)* garantire al cliente l’accesso a tutte le informazioni prima dell’acquisto; *ii)* semplificare i processi di gestione delle manifestazioni a premio; *iii)* monitorare la condotta del personale appartenente alla rete di vendita e *iv)* verificare il grado di soddisfazione del consumatore.

Di seguito si illustrano, nel dettaglio, le misure implementate dal Professionista nel corso del procedimento:

1. rendere più facilmente accessibile la sezione del sito internet www.samsung.it dedicata alle promozioni in corso, contenente tutte le informazioni di dettaglio, il materiale pubblicitario e il Regolamento nella versione integrale. Le informazioni concernenti le promozioni, in ogni caso, saranno accessibili per il consumatore sul sito *web*, (anche mediante l’ausilio di filtri di data, prodotto o archivio) senza necessità di procedere ad alcuna registrazione.

Samsung ha già dato implementazione a questa misura, a far data dal 13 luglio 2016, ed ha fornito a titolo esemplificativo gli *screenshots*, dove sono indicate le singole promozioni e tutte le informazioni di dettaglio sulla promozione stessa e dove è ben visibile la voce “*Richiedi il*

⁵² La precedente versione della *Privacy Policy* di Samsung People, prevedeva quale “*Finalità del trattamento*” dei dati personali: “*I dati raccolti saranno utilizzati al fine di inviare agli utenti registrati informazioni su nuovi prodotti e/o servizi e/o eventi organizzati da Samsung, promozioni e sconti su prodotti a marchio Samsung e comunicazioni di marketing personalizzate sugli interessi degli utenti registrati, anche in base alla combinazione di informazioni pubbliche sull’utente reperite in rete*”.

premio”, cliccando sulla quale si viene reindirizzati al sito “*Samsung People*”;

2. rendere più facilmente accessibile il link al sito “Samsung People”.

Samsung ha implementato questa misura dal 15 agosto 2016.

Il Professionista evidenzia che il sito Samsung People è liberamente accessibile a tutti i consumatori in un momento precedente l’acquisto del prodotto, in modo da avere contezza, in via preventiva, delle modalità di funzionamento della piattaforma digitale attraverso la quale verranno gestite le promozioni.

Inoltre, la registrazione alla piattaforma Samsung People è libera e non è condizione necessaria per potersi registrare alle promozioni e richiedere premi. Il consumatore potrà registrarsi solo se lo desidera e in modo del tutto facoltativo alla piattaforma Samsung People;

3. migliorare il processo di monitoraggio dell’operato degli addetti alla vendita (verificando che questi forniscano ai consumatori tutte le istruzioni, il materiale pubblicitario, e il Regolamento completo della promozione).

In particolare, Samsung ha implementato dal 15 agosto 2016, le misure di cui ai seguenti punti, da *i*) a *iii*), e dall’inizio del mese di settembre 2016 la misura di cui al punto *iv*):

i) inserimento nel proprio portale di formazione on line “*Samsung personal trainer*” dedicato alla formazione dei propri *promoter*, *ambassador* e addetti alla vendita, tutta la documentazione relativa alle singole promozioni (materiale pubblicitario e Regolamento);

ii) l’accesso a “*Samsung personal trainer*” sarà monitorato e Samsung effettuerà costanti verifiche sugli accessi dei propri operatori. Più precisamente, ogni mese, Samsung richiederà l’invio da parte della *software house* che gestisce la piattaforma, di un report relativo al numero di accessi e alle sezioni del sito visitate da parte dei propri operatori;

iii) fornire precise indicazioni ai singoli punti vendita sulle modalità di posizionamento della documentazione informativa relativa alle promozioni (materiale pubblicitario e Regolamenti) che deve essere sempre ben visibile agli utenti e potrà in essere un’attività di verifica dell’avvenuto posizionamento presso i punti vendita del materiale informativo. In particolare, Samsung richiederà, agli addetti alle vendite, di caricare le fotografie che provino l’avvenuta esposizione del materiale informativo, nella piattaforma interna denominata MCS;

iv) verifica dell’effettiva conoscenza, da parte dei *promoters* e addetti alla vendita, del contenuto dei Regolamenti, attraverso società che svolgono indagini di mercato, le quali effettueranno un servizio c.d. “*mystery shopping*”, mediante l’azione di un c.d. “*mystery client*”, il quale fornirà a Samsung un resoconto dettagliato dell’interazione avvenuta, compilando un apposito questionario, predisposto dalla

- società di servizi, coerentemente con gli obiettivi indicati da Samsung. Tale monitoraggio sarà effettuato con cadenza mensile;
4. semplificare il processo di adesione alle promozioni, al fine di rendere più agevole la partecipazione alle stesse. Samsung ha implementato tale misura dal 15 agosto 2016.
In particolare, Samsung intende prevedere un'unica schermata di accesso per la registrazione alla promozione e a Samsung People (quest'ultima non sarà obbligatoria per aderire alle promozioni), al fine di ridurre gli aggravii procedurali per il consumatore;
 5. migliorare e rendere più efficiente il processo di registrazione sulla piattaforma "Samsung People". Tale misura è stata implementata dal 15 agosto 2016, al fine di facilitare la procedura di registrazione (non obbligatoria), riducendo il numero delle informazioni da inserire e differenziando la procedura a seconda delle diverse tipologie di promozioni. Tale misura è stata ulteriormente integrata, estendendo il termine per l'integrazione della documentazione da 5 a 10 giorni;
 6. rendere meno complesse le procedure di richiesta premio/rimborso. Tale misura è stata implementata dal 15 agosto 2016. Samsung ha agito sulle tempistiche di consegna dei premi che, grazie ad operazioni di efficientamento nei rapporti tra Samsung e le società alle quali affida i servizi di logistica, sono significativamente ridotti. Con riferimento alle operazioni di *cash back*, inoltre sono state modificate le modalità di pagamento, che vengono ora effettuati con maggiore frequenza.
Anche tale impegno è stato integrato da Samsung, nel senso di prevedere l'invio al consumatore di costanti aggiornamenti via *e-mail* e sms circa lo stato della promozione;
 7. predisporre un processo, anche con le società terze che si occupano delle promozioni, al fine di gestire in modo omogeneo e stabilito ex ante le promozioni appartenenti alle diverse categorie (telefonia, audiovideo, *home appliance*), sia intervenendo tecnicamente sulla piattaforma mediante la quale vengono gestite le promozioni, sia intervenendo con i propri fornitori, prevedendo un sistema di penalità ove questi non rispettino nei servizi forniti gli standard ritenuti essenziali da Samsung;
 8. monitorare con maggiore efficienza le lamentele dei consumatori, al fine di intervenire con maggiore tempestività per risolvere le criticità segnalate e apportare correttivi al processo di gestione. Tale misura è stata implementata dal 15 luglio 2016. Presso il *Call Center* Samsung è infatti attivo un servizio, per tutti coloro che si iscrivono a *Samsung People*, che permette la classificazione delle chiamate in entrata relative alle promozioni. Le chiamate sono suddivise in c.d. standard (es. richiesta di informazioni) e chiamate c.d. critiche (es. di lamentele), secondo un preciso schema (allegato alla proposta di impegni);
 9. verificare il grado di soddisfazione del cliente con iniziative successive alla consegna del premio (es. *happy call*), a partire dal mese di settembre 2016. Le interviste vengono realizzate da una rete esperta di

intervistatori, secondo il metodo CAT, realizzate con estrazione casuale dei partecipanti su un campione distribuito in modo capillare su tutto il territorio italiano. Mensilmente vengono predisposte tavole statistiche con un'analisi completa dei risultati ottenuti.

III.4. Le argomentazioni difensive del Professionista

75. Il Professionista, che si dichiara cosciente del proprio ruolo di *leader* di mercato “*dal momento che nessuno dei suoi competitor offre ai consumatori un tale numero di offerte così convenienti*”, ha preliminarmente affermato di non aver potuto difendersi in modo completo e puntuale dal momento che l’Autorità, anziché contestare in modo preciso e dettagliato talune condotte, avrebbe avanzato contestazioni del tutto generiche⁵³, senza fornire prova del fatto che Samsung avrebbe, in particolare, svolto attività di profilazione dei propri clienti.

76. Il Professionista ha affermato dunque di essersi difeso sulla base di argomenti di carattere generale, al fine di dimostrare di aver sempre agito con diligenza nella gestione delle proprie iniziative promozionali, non avendo “*mai saputo, a monte, cosa gli fosse contestato*”.

Samsung ha sostenuto, inoltre, di avere implementato, già prima del procedimento, attività migliorative del proprio processo di gestione delle promozioni ed ha sottolineato che, una volta avuta contezza delle problematiche segnalate dai consumatori all’Autorità, pur non ritenendo di aver violato la normativa a tutela del consumatore, sarebbe intervenuto per perfezionare il proprio processo con le misure delineate nella proposta di impegni, tutte spontaneamente implementate in un’ottica di tutela del consumatore.

77. In particolare, Samsung ha sostenuto di essersi sempre attenuta in modo diligente al rispetto della normativa vigente, di avere predisposto i Regolamenti delle promozioni in modo da fornire tutte le informazioni prescritte dalla normativa e di averli, ove richiesto dalla legge⁵⁴, depositati presso il Ministero dello Sviluppo Economico.

I Regolamenti delle promozioni sarebbero sempre stati disponibili e liberamente consultabili dai consumatori presso i punti vendita aderenti alle iniziative promozionali e sul sito web di Samsung, la quale avrebbe realizzato le comunicazioni pubblicitarie in modo tale da fornire al consumatore, prima dell’acquisto, tutte le informazioni necessarie per poter adottare in assoluta libertà la propria decisione di acquisto e per valutare autonomamente l’opportunità di aderire alle iniziative promozionali.

⁵³ Secondo Samsung “*l’AGCM ha ritenuto di procedere nella propria attività di indagine mediante esemplificazioni del tutto generiche che non trovano puntuale riscontro né nella documentazione agli atti, né nel contenuto delle segnalazioni dei consumatori e Samsung, nella sostanza, non ha nemmeno potuto difendersi al meglio*”.

⁵⁴ La normativa prevede il deposito in argomento nel caso della organizzazione di concorsi a premio.

78. Samsung ha sostenuto anche di essersi attivata per realizzare un'efficiente gestione dei reclami dei consumatori ed ha affermato, inoltre, che la documentazione richiesta al consumatore per poter partecipare alle promozioni sarebbe motivata da esigenze organizzative e di controllo⁵⁵ nell'ambito di un processo standardizzato che, anziché ostacolare il consumatore nell'ottenimento del premio, lo agevolerebbe rendendo efficiente la gestione delle iniziative promozionali. A detta di Samsung, nessuna negligenza o inefficienza potrebbe esserle contestata ove siano i consumatori a mostrarsi inadempienti rispetto alla procedura predisposta.

79. Samsung ha fornito una analisi in base alla quale i segnalanti *“nella maggior parte dei casi, hanno ottenuto quanto dovuto ed, in caso contrario sono stati essi stessi la cagione della mancata riscossione del premio o del rimborso, non avendo provveduto nei tempi e nelle forme richieste all'integrazione della documentazione”*.

Il Professionista ha rilevato, inoltre, che nessun segnalante avrebbe contestato, in sé, la tipologia di comunicazione pubblicitaria e soltanto un numero esiguo di consumatori avrebbe lamentato l'esistenza di alcune limitazioni (mancata indicazione dei punti vendita aderenti alle promozioni e impossibilità di richiedere il rimborso se l'acquisto è effettuato mediante partita iva), le quali sarebbero state, invece, menzionate nei *footer* o nei Regolamenti.

80. Riguardo alle modalità di realizzazione delle proprie comunicazioni pubblicitarie, Samsung ha commissionato due indagini demoscopiche volte a verificare: *i)* le modalità di comunicazione adottate da altri operatori (*competitor* e no) che svolgono sul mercato iniziative promozionali; *ii)* la percezione del consumatore medio circa la chiarezza dei propri messaggi pubblicitari.

Secondo la prima indagine, la condotta di Samsung sarebbe in linea con la prassi di mercato, in base alla quale nei messaggi pubblicitari gli operatori si limitano a riferire succinte informazioni, rinviando per i dettagli ai Regolamenti, reperibili sui siti web delle aziende promotrici delle iniziative promozionali.

Secondo l'altra indagine⁵⁶, i consumatori avrebbero manifestato una preferenza per la tipologia di messaggio diffusa da Samsung, piuttosto che

⁵⁵ Il Professionista ha sottolineato che la necessità di effettuare verifiche approfondite e scrupolose della documentazione fornita dal consumatore troverebbe giustificazione nel fatto che non sarebbero rari i tentativi di truffa perpetrati ai danni della società (ad es. mediante prove di acquisto contraffatte o produzione di documentazione redatta in modo non chiaro, al fine di ottenere il premio più di una volta).

⁵⁶ Si riportano i quesiti posti ai consumatori partecipanti alla indagine demoscopica:

1. *“Ti mostreremo ora due pagine di volantino in cui viene illustrata un'offerta promozionale. Le due pagine differiscono solo per la spiegazione posta sotto l'immagine del prodotto. Ti chiediamo di guardare l'offerta per pochi secondi, come se stessi sfogliando il volantino. Seleziona quale tra le due versioni del volantino: i) è più chiaro da comprendere; ii) è più completo per le informazioni riportate; iii) è più facile e immediato da capire; iv) è più efficace nel far capire le modalità di adesione all'operazione”*;

2. *“Di seguito sono elencate una serie di affermazioni che potrebbero essere usate per descrivere i volantini che ha appena visto. Per ciascuna frase, per favore indichi per quale delle due versioni è più adatta: i) mi è piaciuto guardarlo; ii) è interessante da leggere; iii) mi sono stancata/o di leggere tutte le informazioni riportate; iv) è fastidioso per tutte le informazioni che contiene”*;

un tipo di messaggio strutturato diversamente, il che secondo il Professionista confermerebbe che il consumatore medio non percepisce la pubblicità di Samsung come inadeguata.

81. Il Professionista ha respinto, infine, ogni addebito in relazione alla contestazione riguardante la carenza informativa e il presunto sfruttamento, anche per finalità di *marketing*, dei dati personali dei consumatori nell'ambito delle manifestazioni a premio.

Secondo Samsung, *“l'iscrizione alla piattaforma Samsung People non ha mai comportato, in assenza di un esplicito consenso da parte del consumatore, un utilizzo dei dati forniti dal consumatore per finalità di marketing, né in passato quando il passaggio da Samsung People era obbligatorio, né ora che l'iscrizione a Samsung non è più obbligatoria”*.

Samsung ha affermato di aver reso ai consumatori una corretta informativa circa la necessità di fornire i propri dati personali nel dettaglio dei Regolamenti, e che i dati richiesti sarebbero solo quelli strettamente necessari per poter adempiere alle obbligazioni assunte nell'iniziativa promozionale.

Inoltre, a detta del Professionista, la condotta contestata sarebbe suscettibile nella generica contestazione riguardante le presunte carenze informative sulla natura e sui dettagli delle promozioni, e dunque non autonoma; inoltre non sarebbe suffragata da evidenze probatorie e risulterebbe ampiamente superata dalle misure spontaneamente poste in essere da Samsung nel corso del procedimento, attraverso l'eliminazione dell'obbligatorietà dell'iscrizione a Samsung People.

82. In conclusione, Samsung sostiene di avere operato con la massima diligenza e correttezza professionale ed ha respinto ogni addebito in termini di ingannevolezza e di aggressività, in quanto i prodotti oggetto di promozione sarebbero sempre stati nella disponibilità di Samsung con precise allocazioni di *budget* e sarebbero sempre stati destinati al consumatore che avesse avuto le caratteristiche per riceverli secondo quanto previsto nei Regolamenti delle promozioni; il Professionista sostiene altresì che nessun consumatore ha lamentato di essere stato costretto, con subdole forme di pressione psicologica o indebito condizionamento, ad acquistare i prodotti promozionati.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

83. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa e attraverso vari mezzi di telecomunicazione, in data 23 dicembre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

3. *“In definitiva, qual è la versione che ti piace di più?”*

84. Con parere pervenuto in data 23 gennaio 2017, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere limitatamente all'attitudine della rete Internet a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza di una pratica commerciale.

L'Autorità osserva, al riguardo, che Internet è una rete di comunicazione globale che riesce ad essere a misura del consumatore, che sempre più frequentemente utilizza i siti *web* per una scelta migliore e più confacente alle proprie necessità e quindi che Internet è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a influenzarne il comportamento.

85. L'Autorità sottolinea che Internet è divenuto il terzo mezzo di comunicazione di massa per penetrazione (dopo televisione e radio) e rileva che, sulla base dell'Indagine conoscitiva, effettuata dalla stessa Autorità, sul settore dei servizi Internet e sulla pubblicità *on line*, di cui all'Allegato A della delibera n. 19/14/CONS, *“Internet consente una sempre più accurata profilazione dell'utenza, dalla quale dipende la possibilità di raggiungere target specifici di consumatori, indirizzando loro messaggi mirati, con crescenti livelli di personalizzazione”* e che *“quando gli utenti utilizzano internet cedono delle informazioni affinché il proprio profilo (di consumatore) possa essere utilizzato dagli operatori per offrire loro servizi personalizzati”*

86. L'Autorità ritiene che, con riferimento al caso di specie, la mancata diffusione di adeguate informazioni attraverso l'utilizzo del sito Internet, nel corso della promozione di manifestazioni a premio, sia idonea a indurre il consumatore medio ad assumere delle decisioni di carattere commerciale che altrimenti non avrebbe mai preso e pertanto sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

La rete Internet risulta pertanto uno strumento idoneo a influenzare in modo significativo la realizzazione della pratica commerciale oggetto del parere richiesto.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

V.1. Premessa

87. Il presente procedimento ha ad oggetto le numerose manifestazioni promozionali effettuate dal Professionista per la vendita di propri prodotti, nelle quali si promette un bene/premio o un rimborso di rilevante importo, in caso di acquisto del bene principale oggetto di promozione.

88. Preliminarmente si osserva che le contestazioni formulate in sede di avvio e di estensione dell'oggetto del procedimento, e ribadite nella comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria, sono sempre state riferite in maniera *“generale”* all'insieme delle promozioni del Professionista, per tutte le quali valgono, con le marginali peculiarità del

caso di specie, le medesime criticità oggetto di valutazione nel presente provvedimento.

Non si è trattato quindi - come sostiene il Professionista nelle proprie memorie - di contestazioni generiche, che avrebbero ostacolato o impedito l'esercizio del diritto di difesa, ma di contestazioni relative alle modalità di comportamento generalmente adottate, e continuamente ripetute dal Professionista nella sua attività promozionale, tutte caratterizzate da profili che sono stati puntualmente descritti e qualificati in atti e sui quali il Professionista si è ampiamente difeso⁵⁷, in ordine ai quali ha presentato appositi impegni ed ha implementato misure di modifica del proprio comportamento.

89. Ciò premesso, il presente procedimento riguarda le seguenti pratiche commerciali scorrette realizzate nell'ambito delle numerose manifestazioni promozionali effettuate dal Professionista caratterizzate dalla promessa della attribuzione di ulteriori prodotti e/o rimborsi sul prezzo, consistenti:

- A) nella diffusione di messaggi pubblicitari che presentano una carenza informativa in ordine alle indicazioni sulla natura, sulle condizioni, limitazioni e modalità da seguire per ottenere il premio/vantaggio promesso, nonché nella predisposizione di complesse procedure, tali da comportare ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori nella richiesta e nell'ottenimento del medesimo premio/vantaggio;
- B) nell'acquisizione del consenso all'utilizzo dei dati personali dei consumatori per poter avanzare nella procedura volta alla richiesta dei suddetti premi/vantaggi per finalità di *marketing*.

V.2. La pratica sub A)

90. In generale, si ritiene che la legittima scelta di promuovere i propri prodotti in abbinamento ad un'operazione a premi deve, in ogni caso, essere assistita da un'estrema chiarezza nella prospettazione delle limitazioni previste, delle procedure, dei requisiti di partecipazione, nonché delle caratteristiche dei premi. Fin dal primo contatto devono essere chiaramente indicate, in altre parole, tutte le informazioni importanti che, secondo buon senso e correttezza, possono influenzare il consumatore nella propria scelta economica.

91. Inoltre, grava sui professionisti che decidono di ricorrere a tali tecniche di *marketing* l'obbligo, dal punto di vista strettamente gestionale, di dotarsi di procedure e strutture tecniche idonee a garantire l'effettiva fruizione/fornitura dei premi promessi al pubblico.

⁵⁷ Cfr. memoria conclusiva del Professionista.

V.2.1. L'ingannevolezza delle informazioni fornite sulle promozioni

92. Le modalità attraverso le quali Samsung effettua le operazioni promozionali dei propri prodotti appaiono tali da falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore, in quanto risultano gravi carenze informative sulla natura delle manifestazioni a premio, sulle condizioni di partecipazione, sui termini e i limiti ivi previsti.

93. Come si può evincere dall'esame degli esempi di messaggi sopra riprodotti, le campagne pubblicitarie sono strutturate in maniera tale da indurre il consumatore a scegliere il prodotto Samsung, rispetto ad altri aventi analoghe caratteristiche, proprio in considerazione dell'ingente valore economico sotteso al premio o al rimborso promesso, sul falso presupposto che sia possibile ottenere "immediatamente" e "facilmente" tale vantaggio, come emerge dall'utilizzo costante di termini come regalo, rimborso, premio.

94. I messaggi diffusi per la promozione delle offerte commerciali in argomento, infatti, mettono in risalto esclusivamente i vantaggi offerti, relegando in posizione decentrata e a caratteri incomparabilmente più piccoli - in altri casi omettendo - elementi informativi importanti, quali la precisazione della natura della promozione e l'invito a consultare il Regolamento, nel quale sono riportate tutte le informazioni, incluse quelle di dettaglio, essenziali ai fini della partecipazione alle manifestazioni a premio.

95. Infatti, si osserva che nei messaggi pubblicitari non viene chiaramente esplicitata la natura della manifestazione promozionale, e in particolare che questa consiste in un'operazione o in un concorso a premi, in quanto negli *slogan* posti in rilievo nei messaggi pubblicitari si evoca sempre la possibilità di ottenere un "rimborso" o un "regalo", senza che sia adeguatamente e parimenti chiarito che l'ottenimento di tale beneficio economico non è immediatamente ricollegato e conseguente all'acquisto del bene principale ma solo alla partecipazione ad un'operazione promozionale.

96. Inoltre, la mancanza nelle promozioni del professionista, come ampiamente emerge dagli elementi descritti, di un chiaro ed evidente richiamo all'esistenza di importanti limitazioni ai fini della partecipazione alla promozione (quali sono la limitazione relativa ai punti vendita aderenti all'iniziativa - peraltro non individuati e non facilmente individuabili - o la esclusione dei soggetti acquirenti con partita IVA ovvero agli acquisti *on line* o al divieto di cumulo delle promozioni, finanche in alcuni casi la durata esatta della promozione), comporta che il consumatore non venga messo in condizione di conoscere tutte le condizioni dell'offerta prima di effettuare l'acquisto; ciò risulta ad esempio nel caso di acquisto del prodotto da un venditore non aderente alla promozione, presso il quale peraltro il consumatore non troverebbe, neppure, il Regolamento. Si tratta di aspetti e limitazioni che caratterizzano e connotano, in modo ogni volta diverso, ciascuna delle promozioni del professionista, circoscrivendo sostanzialmente

la possibilità di ottenere il beneficio economico promesso e di cui i consumatori devono essere chiaramente ed adeguatamente informati,

97. E ciò sia quando il mezzo pubblicitario utilizzato non presenta specifiche limitazioni di spazio, come nelle *brochure* o nei manifesti, in cui importanti aspetti della promozione sono relegati in fondo pagina con caratteri non visibili e quindi assolutamente non adeguati alla rilevanza della limitazione; sia quando, come nei messaggi radio o negli *screen shot*, non emerge neppure alcun riferimento alla particolare natura della promozione. In tutti i casi infatti manca l'avvertenza, con adeguata e comparabile enfasi, sulla necessità di consultare il regolamento e prendere nota delle limitazioni, che ove evidenziata avrebbe comunque reso noto ai consumatori la specifica natura della promozione e la necessità di acquisire ulteriori informazioni prima di orientarsi all'acquisto.

98. Il consumatore medio è infatti indotto in errore, in quanto non dispone, preventivamente all'atto di acquisto, di tutti gli elementi informativi necessari alla comprensione del fatto che l'ottenimento del premio o del rimborso/sconto promesso non è immediatamente collegato all'acquisto del prodotto, come indicato nelle pubblicità, ma può essere ottenuto solo rispettando tutte le limitazioni e condizioni specificamente previste e comunque soltanto in un secondo momento, seguendo la procedura prevista per l'operazione a premio.

Infatti, lungi dall'ottenere un premio/rimborso/regalo "immediato", occorre effettuare, come sopra estesamente esposto, una serie di adempimenti, sicuramente gravosi, come lamentato in alcune delle denunce richiamate, entro termini stringenti, di cui il consumatore viene puntualmente a conoscenza solo dopo avere acquistato il prodotto e dopo aver letto i termini e le condizioni integrali del Regolamento della manifestazione a premio.

99. Tale situazione non può essere giustificata, come pretende di argomentare Samsung, con l'affermazione che la propria condotta sarebbe in linea con la prassi di mercato descritta in base ad una indagine, commissionata dallo stesso Professionista, sulle modalità di comunicazione adottate da altri operatori che svolgono sul mercato iniziative promozionali.

Va, infatti, svolta in concreto l'analisi delle modalità di indicazione delle informazioni rilevanti ai fini della scelta economica del consumatore, la quale, nel caso di specie, dimostra un profondo iato fra le informazioni fornite nei messaggi pubblicitari, tutti incentrati sui soli vantaggi offerti, e la necessità di rispettare le limitazioni e tutte le stringenti regole predisposte dal Professionista, della cui portata il consumatore non è adeguatamente, in alcuni casi neppure minimamente, avvertito negli stessi messaggi.

100. Tale carenza informativa non può invece essere sanata, come vorrebbe il Professionista, dalla possibilità di accedere ai Regolamenti delle operazioni promozionali presso i punti vendita aderenti alle promozioni e/o presso il proprio sito internet.

101. A questo riguardo basti osservare che solo nel corso del procedimento, dal mese di luglio 2016, Samsung ha modificato e strutturato il proprio sito

in modo da rendere effettivamente disponibile al consumatore, con una relativa facilità di accesso, il materiale relativo a ciascuna distinta operazione promozionale.

In particolare, come sopra esposto, Samsung si è impegnata a rendere più facilmente accessibile ai consumatori la sezione del sito *www.samsung.it* dedicata alle promozioni in corso: *“Nella sezione del sito dedicata alle promozioni saranno visualizzabili il Regolamento delle singole promozioni e tutte le altre informazioni utili. Le informazioni concernenti le promozioni, in ogni caso, saranno accessibili per il consumatore sul sito web senza necessità di procedere ad alcuna procedura di registrazione”*⁵⁸.

102. Risulta, altresì, del tutto inconferente, riguardo alla valutazione della scorrettezza della pratica in esame, l'indagine demoscopica prodotta dal Professionista sulla *“percezione del consumatore medio circa la chiarezza dei propri messaggi pubblicitari”* che, secondo l'interpretazione di Samsung, confermerebbe come il consumatore medio non percepisca la pubblicità di Samsung come inadeguata. Infatti, anche a prescindere da una valutazione della validità metodologica della indagine prodotta, i suoi risultati si limitano al livello di gradimento per una o per un'altra formulazione del messaggio pubblicitario espresso da consumatori, ai quali non è stato fornito come elemento di valutazione dei messaggi il contenuto integrale delle condizioni delle promozioni⁵⁹, per cui l'indagine e i suoi risultati prescindono dall'adeguatezza del messaggio a rappresentare il complesso delle condizioni (vantaggi e oneri) rilevanti per la valutazione economica del consumatore, unico criterio utile a determinare l'effettiva correttezza dell'informazione fornita o invece la sua idoneità a falsare la scelta del consumatore.

103. In conclusione, la condotta sopra descritta configura una pratica commerciale ingannevole, ai sensi degli artt. 20 e 21, lett. b), del Codice del Consumo.

V.2.2. L'aggressività delle modalità per l'ottenimento dei premi promessi

104. A fronte dell'impatto comunicativo dei messaggi pubblicitari, in cui sommariamente sono indicati i termini e le condizioni di partecipazione, i Regolamenti delle operazioni promozionali, per contro, disciplinano in

⁵⁸ Cfr. nota Samsung del 1/08/2016, prot. n. 51838.

⁵⁹ Si ricorda che i quesiti posti ai consumatori partecipanti alla indagine demoscopica sono i seguenti:

1. *“Ti mostreremo ora due pagine di volantino in cui viene illustrata un'offerta promozionale. Le due pagine differiscono solo per la spiegazione posta sotto l'immagine del prodotto. Ti chiediamo di guardare l'offerta per pochi secondi, come se stessi sfogliando il volantino. Seleziona quale tra le due versioni del volantino: i) è più chiaro da comprendere; ii) è più completo per le informazioni riportate; iii) è più facile e immediato da capire; iv) è più efficace nel far capire le modalità di adesione all'operazione”;*

2. *“Di seguito sono elencate una serie di affermazioni che potrebbero essere usate per descrivere i volantini che ha appena visto. Per ciascuna frase, per favore indichi per quale delle due versioni è più adatta: i) mi è piaciuto guardarlo; ii) è interessante da leggere; iii) mi sono stancata/o di leggere tutte le informazioni riportate; iv) è fastidioso per tutte le informazioni che contiene”;*

3. *“In definitiva, qual è la versione che ti piace di più?”*

maniera puntuale i termini di partecipazione, conformemente a quanto prescritto dalla normativa.

Al riguardo si osserva tuttavia che, come denunciato dai consumatori, le modalità di partecipazione alle manifestazioni a premio risultano particolarmente gravose, in quanto il consumatore deve superare, entro un breve termine, una serie di *step*, talvolta ripetitivi, di cui non si comprende l'utilità, al fine di effettuare la richiesta del premio.

105. Si richiamano le numerose informazioni che obbligatoriamente doveva fornire chi partecipava alla promozione, dai dati personali alla produzione di copie della prova di acquisto e/o di foto, o dichiarazioni del venditore entro termini stringenti e perentori, gli ulteriori e specifici *step* procedurali che contribuiscono ad una complessa procedura che, in caso di non corretto adempimento determina l'annullamento della richiesta del premio, come ad esempio nel caso in cui lo stesso risulti irreperibile al telefono dopo un limitato numero di chiamate.

In particolare, molti degli adempimenti richiesti e comunque certamente la tempistica individuata appaiono non congruenti e proporzionali con la necessaria verifica dell'identità del consumatore e la veridicità dell'acquisto che da titolo per partecipare all'operazione a premio.

106. Va infatti sottolineato che, come sopra precisato, il consumatore anche dopo avere assolto agli adempimenti richiestigli, talvolta non riusciva ad ottenere il premio in ragione di limitazioni ed esclusioni (acquisto con Partita IVA, concorrenza di altre iniziative promozionali, punto vendita non aderente) di cui veniva a conoscenza al momento del rifiuto, da parte del Professionista, di dare corso della propria richiesta.

107. Inoltre, in alcuni casi, come è emerso dalle richiamate segnalazioni, Samsung ha considerato insufficiente anche il pedissequo rispetto dei termini del Regolamento da parte dei consumatori, ai quali ha reiteratamente richiesto la produzione di ulteriore documentazione (dichiarazioni del venditore, scontrini ed etichette IMEI da produrre in originale), inducendoli a desistere dal portare a termine la procedura.

108. Va considerato, al riguardo, che il consumatore avrebbe diritto ad ottenere il premio per il solo fatto di avere acquistato il prodotto oggetto di promozione e che il Professionista dovrebbe unicamente limitarsi a verificare la sussistenza dei requisiti di conformità della prova di acquisto, senza frapporre ulteriori ostacoli al conseguimento del premio sotto forma di termini di decadenza, di richiesta di prove o dichiarazioni ridondanti o di impedimenti "tecnici" alle modifiche e/o integrazioni da parte del cliente.

109. Al contrario, nel corso del procedimento è emerso che al consumatore viene richiesto di effettuare una serie di operazioni, di cui lo stesso non è avveduto al momento dell'acquisto, senza considerare il fatto che, in assenza di una connessione a internet (o di strumenti adeguati, quali *smartphone* o *personal computer*) e/o di un livello di alfabetizzazione informatica sufficiente, il cliente potrebbe non essere in grado di adempiere a tutti i passaggi previsti dai Regolamenti.

110. Talune denunce dei consumatori che hanno lamentato il mancato ottenimento del premio confermano, dunque, non tanto l'indisponibilità del bene promesso, quanto le difficoltà ad assolvere correttamente, nei termini previsti, tutti i passaggi obbligati di cui alle procedure predisposte da Samsung.

Si evidenzia al riguardo che, di norma, il consumatore è indotto a rinunciare alla richiesta del premio, subito dopo avere effettuato il primo -semplice-*step* della procedura, che consiste nell'effettuare la registrazione *on line* al sito *Samsung People* che, si ricorda, è la condizione necessaria per acquisire tutte le informazioni (materiale pubblicitario e Regolamento) della manifestazione a premio, ovvero dopo avere letto integralmente le condizioni di partecipazione.

In molti altri casi, invece, è il professionista che procede all'annullamento della richiesta proprio per il mancato rispetto della procedura.

111. A questo proposito, assume anche rilevanza il modo in cui il professionista ha gestito le segnalazioni dei consumatori e specificamente le ammesse carenze nella gestione delle stesse, non avendo predisposto un adeguato servizio di assistenza in grado di aiutare i consumatori a risolvere tali problemi.

112. In base alla documentazione agli atti, Samsung non ha adottato il normale grado di attenzione che i consumatori devono potersi attendere da uno dei principali operatori del settore secondo i principi generali di correttezza e buona fede, riguardo agli oneri operativi ed informativi imposti a chi voglia richiedere il premio promesso.

Le complesse modalità e le limitazioni previste da Samsung attraverso le quali il cliente deve districarsi per poter prima richiedere e poi ottenere il premio/beneficio promesso appaiono quindi idonee ad ostacolare e finanche impedire il pieno ed effettivo ottenimento della prestazione promessa. In tal modo, il professionista ha quindi indebitamente condizionato i consumatori limitando considerevolmente la loro libertà di scelta in modo tale da comportare la frapposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali.

In tal senso, pertanto, la condotta sopra descritta configura anche una pratica commerciale aggressiva, ai sensi degli artt. 20, 24 e 25, lett. *d*), del Codice del Consumo.

V.3. La pratica sub B)

V.3.1. L'acquisizione dei dati personali

113. Dalle informazioni acquisite risulta che il Professionista ha proceduto, nel corso dell'ultimo biennio, ad una raccolta di dati dei propri clienti assai ampia, riguardante un elevatissimo numero di consumatori.

L'acquisizione di tali dati personali è avvenuta, in via principale, secondo una specifica modalità inserita nella procedura delle operazioni a premi che prevedeva, fino al 15 agosto 2016, l'obbligatoria adesione, previa

registrazione, alla piattaforma *Samsung People*, al fine di richiedere il premio collegato alla promozione.

In particolare, sulla base delle informazioni fornite da Samsung, risulta che da quando è stato introdotto il programma *Samsung People*, ovvero dal mese di marzo 2015 al mese di novembre 2016, oltre [500.000-1.000.000] consumatori risultano iscritti alla piattaforma *Samsung People*.

Al riguardo, si sottolinea il significativo incremento del numero dei clienti che si sono registrati nel biennio considerato. In particolare, il numero dei consumatori che si sono iscritti alla piattaforma *Samsung People*, risulta, nell'anno 2016, più che raddoppiato ([omissis]) rispetto al numero dei consumatori che si sono iscritti da marzo a dicembre 2015 ([omissis]).

114. La registrazione a tale piattaforma da parte del consumatore era, come dianzi indicato, condizione necessaria per poter partecipare alle operazioni a premio e quindi ottenere i vantaggi promessi.

Come sopra esposto, infatti, il primo *step* della procedura prevista da Samsung, affinché il consumatore potesse procedere alla richiesta del premio, consisteva nell'effettuare, obbligatoriamente, la registrazione *on line* alla piattaforma digitale *Samsung People* e nel prestare il consenso al trattamento dei propri dati personali.

115. La prassi adottata da Samsung è stata modificata solo nel corso del presente procedimento, nel senso che Samsung ha eliminato l'obbligo della registrazione a tale piattaforma, per poter procedere alla richiesta del premio, palesando, nella pagina nella quale viene richiesto al consumatore di inserire i propri dati, che la registrazione a *Samsung People* è del tutto facoltativa.

V.3.2. La finalità di marketing

116. A detta del Professionista le informazioni fornite dai consumatori, al momento delle registrazione, sarebbero unicamente quelle strettamente necessarie alla consegna del premio.

117. Prima della implementazione delle misure sopra esposte, volte a semplificare il processo di partecipazione alle manifestazioni a premio, Samsung richiedeva al consumatore di fornire, nel corso del processo di registrazione, una serie di dati personali che, lungi dal risultare strettamente necessari ai fini della consegna del premio richiesto, risultavano ultranei e indipendenti dalla specifica tipologia di promozione⁶⁰.

Solo a seguito della implementazione delle misure proposte dalla Parte, il numero delle informazioni richieste ai consumatori è stato ridotto e la tipologia delle stesse informazioni è stata differenziata a seconda della specifica promozione.

118. L'acquisizione di un'ampia mole di dati personali degli utenti, che si sono registrati a *Samsung People*, non risulta in alcun modo funzionale alla consegna dei premi attesi dagli stessi partecipanti alle iniziative

⁶⁰ Cfr. *presentazione* allegata al verbale di audizione del Professionista del 27 settembre 2016.

promozionali, bensì strumentale ad arricchire la base dati dei clienti del Professionista,–nell’ottica di perseguire una strategia di *marketing*, avente un’evidente finalità commerciale, fino a profilare e fidelizzare i consumatori.

119. Infatti, i dati acquisiti attraverso la piattaforma Samsung People, in base a quanto previsto dallo stesso “Regolamento di accesso al Club Samsung People”, sono utilizzabili dal Professionista, tra l’altro, anche al fine di inviare comunicazioni promozionali personalizzate ai soci Samsung People. La stessa permanenza al Club Samsung People, prevista dall’apposito regolamento, pari a un periodo di 24 mesi, con facoltà di Samsung di prorogare tale periodo, dimostra che i dati forniti dai consumatori non erano finalizzati unicamente alla consegna dei premi.

120. La finalità di *marketing* insita nella raccolta dei dati risulta altresì palesata, come sopra esposto, anche nell’ambito della *Privacy Policy* di Samsung People adottata dal Professionista, laddove è espressamente prevista la possibilità di inviare agli utenti informazioni su nuovi prodotti e/o servizi, e/o eventi organizzati da Samsung, e promozioni e sconti sui prodotti a marchio Samsung.

121. Come sopra richiamato, risulta dalle stesse dichiarazioni del Professionista⁶¹ che *Samsung People* è un programma volto a fidelizzare i clienti con varie iniziative (promozioni *in primis*).

Come evidenziato, l’interesse del Professionista all’utilizzo per finalità di *marketing* dei dati personali raccolti attraverso le promozioni e la obbligatoria registrazione a Samsung People si evince, peraltro, anche dalle elaborazioni effettuate su tali dati⁶².

122. Peraltro, l’interesse del Professionista ad un potenziale sfruttamento, per finalità di *marketing*, dei dati acquisiti attraverso la piattaforma Samsung People, è dimostrato dal documento denominato “*Proposed approach for Samsung*”, predisposto dalla società di consulenza Value Lab Spa, specializzata *in marketing*. L’analisi ivi effettuata dimostra come sia possibile realizzare una base dati, da cui estrarre profili sintetici della clientela, segmentata sul territorio in gruppi di appartenenza, sulla base delle caratteristiche di consumo e demografiche. Il lavoro realizzato da Value Lab Spa permette di ricostruire per singola sezione di censimento il profilo delle persone che vi abitano. Una volta individuato il cliente sul territorio, tramite sistemi di geocodifica, è possibile assegnargli un preciso profilo socio-economico demografico, che tiene conto del sesso, dell’età, dello stato civile, del titolo di studio, del reddito, del potere di acquisto e degli investimenti immobiliari. Si tratta di un complesso di informazioni che si prestano ad essere utilizzate, al fine di promuovere i prodotti commerciali, mediante comunicazioni personalizzate.

⁶¹ Cfr. il citato all. n. 3 al verbale ispettivo del 12 maggio 2016 presso Samsung.

⁶² Cfr. la documentazione ispettiva (Si veda il file “*Report Samsung People_dic2015*”)

V.3.3. *L'aggressività della pratica*

123. L'attività in argomento, lecita di per sé, assume rilievo, nel caso di specie, allorché il Professionista procede all'acquisizione dei dati personali dei propri clienti, nell'ambito della procedura prevista per lo svolgimento delle attività promozionali, quando ormai il consumatore ha già proceduto all'acquisto del prodotto oggetto di promozione.

124. La previsione dell'iscrizione obbligatoria alla piattaforma *Samsung People* con la richiesta del consenso al trattamento dei dati personali, a prescindere dal rispetto della disciplina di cui al Codice di protezione dei dati personali, appare quindi configurare una pratica commerciale scorretta, nella misura in cui, contrariamente a quanto affermato dalla Parte, l'obbligatorietà dell'adesione a *Samsung People*, previa registrazione e necessaria espressione del consenso al trattamento dei dati, non risulta strettamente funzionale all'ottenimento del premio o del rimborso oggetto della promozione.

125. Non appare sufficiente, infatti, in quel momento, informare il consumatore del fatto che i dati personali saranno utilizzati allo scopo di effettuare campagne di *marketing* dedicate, in quanto il consumatore che ha acquistato il prodotto in promozione, nell'ottica di ottenere il premio o il rimborso promesso, non può esimersi dal fornire una serie di dati personali e dal consentire il trattamento degli stessi, anche per finalità -di *marketing*- che esulano dalla manifestazione a premio, come dimostrano le evidenze istruttorie.

Si evidenzia che tale circostanza assume rilievo in un'ottica di tutela del consumatore, anche indipendentemente dal fatto che il Professionista abbia, o meno, proceduto all'effettivo utilizzo di tali dati per promuovere i propri prodotti commerciali.

126. Si osserva, inoltre, che non appare pertinente l'argomento utilizzato dal Professionista a difesa della propria condotta, il quale contesta la mancata presa di posizione degli Uffici in ordine alla ricerca di mercato commissionata dallo stesso, al fine di dimostrare che la richiesta dei dati personali viene effettuata da tutti i soggetti concorrenti (e non) che promuovono le manifestazioni a premio.

In primo luogo, il presente procedimento ha ad oggetto unicamente l'analisi delle presunte condotte poste in essere da Samsung in violazione del Codice del Consumo.

In secondo luogo, si è evidenziato come la metodologia di acquisizione dei dati personali dei consumatori, da parte di Samsung, presenti delle peculiarità che riguardano, in particolare modo, l'adesione alla piattaforma *Samsung People*.

In terzo luogo, quand'anche vi fossero analogie con la prassi adottata da altri operatori nella raccolta dei dati personali, tale circostanza non esimerebbe il Professionista dalla responsabilità di avere posto in essere una condotta in violazione delle norme a tutela del consumatore.

127. Tale modalità di acquisizione dei dati personali appare, pertanto, suscettibile di integrare una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto il consumatore, dopo avere effettuato l'acquisto, non avrebbe potuto fare a meno di fornire il consenso al trattamento dei propri dati personali, anche per finalità diverse da quelle necessarie all'ottenimento del premio, pena il mancato riconoscimento del premio stesso.

Tale circostanza configura un indebito condizionamento, tale da indurre il consumatore ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

VI.4. Le modifiche alle condotte adottate nel corso del procedimento

128. Risulta dalle evidenze agli atti che, ancor prima dell'avvio del procedimento istruttorio, il Professionista aveva intrapreso l'iniziativa di sviluppare nuovi strumenti di gestione e di controllo – diretto – dei reclami della clientela.

129. Inoltre, si osserva che le misure adottate dal Professionista risultano ampie e articolate, volte a migliorare il processo di partecipazione alle manifestazioni a premio e a superare alcune delle problematiche inerenti alla presunta scorrettezza delle condotte poste in essere in termini di mancata diligenza e di ingannevolezza delle campagne promozionali.

130. Le misure adottate risultano volte a fornire una maggiore completezza delle informazioni inerenti alle promozioni (senza necessità di procedere preliminarmente ad alcuna registrazione sul sito internet), in una fase antecedente l'acquisto del prodotto offerto in promozione.

Le modifiche sono anche mirate a pervenire ad una semplificazione del processo di adesione alle promozioni, al fine di ridurre gli aggravii procedurali imposti ai consumatori per il riconoscimento dei vantaggi promessi e ridurre il numero delle informazioni richieste.

Le misure adottate vanno pure nella direzione di garantire un miglioramento del sistema di controlli, da parte di Samsung, sulla rete di vendita, affinché siano fornite ai consumatori tutte le istruzioni, il materiale pubblicitario e i Regolamenti delle manifestazioni a premio.

Infine, Samsung ha previsto che la registrazione alla piattaforma *Samsung People* deve essere libera e non condizione necessaria per potersi registrare alle promozioni e richiedere premi.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

131. 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.

132. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

133. 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.

134. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della importanza del professionista, uno dei principali operatori del settore dei prodotti elettronici e degli elettrodomestici a livello mondiale e sul territorio italiano.

135. La pratica contestata alla lettera A) del Punto II è da considerarsi grave, in quanto ha interessato un numero significativo di consumatori attraverso la diffusione di messaggi ingannevoli attraverso tutti i principali canali della comunicazione di massa ed in quanto ha comportato l'imposizione di condizioni particolarmente gravose per l'ottenimento dei premi promessi, sia in termini di oneri posti in capo al consumatore, che di imposizione di condizioni e tempi stringenti, pena la perdita del diritto al premio.

136. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale sub A) è stata posta in essere dall'inizio del 2014 ed è ancora, almeno in parte, in corso, nonostante la modifica di alcune delle condotte contestate.

137. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Samsung Electronics Italia S.p.A. per la pratica commerciale scorretta di cui alla lettera A) del punto II, nella misura di 2.500.000 €(duemilionicinquecentomila euro).

138. Va, inoltre, considerato che le misure correttive adottate impattano notevolmente sulle modalità di partecipazione alle manifestazioni a premio nell'ottica di rendere più facilmente accessibile la sezione del sito Internet dedicata alle promozioni e di semplificare i processi di gestione delle manifestazioni a premio, riducendo gli aggravii procedurali - attraverso la previsione di termini meno stringenti per l'integrazione della documentazione e riducendo il numero delle informazioni richieste -, monitorando, altresì, la condotta del personale appartenente alla rete di vendita, affinché fornisca ai consumatori tutto il materiale informativo e le istruzioni necessarie ai fini dell'ottenimento del premio.

In ragione di quanto precede, si ritiene congruo diminuire l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Samsung Electronics Italia S.p.A. per la pratica commerciale di cui al punto II, *sub*

A), fissandola nella misura di 2.125.000 € (duemilionicentoventicinquemila euro).

139. Anche la pratica *sub B*) del Punto II è da considerarsi grave, in quanto ha interessato, come evidenziato dalla ingente quantità di registrazioni alla piattaforma *Samsung People*, un ampio numero di consumatori ed in quanto si è realizzata con modalità particolarmente aggressive, consistenti nella imposizione della perdita del diritto al premio in caso di rifiuto del consenso all'utilizzo dei dati personali anche per finalità commerciali.

140. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale *sub B*) è posta in essere dal mese di marzo del 2015 al mese di agosto 2016.

141. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Samsung Electronics Italia S.p.A. per la pratica commerciale scorretta di cui alla lettera *B*) del punto II, nella misura di 1.300.000 € (unmilionetrecentomila euro).

142. Va, inoltre, considerato che le misure correttive adottate nel corso del procedimento hanno condotto alla cessazione della pratica e sono state, spontaneamente, adottate ancor prima della contestazione formulata nell'ambito della estensione oggettiva del procedimento del 7 ottobre 2016, circostanza che nel caso di specie assume specifico rilievo.

In ragione di quanto precede, si ritiene congruo diminuire l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Samsung Electronics Italia S.p.A. per la pratica commerciale di cui al punto II, *sub B*), fissandola nella misura di 975.000 € (novecentosettantacinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), consistente nell'aver presentato le manifestazioni promozionali in argomento con mancanza di chiarezza e completezza delle informazioni circa la natura, le condizioni e le limitazioni per l'ottenimento del premio/rimborso promesso, nonché nell'aver imposto condizioni particolarmente gravose per l'ottenimento dei premi promessi, sia in termini di oneri posti in capo al consumatore, che di condizioni e tempi stringenti, pena la perdita del diritto al premio promesso, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 24 e 25, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante pubblicità ingannevole e imposizione di oneri eccessivamente gravosi per l'esercizio dei propri diritti, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti offerti dal Professionista;

RITENUTO, inoltre, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), consistente nell'acquisizione indebita dei dati personali dei consumatori per finalità commerciali, in quanto condizione necessaria per avviare la procedura di richiesta del

premio/rimborso, risulta scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante imposizione di oneri eccessivamente gravosi per l'esercizio dei propri diritti, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II lett. **A)**, del presente provvedimento, posta in essere da Samsung Electronics Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II lett. **B)**, del presente provvedimento, posta in essere da Samsung Electronics Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare a Samsung Electronics Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 2.125.000 € (duemilionicentoventicinquemila euro) con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera **A)**, del presente provvedimento;

d) di irrogare a Samsung Electronics Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 975.000 € (novecentosettantacinquemila euro) con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera **B)**, del presente provvedimento;

e) che il Professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di 60 (sessanta) giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto *a)*.

Le sanzioni amministrative di cui ai punti c) e d) devono essere pagate 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, lett. 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
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

Sommario

Sommario

I. LE PARTI	2
II. LE PRATICHE COMMERCIALI.....	2
III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO	2
III.1. L'iter del procedimento.....	2
III.2. Le evidenze acquisite.....	4
III.2.1. <i>La pubblicità delle manifestazioni promozionali</i>	4
III.2.2. <i>La gestione delle promozioni</i>	20
III.2.3. <i>L'acquisizione dei dati personali per finalità commerciali</i>	30
III.3. Modifiche apportate nel corso del procedimento alle procedure di attribuzione dei premi richiesti	32
III.4. Le argomentazioni difensive del Professionista	35
IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI..	37
V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE.....	38
V.1. Premessa	38
V.2. La pratica sub A).....	39
V.2.1. <i>L'ingannevolezza delle informazioni fornite sulle promozioni</i>	40
V.2.2. <i>L'aggressività delle modalità per l'ottenimento dei premi promessi</i>	42
V.3. La pratica sub B).....	44
V.3.1. <i>L'acquisizione dei dati personali</i>	44
V.3.2. <i>La finalità di marketing</i>	45
V.3.3. <i>L'aggressività della pratica</i>	47
VI.4. Le modifiche alle condotte adottate nel corso del procedimento	48
VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE	48