



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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 3 dicembre, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede legale della società Sixthcontinent Europe S.r.l. (P.I. 08387230967).

VISTO il proprio provvedimento n. 28146 del 25 febbraio 2020, con il quale è stata deliberata l’adozione della misura cautelare, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento assunto nelle adunanze del 17 e 18 marzo 2020, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, in ragione della situazione di emergenza sanitaria in corso, tenuto anche conto della sospensione disposta dall’art. 103 del d.l. 17 marzo 2020, n. 18;

VISTA l'ulteriore sospensione *ex lege* dei termini nei procedimenti amministrativi, disposta dall'art. 37 del d.l. 8 aprile 2020 n. 23;

VISTO il proprio provvedimento del 1° luglio 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di sette giorni del termine di conclusione del procedimento, in conseguenza della proroga del termine di conclusione della fase istruttoria, disposta in accoglimento dell'istanza presentata da Sixthcontinent Europe S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società *Sixthcontinent Europe S.r.l.* (di seguito anche “Professionista” o “SixtCo.” o “Società”), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del Consumo, è attiva nell'ambito della pubblicità *online* e dell'*e-commerce* e gestisce l'omonima piattaforma (di seguito anche “Piattaforma”) che “*unisce alle funzioni tipiche dei siti di e commerce ... le caratteristiche proprie dei social media*”¹. SixtCo. ha sede legale a Milano ed è controllata dalla società di diritto inglese *Sixthcontinent Limited*, con sede a Bristol (UK). SixtCo. ha realizzato un fatturato di circa 50 milioni di euro nell'esercizio 2018² e di quasi [100-150]* milioni di euro nel 2019³.

2. A.E.C.I. - Associazione Europea Consumatori Indipendenti, CODICI ONLUS - Centro per i Diritti del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori-UNC, ALTROCONSUMO, in qualità di associazioni di consumatori intervenienti nel procedimento, nonché due consumatori singoli, un gruppo di quindici consumatori unitariamente assistiti e rappresentati dal medesimo consulente legale (di seguito, Gruppo A) e un altro gruppo di tredici consumatori unitariamente assistiti e rappresentati da un diverso consulente legale (di seguito, Gruppo B), in qualità di segnalanti ammessi a partecipare al procedimento.

¹ Cfr. memoria finale SixtCo. del 3 luglio 2020, prot. 52589 (pag. 4).

² Fonte: ultimo bilancio abbreviato d'esercizio 31/12/2018 Banca dati Telemaco Infocamere.

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

³ Cfr. doc. 21 allegato alla memoria finale SixtCo. del 3 luglio 2020, prot. 52589.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere da SixthCo. nell'ambito della promozione della propria Piattaforma di “*profit-sharing*”, nella commercializzazione di *Shopping Card* attraverso il proprio sito *sixthcontinent.com* (di seguito, anche solo Sito) e nella gestione dei diritti contrattuali degli aderenti alla *community*, volti a indurre ingannevolmente i consumatori ad aderire al sistema SixthCo. acquistando le numerose *Shopping Card* offerte e, successivamente, a impedire e ostacolare la fruizione delle medesime *card* e delle altre utilità acquistate o maturate in quanto aderenti alla *community*, con l'effetto di trattenere, in ultima analisi, gli importi versati dagli utenti.

4. In particolare, le condotte contestate consistono, da un lato, nel prospettare con modalità ingannevoli la pretesa convenienza economica dell'adesione alla *community* e alle varie offerte proposte sulla Piattaforma, dall'altro lato, nel procedere in modo unilaterale al blocco ingiustificato degli *account* dei consumatori, nel ritardare/limitare/impedire il rilascio o la fruizione delle *Shopping Card* (sia quelle brandizzate sia quelle emesse direttamente da SixthCo., c.d. *SXC Card*, cfr. *infra*) e delle altre utilità (*i.e.* *Saldo/wallet* e *Crediti*) maturate attraverso l'acquisto di tali *Shopping Card* e la partecipazione alla *community* SixthCo, nonché nell'omettere il rimborso delle somme versate per l'acquisto delle predette *Shopping card* e degli altri servizi.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. A partire dal mese di luglio 2018⁴ sono pervenute numerose segnalazioni da parte di consumatori, nelle quali venivano evidenziate condotte scorrette poste in essere da SixthCo. nella commercializzazione *online* di *Shopping Card* e nella gestione della Piattaforma e degli aderenti alla *community*.

6. Con atto del 3 dicembre 2019, prot. 77433, è stato comunicato a SixthCo. l'avvio del procedimento istruttorio PS11332 per verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo⁵, in relazione alle condotte consistenti, da un lato,

⁴ Cfr. segnalazione prot. 51386 del 3 luglio 2018.

⁵ Considerato il numero di segnalazioni pervenute in Autorità, è stata disposta la pubblicazione di un avviso relativo all'avvio del procedimento PS11332 sul Bollettino AGCM del 23 dicembre 2019 (n. 51/2019).

nell'*ingannevolezza* della prospettazione delle condizioni di adesione alla *community*, con specifico riguardo all'esatto funzionamento del sistema SithCo. e soprattutto ai vincoli imposti in conseguenza dell'annullamento degli ordini e sospensione/chiusura degli *account*, dall'alto lato, nell'*aggressività* dell'attività unilaterale di blocco ingiustificato degli *account* dei consumatori, dell'impedimento e/o limitazione alla fruizione delle *Shopping Card* (di seguito anche SC) e delle altre utilità maturate, nonché del mancato rimborso delle somme versate per l'acquisto di predette carte e dei crediti maturati dalla partecipazione alla community SixthCo..

7. In data 12 dicembre 2019, si è svolto un accertamento ispettivo presso la sede legale della Società.

8. In data 31 gennaio 2020, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il Professionista ha presentato una proposta di impegni volta a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

9. In data 27 gennaio sono state riscontrate positivamente le istanze di partecipazione formulate dalle associazioni A.E.C.I., CODICI (Centro per i Diritti del Cittadino) e di trenta persone fisiche, alcune delle quali sono parte di due gruppi, ciascuno dei quali è unitariamente difeso e rappresentato dal medesimo legale (di seguito anche Gruppo A e Gruppo B); in data 5 febbraio 2020 l'istanza di partecipazione formulata dall'associazione Unione Nazionale dei Consumatori; in data 16 marzo 2020 l'istanza di partecipazione formulata dall'associazione Altroconsumo.

10. Con comunicazione del 29 gennaio 2020, il Professionista è stato informato dell'avvio del *sub*-procedimento cautelare volto all'eventuale sospensione provvisoria delle pratiche commerciali scorrette ed è stato invitato a presentare memorie scritte e documenti, entro dieci giorni dal suo ricevimento, ai fini della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo. Tale termine è stato prorogato di cinque giorni una prima volta in data 4 febbraio 2020⁶, su istanza del Professionista⁷, e una seconda volta di altri sei giorni in data 14 febbraio 2020⁸ allo scopo di garantire il pieno svolgimento del contraddittorio e il completo esercizio del diritto di difesa.

11. Nella sua adunanza del 18 febbraio 2020, l'Autorità ha deliberato il rigetto degli impegni presentati, in quanto relativi a condotte che, ove accertate, potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali "*manifestamente*

⁶ Cfr. Comunicazione prot.16955 del 4 febbraio 2020.

⁷ Cfr. Comunicazione prot.16425 del 31 gennaio 2020.

⁸ Cfr. Comunicazione prot.19776 del 14 febbraio 2020.

scorrette e gravi” e caratterizzate da un elevato grado di offensività in quanto in grado di arrecare un danno notevole ai consumatori coinvolti che si vedono privati della possibilità di fruire delle *Shopping Card* regolarmente acquistate in considerazione della sospensione/blocco dell'*account* e/o della mancata attivazione delle carte stesse.

12. Sulla base degli elementi acquisiti e in ragione della sussistenza del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*, con provvedimento n. 28146 del 25 febbraio 2020, l’Autorità ha deliberato, ai sensi dell’art. 27 comma 3 del Codice del Consumo, la sospensione provvisoria da parte di SixthCo. di ogni attività diretta: (a) al blocco degli *account* dei consumatori aderenti, in assenza di puntuale specificazione delle motivazioni e contestuale rimborso di quanto versato e del corrispettivo delle altre utilità maturate; (b) a impedire e/o limitare e/o modificare l’utilizzo delle *Shopping Card* acquistate e pagate dagli aderenti secondo le modalità di attivazione e fruizione originariamente previste.

13. Con comunicazione del 18 marzo 2020, il Professionista è stato informato della proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento istruttorio, disposta dall’Autorità in accoglimento dell’istanza della società e tenuto conto di quanto previsto dall’art. 103 del d.l. n. 18/2020. Tale termine è stato ulteriormente prorogato, come chiarito dalla “*Comunicazione sull’interpretazione dell’art. 103 del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, così come modificato dall’art. 37 del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23*”, pubblicata sul sito dell’Autorità in data 10 aprile 2020, per effetto delle citate norme che hanno prorogato al 15 maggio 2020 la sospensione *ex lege* del decorso dei termini - procedurali, endo-procedimentali, finali ed esecutivi - riguardanti lo svolgimento dei procedimenti amministrativi.

14. Con comunicazione del 23 marzo 2020 il Professionista ha presentato una relazione di ottemperanza volta ad illustrare le misure adottate in attuazione del provvedimento cautelare n. 28146 del 25 febbraio 2020.

15. Con provvedimento n. 28124 del 1° aprile 2020, l’Autorità ha avviato il procedimento IP332 per contestare alla Società la violazione dell’art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato al provvedimento cautelare adottato con delibera n. 28146 del 25 febbraio 2020.

16. In data 1° giugno 2020 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento.

17. Con comunicazione del 17 giugno 2020 è stata accolta l’istanza presentata dal Professionista di proroga di quattordici giorni del termine di conclusione della fase istruttoria, posticipandolo al 3 luglio 2020.

18. Con comunicazione del 18 giugno 2020 le altre Parti del procedimento sono state informate della proroga del termine di conclusione della fase istruttoria.

19. Con provvedimento del 1° luglio 2020, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di sette giorni del termine di conclusione del procedimento, posticipandolo al 6 agosto 2020, in conseguenza del differimento del termine di conclusione della fase istruttoria, disposto in accoglimento dell'istanza presentata dal Professionista.

20. Per quanto concerne l'esercizio del contraddittorio e il diritto di difesa del Professionista, SixthCo. ha avuto accesso agli atti del procedimento nelle seguenti date: 20 dicembre 2019, 3, 13, 17 e 27 febbraio 2020, 10 aprile 2020, 19 maggio 2020 e 17 giugno 2020. In tre degli otto accessi, il Professionista ha chiesto ed ottenuto di accedere all'intero fascicolo istruttoria, avendo altrettante volte sostituito il collegio difensivo.

21. Il Professionista ha inviato la risposta alla richiesta di informazioni e ha trasmesso una prima memoria difensiva in data 21 gennaio 2020. Ulteriori memorie difensive sono state trasmesse dal Professionista in data 11, 14 e 21 febbraio 2020. Il 12 febbraio 2020 si è tenuta l'audizione del Professionista e in data 3 luglio è pervenuta la memoria finale (di seguito anche memoria finale SixthCo.).

22. Con riferimento all'espletamento del contraddittorio e al diritto di difesa delle altre Parti del procedimento, AECI ha avuto accesso agli atti del fascicolo istruttoria in data 27 febbraio 2020; il Gruppo A ha esercitato l'accesso in data 10 febbraio e 10 luglio 2020; il Gruppo B ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 10 febbraio, 2 marzo e 15 giugno 2020.

23. Il Gruppo A ha trasmesso memorie difensive in data 11 e 17 febbraio 2020 mentre in data 19 febbraio 2020 è stato sentito in audizione, su sua richiesta. Il Gruppo B ha inviato una memoria il 12 febbraio 2020, integrata successivamente in data 17 febbraio e 27 marzo 2020. Le memorie conclusionali sono state trasmesse dal Gruppo A in data 15 giugno e 3 luglio 2020, dalle associazioni di consumatori AECI e CODICI in data 18 giugno 2020 e dal Gruppo B in data 3 luglio 2020.

24. In data 3 luglio 2020 è stata trasmessa all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni la richiesta di parere, che è pervenuto in data 28 luglio 2020.

2) *Le evidenze acquisite*

25. Prima di procedere alla descrizione delle condotte poste in essere da SixthCo. nei confronti degli aderenti alla *community*, occorre illustrare

brevemente il funzionamento della Piattaforma e le modalità di svolgimento dell'attività del Professionista.

2.a. Le modalità di funzionamento della Piattaforma

26. SixthCo. è attiva nell'offerta e nella vendita di *Shopping Card* attraverso il proprio sito *web sixthcontinent.com* e, come dichiarato dallo stesso Professionista, la particolarità del proprio modello di *business*, disciplinato nelle "Condizioni generali di vendita" (di seguito, anche CGV), sarebbe quella di "aumentare il potere di acquisto degli Utenti, trasformando i Budget Pubblicitari delle Aziende in Contributi per gli acquisti dei Consumatori"⁹. In particolare, la società avrebbe strutturato un sistema "fondato sul profit sharing" che si propone di aggregare utenti "il cui potere d'acquisto assommato consente a SXC di ottenere dai propri partner commerciali, condizioni d'acquisto più vantaggiose nell'interesse dei componenti della Community"¹⁰.

27. Il veicolo attraverso cui si realizzerebbe tale obiettivo sarebbe rappresentato da carte acquisti (*Shopping Card*) e altri servizi offerti dalla società tramite la Piattaforma. L'incremento del potere di acquisto si determinerebbe attraverso l'utilizzo da parte degli utenti di "strumenti propri di SXC": (a) i *crediti*, (b) i *punti* e (iii) il *saldo* il cui valore aumenterebbe a seconda degli acquisti effettuati e dell'attività "social" dell'utente sulla Piattaforma.

28. Attraverso le *Shopping Card* vendute da SixthCo. gli acquirenti possono acquistare beni di vario genere offerti in vendita *online* oppure presso negozi fisici da società terze¹¹; tali *Shopping Card*, c.d. brandizzate (di seguito *Shopping Card* o SC), sono infatti emesse da vari *merchant* (*brand partner*) sulla base di appositi accordi commerciali e sono utilizzabili per il loro valore nominale per effettuare gli acquisti presso gli esercizi contrattualizzati¹².

29. Le SC hanno una data di scadenza e possono avere diverse modalità e tempistiche di attivazione, indicate nei "*Termini e Condizioni*" riportati nella

⁹ Si vedano in particolare la "Premessa" e il "Codice Etico e Modello 231/2001" delle CGV, disponibili sul Sito. Cfr. anche memoria finale di SixthCo. (pag. 5). Nello specifico, le linee di profitto che consentirebbero alla Società di realizzare un guadagno sarebbero riconducibili a: sconti, pubblicità, *pay-per-sale*, vendita di spazi e posizioni, *data monetization*, sottoscrizioni utenti, sottoscrizioni *account merchant*.

¹⁰ Cfr. memoria finale SixthCo (pag. 5).

¹¹ Il pagamento del prezzo di acquisto potrà avvenire interamente utilizzando la *Shopping Card* oppure utilizzando la *Shopping Card* e un importo monetario pari alla differenza tra il prezzo di acquisto e il valore della *Shopping Card*.

¹² Le *Shopping Card* possono essere fisiche, nel qual caso vengono inviate all'indirizzo dell'utente e solitamente incorporano il codice di attivazione; oppure digitali, le quali si presentano sotto forma di *file .pdf*, hanno un codice di attivazione che viene comunicato all'utente e sono oggetto di *download* dal Sito (nella sezione "le mie carte" del Portafoglio).

pagina della relativa offerta. Tuttavia, qualora l'utente non intenda aspettare, può acquistare contemporaneamente anche una "Shopping Card Sponsorizzata" e ottenere così l'attivazione immediata della *Shopping Card*¹³.

30. L'acquisto delle *Shopping Card* è possibile solo previa registrazione al Sito e adesione alla *community* SixtCo., attraverso una procedura¹⁴ che prevede la compilazione di un *form on-line*¹⁵ - dove sono inserite le informazioni personali del consumatore - e culmina nella creazione di un *profilo personale* informatico dell'aderente.

31. L'accesso a tale profilo informatico rappresenta l'unica modalità per operare nell'ambito della *community* ed utilizzare le *facilities* promosse dal Professionista, in quanto consente di espletare le seguenti attività¹⁶:

- visualizzare i propri *punti, crediti* e l'ammontare depositato nel c.d. *wallet*;
- visualizzare le fatture di pagamento;
- effettuare il *download* delle *Shopping Card* e l'attivazione;
- procedere all'acquisto di SC e SCX utilizzando *crediti* e *wallet*;
- usufruire dei servizi Pagomeno¹⁷, Guadagnalink¹⁸, Ricaricacell¹⁹;
- attivare il servizio in abbonamento denominato "Orange"²⁰;
- compiere le attività *social* connesse all'ottenimento di alcune specifiche utilità.

32. Una volta eseguita la registrazione e l'accesso al Sito, l'utente può acquistare le *Shopping Card* di suo interesse "cliccando" sulla relativa immagine presente sul Sito, attraverso la quale sarà indirizzato in una pagina *web* contenente una scheda informativa che illustra le principali caratteristiche

¹³ Cfr. art. 4.6 delle CGV. Le **offerte sponsorizzate** sono *Card* vendute in abbinamento a *Top Brand* e comportano per l'acquirente una serie di vantaggi, tra i quali, oltre all'attivazione immediata delle *shopping card* comprate in abbinamento, l'attribuzione di crediti, il conseguimento dell'*extra-profit* in tempi ridotti, l'accesso a offerte speciali e prodotti di qualità. Al riguardo si veda lo *script* di cui al documento ispettivo n.53: "Ciao, con **Extraprofit** intendiamo un profitto extra che si ottiene al raggiungimento della soglia di 300 euro di spesa mensile e multipli. Ogni 300 euro di spesa mensile si ottiene un Extraprofit che varia di mese in mese, a seconda della quantità di credito redistribuito fra i cittadini che nel mese precedente non hanno effettuato acquisti".

¹⁴ Cfr. art. 2.1 delle CGV.

¹⁵ Si tratta di un processo che consente a SixtCo. di disporre dei dati necessari a gestire il profilo informatico dell'aderente.

¹⁶ Cfr. documento del fascicolo ispettivo n.133.

¹⁷ Il servizio "Pagameno" consente all'utente di pagare le proprie spese tramite bollettini postali, Mav e Rav.

¹⁸ Secondo il Professionista, grazie a *Guadagnalink* è possibile ottenere crediti da acquisti *online*. Per ogni acquisto fatto utilizzando tale servizio, verrà restituita una percentuale dell'importo speso, sotto forma di crediti. Nella schermata principale, sotto ogni *brand*, sono specificati la percentuale di rimborso ed il tempo entro il quale è prevista la notifica del c.d. *credit-back*.

¹⁹ Il servizio "Ricaricacell" consente di acquistare credito telefonico attraverso punti e crediti per il 50% del costo totale della ricarica prescelta.

²⁰ Il servizio in abbonamento "Orange" permette all'utente di accedere ad alcune particolari offerte speciali.

della SC, tra cui il valore e i termini e condizioni di utilizzo della stessa²¹.

33. Il pagamento delle *Shopping Card* può essere effettuato dall'utente mediante risorse proprie (carta di credito, bonifico bancario o carta prepagata) oppure attraverso risorse maturate all'interno della Piattaforma grazie al compimento di una serie di attività di *e-commerce* e *social media* che permettono all'utente di ottenere *Crediti* e/o *Punti* (su cui, *infra*). Tuttavia, è possibile utilizzare *Punti* e/o *Crediti* per acquistare *Shopping Card* solo nella misura determinata dal Professionista e per un ammontare massimo pari al 50% del valore della *Shopping Card*²², mentre il restante 50% dovrà essere pagato con il proprio denaro (*wallet* o altri metodi di pagamento).

34. Successivamente all'acquisto della *Shopping Card*, l'utente deve accedere alla pagina web "*Le mie carte*" presente sul proprio profilo personale ed effettuare il *download* della stessa in modo da ottenere così il saldo corrispondente al valore nominale della carta. In ogni caso, il *download* della SC deve avvenire entro 3 mesi dalla data di attivazione; trascorso inutilmente tale termine, non sarà più possibile effettuare il *download* e la SC non potrà essere utilizzata.

35. Oltre alle *Shopping Card* brandizzate, SixthCo. offre in vendita agli utenti anche un particolare tipo di *Shopping Card* emessa direttamente dalla Società, denominata "*SixthContinent Card*" (*SXC card* o *SXC*), che può essere utilizzata *solo* sulla Piattaforma per l'acquisto di altre *Shopping Card* brandizzate o per il pagamento di servizi tramite appositi strumenti messi a disposizione dalla Società. A seguito dell'acquisto e dell'attivazione della *SXC*, l'utente riceve infatti sul proprio conto personale, presente all'interno del suo profilo, un importo monetario corrispondente al valore della *SXC* (c.d. *Saldo o Wallet*), da poter spendere sul Sito.

36. La principale caratteristica delle *SXC Card* è rappresentata dalla circostanza che si attivano sempre dopo un determinato numero di giorni dall'acquisto (dai 20 giorni ai 6 mesi) e prospettano il conseguimento di un rilevante guadagno per l'utente. L'acquisto di tali carte avviene infatti per un importo inferiore a quello nominale e che verrà riconosciuto al momento dell'attivazione con percentuali di incremento (dell'importo speso) tra il 25% e l'80%.

²¹ Per concludere il contratto di acquisto di *Shopping Card* sul Sito, l'utente deve compilare un modulo d'ordine in formato elettronico e trasmetterlo in via telematica a SixthCo., che provvede a registrare il modulo e inviare una *email* di conferma dell'ordine all'utente.

²² Trattasi dell'attuale configurazione del sito ma i termini e condizioni originari (mai ufficialmente modificati) prevedevano la possibilità per l'utente di poter scegliere se utilizzare crediti o punti perché mentre i crediti sono soggetti a scadenza, i punti non si perdono anche se non vengono effettuati acquisti.

37. Tra le SXC si annoverano le c.d. *“Offerte Turbo”*²³, che prevedono l’acquisto in denaro da parte dell’utente di *“SXC Card con un valore facciale maggiore rispetto a quello pagato: ad esempio, aderendo a una delle Offerte Turbo contro il corrispettivo di € 70,00, l’utente ottiene un importo spendibile sulla Piattaforma superiore, pari a € 100,00, con cui può acquistare le Shopping Card dei vari Merchant ...”*. Siffatte offerte si possono utilizzare per ricaricare il *wallet* ma, sulla base di quanto specificato dal Professionista, il saldo ottenuto (c.d. *“redento”*) tramite l’acquisto di *Offerte Turbo* *“non può essere utilizzato per comprare ulteriori SXC Card o offerte che le contengano: una simile operazione consentirebbe, infatti, nei casi di Offerte Turbo, di creare artificialmente valore, con conseguenti gravissimi danni per SXC e per tutta la Community”*²⁴.

38. Le c.d. *Family Box* sono offerte acquistabili con il *saldo* del *wallet* e contenenti un determinato numero di *Shopping Card* (ad esempio 5) dal valore complessivo predefinito (ad es. € 250), che si ottengono pagando un corrispettivo inferiore rispetto al valore facciale (ad es. €200). L’acquisto di *Family Box* permette, trascorso un determinato lasso di tempo, di ottenere *crediti* da utilizzare sul Sito²⁵. In base a quanto precisato dal Professionista, le offerte *Family Box* possono essere comprate con il *Saldo* ottenuto (*“redento”*) tramite le *SXC Card*, ma i *Crediti* premio ottenuti dall’acquisto di *Family Box* non possono essere utilizzati per acquistare *SXC Card* per evitare il fenomeno di c.d. *loop*, *“ossia l’incremento esponenziale e illecito del Saldo senza contestuali ulteriori versamenti”*²⁶.

39. Un altro tipo di carta commercializzata da SixthCo. è rappresentato dalla carta ricaricabile c.d. *Bitsa*, *“una carta di credito spagnola, sconosciuta in Italia, proposta dalla Piattaforma le cui ricariche venivano vendute esclusivamente in Italia su SixthContinent acquistabili col 100% crediti e in*

²³ Cfr. segnalazione prot. 13191 del 20 gennaio 2020 e prot. 14945 del 27 gennaio 2020 attraverso la quale un consumatore sottolinea che *“la maggior parte degli acquisti avveniva attraverso delle offerte chiamate “offerte turbo” poiché venivano lanciate per un periodo molto limitato e spesso riguardava soltanto gli utenti in possesso di un’iscrizione ad Orange che garantiva l’accesso prioritario a queste offerte. Le turbo erano delle card che di solito si attivavano dopo 3 mesi e garantivano un guadagno vicino al 40% con l’unica condizione di associare un’altra card sponsorizzata del costo minimo di 19 euro (di solito con 1 sponsorizzata si potevano prendere 5 card turbo). Alla data di attivazione di queste card queste potevano alimentare un wallet con il quale era possibile acquistare interamente tutte le carte della piattaforma. L’altra forma di pagamento della piattaforma erano i crediti che potevano essere acquistati tramite Family Box era un’offerta bundle dove pagando ad esempio 500 euro e aggiungendo 3 carte sponsorizzate si poteva avere a scadenza un bonus di 1000 euro in crediti.”*

²⁴ Cfr. memoria finale SixthCo.

²⁵ Come indicato nella memoria finale SixthCo, *“Trascorso un determinato lasso di tempo (ad esempio, due mesi dall’acquisto della Family Box), l’utente riceverà un determinato numero di Crediti Premio da utilizzare su SXC (ad esempio € 450,00)”*.

²⁶ Cfr. memoria finale SixthCo, pag. 11.

nessun altro modo”²⁷. Si tratta quindi di carte ricaricabili acquistabili tramite il *Saldo*, attivate dopo dieci giorni, e utilizzabili su qualsiasi sito di *e-commerce*, compresa la Piattaforma.

40. Oltre all’acquisto di *Shopping card* e al compimento di attività *social* sul Sito, l’utente può acquistare e ricevere sulla Piattaforma altri servizi e, in particolare, servizi di pagamento; nello specifico, attraverso il servizio “*Pagomeno*”, si possono effettuare i pagamenti dei bollettini/MAV/RAV utilizzando il *saldo* del proprio conto, i *crediti* e/o *punti* accumulati, a condizione di aver sottoscritto l’abbonamento *Orange*²⁸. Con il servizio “*Ricaricacell*” l’utente può acquistare le ricariche degli abbonamenti telefonici.

41. Per quanto concerne le modalità di conseguimento e di utilizzo dei *crediti* e *punti*, il cui ammontare è verificabile alla pagina “*Il mio portafoglio*” presente sul profilo personale di ciascun utente ed utilizzabile esclusivamente attraverso l’accesso al proprio *account*²⁹, si evidenzia quanto segue:

a) i *Crediti*, possono essere ottenuti dall’utente (che li trova depositati nel proprio *portafoglio* virtuale) grazie al compimento di attività legate all’*e-commerce*, quali: *i*) acquisto da parte sua o di utenti invitati di *Shopping Card*, in quanto all’utente viene restituito (*cash back*) un importo costituito da *crediti* invece che da soldi³⁰; *ii*) divisione mensile dei profitti realizzati dalla *community*; *iii*) “*extra-guadagno*”, per cui l’utente riceve all’inizio di ciascun mese un ammontare di *crediti* proporzionato all’acquisto di *Shopping Card* sponsorizzate effettuato nel corso del mese precedente e in base ai criteri di calcolo indicati sul Sito; *iv*) “*extra-profit*”, secondo cui l’utente riceve, il primo giorno del mese successivo, dei *crediti* qualora superi i volumi di spesa indicati sul Sito.

Come accennato, i *Crediti* possono inoltre essere ottenuti attraverso l’acquisto e l’attivazione di alcune particolari tipologie di *SXC Card* (ad es. *turbo*), l’utilizzo di alcuni servizi (come *Pagomeno*) o il compimento di specifiche attività *social*, quali invitare per *email* un amico a iscriversi al Sito e creare un gruppo di utenti del Sito come amministratore.

I *crediti* maturati dagli utenti possono scadere e si azzerano il primo giorno del mese successivo a quello in cui l’utente non è attivo (*i.e.* non effettua almeno

²⁷ Cfr. segnalazione prot. 24397 del 4 marzo 2020.

²⁸ Per ogni bollettino pagato tramite *Pagomeno*, l’utente riceve un importo fisso in *crediti* pari a euro 0,50, che potrà utilizzare per effettuare acquisti sul sito.

²⁹ Cfr. art.9 CGV.

³⁰ Ad esempio, l’utente che acquista sul Sito una *SC* del *brand X* da euro 100 pagandola con la carta di credito, “guadagna” *crediti* pari a 10 euro depositati nel suo *portafoglio* digitale.

un acquisto sul Sito)³¹; di conseguenza, per continuare a beneficiare dei crediti distribuiti ai membri della *community*, l'utente deve necessariamente mantenersi *attivo* all'interno della Piattaforma, effettuando almeno un acquisto al mese³².

b) i *Punti* possono essere maturati dagli utenti - e non sono soggetti a scadenza - mediante il compimento di alcune specifiche attività relative al profilo *social media* della Società, quali a titolo esemplificativo: il rilascio di recensioni o commenti sul Sito, il conferimento di dati in occasione della iscrizione, il primo accesso giornaliero al Sito, l'accesso giornaliero al Sito per una settimana, per un mese o per un anno, il primo acquisto effettuato dall'utente sul Sito, ogni 100 acquisti effettuati dall'utente sul Sito, in occasione dell'invito al Sito rivolto ad amici e conoscenti, effettuato tramite il Sito stesso.

42. Il *Saldo* (o *wallet*) rappresenta un valore alimentato sia dalle risorse esterne eventualmente immesse dall'utente (denaro) sia dagli importi derivanti dall'attivazione delle SXC Card per il loro valore nominale. Il saldo può essere usato, unitamente ai *punti* e ai *crediti*, per l'acquisto delle *Shopping Card* dei vari *merchants*.

43. L'insieme dei predetti strumenti rappresenta il "patrimonio" complessivo spendibile da ciascun utente sulla Piattaforma SixthCo.

2.b. Le condotte poste in essere da SixthCo

44. Sulla base di numerosissime segnalazioni (oltre 900), pervenute da parte di moltissimi consumatori (circa 1.270)³³ e loro associazioni rappresentative, a partire dal mese di luglio 2018³⁴, nonché alla luce delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, è risultato che SixthCo. ha posto in essere una serie di condotte, delle quali si darà compiutamente conto nei paragrafi successivi, idonee, da un lato, ad indurre i consumatori ad aderire alla Piattaforma sulla base di una decettiva prospettazione dei benefici economici conseguibili in virtù di un vantato incremento della loro capacità di acquisto e, dall'altro lato, a impedire ai consumatori l'utilizzazione delle *Shopping Card* e delle *SXC card* acquistate

³¹ Cfr. memoria finale SixthCo, p. 7.

³² Al riguardo si veda anche lo *script* del documento ispettivo n.50 che riporta: "Gentile Utente, se non effettui o non hai effettuato un acquisto con o senza credito nell'arco del mese, il tuo credito viene o verrà azzerato e distribuito agli utenti attivi".

³³ Il dato è aggiornato alla data del 3 luglio 2020, termine di conclusione della fase istruttoria. Dal 4 luglio fino alla data di adozione del presente provvedimento sono pervenute ulteriori numerose segnalazioni.

³⁴ Cfr. segnalazione prot. 51386 del 3 luglio 2018.

nonché la fruizione dei *punti*, dei *crediti* maturati e delle altre utilità derivanti dalla partecipazione alla *community* SixtCo., senza peraltro procedere al rimborso degli importi versati sul Sito.

45. Al riguardo assume rilievo il fatto che la Società, alla data del 20 gennaio 2020, poteva contare su un parco clienti di circa [500.000-700.000] utenti attivi in Italia³⁵, i quali avevano a disposizione un *set* di strumenti e meccanismi asseritamente capaci di aumentare il loro potere di acquisto³⁶ attraverso, principalmente, le “*SixthContinent Card*”, grazie alle quali era possibile ottenere un rilevante guadagno sotto forma di *crediti* e *saldo/wallet* utilizzabile per l’acquisto di altre *Shopping Card* e per effettuare pagamenti di spese varie, come utenze e mutui.

2.b.i) *La promozione della Piattaforma*

46. Dalle evidenze agli atti è emerso che il Professionista ha diffuso innumerevoli comunicazioni commerciali (“postate” sulla sezione *social* della Piattaforma, rese nell’ambito di *Convention* in presenza tenute a Milano e “*V-Conference*” *online*, attraverso *Newsletter* ai clienti, mediante *post* sul *social network* Facebook da parte del fondatore dell’azienda³⁷) tutte orientate a enfatizzare, attraverso la promessa costante di un asserito incremento della capacità di acquisto degli utenti, una pretesa convenienza economica derivante dalla registrazione alla Piattaforma³⁸ e dall’adesione a ciascuna offerta di volta in volta pubblicizzata sul sito *sixthcontinent.com*, definito dalla stessa come “*un c.d. ‘Social Commerce’ che punta a migliorare il potere di acquisto dei consumatori che effettuano tramite le Shopping Card le normali spese di famiglia*”³⁹.

47. In particolare l’informativa pubblicitaria, veicolata anche a mezzo TV e video promozionali diffusi su *internet* utilizzando *testimonial* di una nota trasmissione di inchiesta, pone in suggestiva evidenza, già nella fase del primo contatto del consumatore, i presunti benefici economici della complessa proposta commerciale di SixtCo., prospettando tale sistema come “*un social commerce che trasforma i budget pubblicitari delle aziende in contributi per gli acquisti degli utenti*”, grazie al quale “*tutti gli utenti guadagnano ogni giorno crediti e punti con i quali possono acquistare le Shopping Card digitali*”

³⁵ Cfr. memoria prot.13504 del 21 gennaio 2020.

³⁶ Cfr. Risposta alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio prot.13503 del 21 gennaio 2020.

³⁷ Cfr. Segnalazione prot. 36843 del 6 maggio 2020 e relativi allegati.

³⁸ Cfr. Documenti n.29, 30 e 31 del fascicolo istruttorio (Filmati acquisiti agli atti in data 24 ottobre 2019)

³⁹ Si veda al riguardo la *Premessa* delle CGV disponibili sul Sito.

*per pagare i propri acquisti on line e nei negozi fisici” perché “SixthContinent condivide parte dei suoi profitti giornalieri con tutti i suoi utenti distribuendoli sotto forma di crediti e punti”.*⁴⁰

48. L'attività commerciale di SixthCo. è stata oggetto di una massiccia e persistente campagna pubblicitaria improntata a esaltare la possibilità di guadagno degli aderenti alla Piattaforma, che ha consentito alla società di incrementare, in modo rilevante, il numero di aderenti alla *community* (aumentati di [10.000-30.000] unità nel 2017, di [100.000-120.000] unità nel 2018 e di [140.000-160.000] unità nel 2019), cui ha fatto seguito un sensibile aumento, nell'arco di pochi mesi, del volume di *card* vendute, che sono passate dalle quasi [100.000-200.000] del giugno 2019 alle oltre [400.000-500.000] negoziate nel solo mese di novembre dello stesso anno⁴¹.

49. Vale al riguardo evidenziare che il numero di *Shopping Card* vendute nell'anno 2019 si è triplicato rispetto all'anno precedente (passando da circa [1-2] a [> 3] milioni), con una corrispondente crescita del valore “transato” (passato da quasi [40-50] milioni di euro a quasi [140-150] milioni di euro); solamente nel secondo semestre del 2019, SixthCo. ha commercializzato un numero di *Shopping Card* ([2-3] milioni) notevolmente superiore al totale delle vendite di *SC* dell'intero anno precedente, per un valore “transato” (quasi [70-80] milioni di euro), in tale arco temporale di sei mesi, significativamente più elevato rispetto all'ammontare complessivo dell'intero anno 2018.

50. In base alla documentazione agli atti, nel corso dell'ultimo semestre del 2019, si sono intensificate le promozioni relative a offerte di *SXC card* il cui acquisto consentiva all'utente di “ricaricare” *crediti/saldo*⁴². Nell'ambito di un video disponibile nel canale *youtube*, consistente in un filmato dedicato alla descrizione delle modalità di utilizzo delle *SXC Card*, si illustrano i pretesi vantaggi derivanti dall'acquisto di tali carte e in particolare delle “*Incredibili Offerte Turbo*”, il cui nome deriverebbe dal fatto che “*mettono il turbo al vostro risparmio*” e sarebbero una vera e propria “*bomba di convenienza*” finalizzata ad aumentare notevolmente il potere di acquisto degli acquirenti,

⁴⁰ Cfr. documento n.29 del fascicolo istruttorio (Filmato acquisito agli atti in data 24 ottobre 2019)

⁴¹ Cfr. memoria prot. 13504 del 21 gennaio 2020.

⁴² Cfr. segnalazione prot. 36843 del 06 maggio 2020. Come rappresentato da un consumatore: “*nel corso dell'anno 2019, in particolare nel periodo compreso tra settembre e dicembre sono state proposte sulla piattaforma SXC decine di offerte denominate “Turbo SXC Card” e “Family Box” le offerte avevano come oggetto, sostanzialmente la possibilità (come da slogan di SXC) di aumentare il potere d'acquisto delle famiglie, nello specifico prevedevano l'acquisto (con pagamento immediato) di Card digitali del valore di 100 euro a un costo variabile tra i 50 e gli 80 euro, con l'obbligo di abbinare a questa offerta l'acquisto di una card sponsorizzata (in seguito OS) tra quelle proposte, il “valore” di 100 euro sarebbe però maturato (attivazione della card) in “crediti” o in “saldo” dopo diversi mesi, in genere si trattava di quattro mesi, ma in alcuni casi si poteva arrivare anche a tre.*”

dal momento che vengono pagate molto meno di quello che valgono (tipicamente 60-100) con la caratteristica di dover attendere 3, 4 o 5 mesi per la loro attivazione⁴³.

51. Numerose sono le evidenze in merito alla circostanza che il Professionista, tra la fine di dicembre 2019 e l'inizio del 2020, ha promosso, sul proprio Sito, numerose offerte, ad esempio relative a SXC asseritamente in grado di permettere ai consumatori di conseguire presunti risparmi anche attraverso il servizio *Pagomeno* (“*Bollette più leggere*”), di utilizzare elevate percentuali di Crediti (“*70% utilizzo Crediti*”), di acquistare con i *Crediti* i *Brand* preferiti anche nelle offerte sponsorizzate (“*Top Brand nelle Offerte Sponsorizzate*”). Si fa riferimento, ad esempio, a un messaggio relativo alla “*SXC2020 Novità in arrivo!*” che, acquistata in abbinamento con “*2 Offerte Sponsorizzate Grandi Brand*” ([*omissis*]), consentirebbe di utilizzare il servizio *Pagomeno* attraverso il 70% di Crediti (“*Pagomeno + OS Top brand = Bollette più leggere*”); rileva, inoltre, il messaggio relativo a SixthContinent 2019 “*Top Brand nelle Offerte Sponsorizzate: Con i crediti acquisti tutti i Brand preferiti anche nelle OS*” (tra i quali [*omissis*] e [*omissis*])⁴⁴.

52. In particolare, nel periodo compreso tra settembre e dicembre 2019 “*sono state proposte sulla piattaforma SXC decine di offerte denominate “Turbo SXC Card” e “Family Box” le offerte avevano come oggetto, sostanzialmente la possibilità (come da slogan di SXC) di aumentare il potere d’acquisto delle famiglie*”. Tali offerte prevedevano l’acquisto (con pagamento immediato) di *Card* digitali a un prezzo inferiore (variabile tra i 50 e gli 80 euro) rispetto al valore facciale (100 euro) con l’obbligo di abbinare l’acquisto di una *card sponsorizzata*. Una volta attivata, il valore della carta (100 euro) si trasformava in *Crediti* (*Family Box*) o in “saldo” (*Turbo SXC*) dopo alcuni mesi. Considerato che non c’era alcun limite al numero di *card* acquistabili, molti consumatori sono stati indotti ad acquistare quantità significative di tali *card*, nell’aspettativa di ricevere l’accresciuto valore delle stesse e di poterle utilizzare “*su tutto il catalogo proposto da SXC, che comprendeva: Diversi supermercati per alimentari, card per carburante e centinaia di buoni (Gift Card) di brand molto famosi tra cui a titolo di esempio Amazon. La piattaforma prevedeva anche la possibilità di pagare bollette, bollettini, MAV e RAV tra cui Elettricità, Acqua e Gas utilizzando i suddetti crediti e*

⁴³ Cfr. doc. 30, filmato “*Come si usano le SXC Card di SixthContinent per ricaricare il Saldo e le Incredibili Offerte “Turbo”*”, acquisito in data 24 ottobre 2019 dal sito www.youtube.com/watch?v=24bvFKHryIU, realizzato da un soggetto qualificatosi come Tutor di SixthCo. e appartenente al Programma SAP del Professionista, con funzione di Supporto degli altri utenti.

⁴⁴ Il contenuto di tali promozioni è riproposto nella segnalazione prot. 31746 del 9 aprile 2020.

saldo”. Nell’ambito della suddetta campagna promozionale, orientata a stimolare gli utenti ad acquistare sempre più crediti (offerte *Family Box*), “*uno degli slogan più utilizzato è stato “I CREDITI VALGONO DI PIÙ”*”⁴⁵.

53. Nel mese di dicembre 2019, in occasione dell’operazione di unilaterale conversione delle *SXC Card* in *Crediti* (di cui si dirà più oltre)⁴⁶, SixthCo. ha nuovamente prospettato ai consumatori - per *email* e attraverso messaggio pubblicato sulla *community* intitolato “*Punti e Crediti avranno un ruolo importante nel 2020 ...*” - il preteso beneficio economico derivante da siffatta iniziativa, al fine di indurre gli utenti a non rifiutare tale conversione. SixthCo ha infatti comunicato che “*Da gennaio 2020 ... i “Punti” e “Crediti” assumeranno un ruolo ancora più importante per le politiche commerciali di SixthContinent e per tutti i Brand presenti sulla Piattaforma. I Budget Pubblicitari delle Aziende si trasformeranno in % di utilizzo dei Crediti sugli acquisti dei tuoi Brand preferiti, permettendoti di acquistare le Card anche fino al 100% con i Crediti SXC. [...] Questa novità [...] ha l’obiettivo di migliorare i vantaggi e i benefici degli Utenti SXC, infatti, sulla base delle nostre stime e proiezioni, ci attendiamo che il risparmio/guadagno degli utenti aumenti di circa il 10% rispetto al precedente modello*”⁴⁷ (grassetto in originale).

54. Sempre in relazione alla presunta convenienza economica dell’adesione alle offerte rese disponibili sulla Piattaforma, soprattutto in termini di aumento del valore dei *Crediti*, si riporta il contenuto di un messaggio di posta elettronica inviato in data 24 dicembre 2019 dal Professionista ai propri utenti nel quale, insieme agli auguri di “Buon Natale”, si premurava di “*confermare nuovamente che, dopo le Festività, torneranno le Bitsa, acquistabili tramite solo Crediti al 100% e con quelle potrete acquistare le altre Card, integrando i Crediti, come spiegato nella 1’ e 2’ VConference. I Crediti SXC valgono di più*”⁴⁸.

55. Nel mese di marzo 2020, il Professionista ha nuovamente comunicato ai consumatori due iniziative in via di attuazione, evidenziandone gli effetti positivi per gli utenti della Piattaforma. In particolare, con una prima comunicazione del 20 marzo 2020, SixthCo ha informato gli utenti che avrebbe proceduto al rimborso di tutte le *Shopping Card* nei seguenti termini: “*Cari utenti, come comunicato poco fa sul nostro Social, e via email, tutte le*

⁴⁵ Cfr. segnalazione prot. 36843 del 6 maggio 2020. Nel caso di specie, il consumatore ha accumulato 24.000 euro di *crediti*.

⁴⁶ Tale circostanza è confermata dal Professionista nella propria memoria del 9 aprile 2020, prot. 31746.

⁴⁷ La comunicazione in parola è anche allegata alla segnalazione prot. 36843 del 6 maggio 2020.

⁴⁸ Cfr. segnalazione prot. 31746 del 9 aprile 2020.

Card acquistate in passato con un ritardo di attivazione di oltre 30 giorni saranno rimborsate di default da SXC. Il rimborso è una soluzione concreta per i consumatori, soprattutto in questo momento dove molte aziende non sono in grado di farlo. Noi siamo e saremo sempre a fianco dei consumatori italiani. Le Card oggetto del rimborso hanno subito uno slittamento temporaneo dell'attivazione all'8 aprile per darci tempo di procedere con i rimborsi. Non occorre aprire alcun Ticket, come scritto nella comunicazione precedente, riceverete una mail per una procedura rapida automatica”⁴⁹.

56. Con l'altra comunicazione di pari data (20 marzo 2020), il Professionista ha informato gli utenti della decisione, adottata *“in uno spirito di fattiva collaborazione con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nel procedimento PS11332 attualmente in corso”* nonché *“nel continuo sforzo di offrirti un servizio sempre migliore”*, di offrire *“nuovamente la possibilità di riconvertire, in SXC Card, le card in cui erano state convertite le SXC Card che avevi in portafoglio lo scorso dicembre [...] Nel caso tu abbia già redento tali card potrai chiedere la riconversione dei Crediti SXC redenti (al netto di quelli eventualmente già utilizzati) in Saldo wallet, che sarà immediatamente utilizzabile”*. A tale riguardo, il Professionista elencava le *Shopping Card* (solo 16) ad allora acquistabili.

57. La comunicazione in parola proseguiva illustrando la possibilità per gli utenti di rifiutare la riconversione (*“Invece, se non vuoi la riconversione, non devi fare nulla. Le attuali card in precedenza convertite rimarranno nel tuo Account e, redimendole, potrai ottenere Crediti SXC.”*) enfatizzando al contempo - ancora una volta - i vantaggi di tale rifiuto connessi a un promesso incremento del potere di acquisto dei *Crediti*: *“In tal caso, cogliamo l'occasione per informarti che, come già comunicato in precedenza, continueremo a lavorare per rendere i Crediti SXC sempre più preziosi, come abbiamo sempre fatto negli ultimi 5 anni di attività in Italia, nonostante il difficile momento che sta vivendo il mercato della Pubblicità a causa dell'emergenza sanitaria internazionale. Nel prosieguo dell'anno in corso, quando SixthContinent avrà concluso nuovi accordi commerciali con i tuoi brand preferiti, i Crediti SXC saranno utilizzabili anche fino al 100% del valore nominale delle shopping card, quindi oltre il limite del 50%, nel caso in cui tu decida di aggiungere le opportune Offerte Sponsorizzate. Questo rappresenta un'importante evoluzione per SixthContinent che, sin dalla sua nascita, porta avanti la Missione di aumentare il Vostro potere di acquisto, motivata dalla Visione di cambiare l'approccio all'economia, partendo da*

⁴⁹ Il testo della comunicazione è riportato nella segnalazione prot. 31746 del 9 aprile 2020.

Voi, che trainate l'economia reale"⁵⁰.

2.b.ii) Le criticità della Piattaforma

58. L'ingente mole di documentazione acquisita agli atti del procedimento anche in sede ispettiva, continuamente integrata da un considerevole e crescente flusso di segnalazioni, ha consentito di enucleare le specifiche condotte poste in essere da SixthCo. nei confronti dei consumatori che, sulla base delle suggestive iniziative pubblicitarie sopra descritte, si sono determinati a registrarsi al Sito e ad acquistare le *Shopping Card*, le *SXC Card* e gli altri prodotti offerti in vendita (*bundle/box*, ecc.), molti dei quali caratterizzati da una lontana data di attivazione e dalla continua promessa di ottenere un significativo ammontare di *crediti* e *saldo/wallet* da spendere all'interno della Piattaforma per acquistare le SC presenti in catalogo o per pagare bollettini, multe e ricariche telefoniche.

59. Nello specifico, è risultato che la Società, pur continuando a prospettare la pretesa convenienza delle proprie offerte rese disponibili sulla Piattaforma ha attuato le seguenti iniziative: a) ha disposto il blocco unilaterale degli *account* di utenti in caso di lamentele e/o in presenza di condotte asseritamente riferibili a "*operazioni scorrette per frequenza e/o importo in favore di una neo costituita società*"⁵¹; b) ha ritardato e/o omesso la consegna/attivazione delle *Shopping card*; c) ha annunciato il rimborso delle *Shopping Card* non attivate, senza però realizzarlo; d) ha ostacolato l'utilizzo delle *SXC Card*, subordinandole ad esempio al compimento di ulteriori prestazioni/versamenti, in spregio di quanto previsto nei termini e condizioni vigenti al momento dell'acquisto⁵²; e) ha realizzato la conversione forzata delle *SXC* in *Crediti*; f) ha ridotto significativamente il valore del *Crediti* per l'acquisto di *Shopping Card* (la percentuale di utilizzo è scesa dal 50% all'1%)⁵³; g) ha diminuito il novero delle *Shopping Card* acquistabili; h) ha ostacolato l'utilizzo dei *crediti* per la fruizione dei Servizi sulla Piattaforma (*Pagomeno* e *Ricaricacell*)⁵⁴; i) ha effettuato la riconversione delle *SXC Card*; l) ha comunicato l'incremento della percentuale di utilizzo dei *crediti* dal 1° luglio 2020, ma solo per utenti di nuova registrazione.

60. Nei paragrafi seguenti si procederà a illustrare nel dettaglio i

⁵⁰ Cfr. segnalazione prot. 28428 del 23 marzo 2020.

⁵¹ Cfr. comunicazione 15469 del 29 gennaio 2020.

⁵² Cfr. tra tutte, la segnalazione prot. 28433 e prot. 28553 del 23 marzo 2020.

⁵³ Cfr. segnalazione prot.13191 del 20 gennaio 2020.

⁵⁴ Cfr. segnalazione prot.32540 del 14 aprile 2020.

comportamenti attuati dalla Società nei confronti degli utenti che sono stati indotti, dalle modalità scorrette di prospezione e commercializzazione da essa adottate, a registrarsi sul Sito ed effettuare gli acquisti proposti, riportando in relazione agli stessi solo alcune delle vicende segnalate dai consumatori che si sono rivolti all’Autorità, a mero titolo esemplificativo, atteso l’elevatissimo numero di segnalazioni (riferibili a oltre mille consumatori) pervenute nel corso dell’intero procedimento.

a) *Il blocco/sospensione degli account*

61. A partire dal mese di luglio 2018, molti consumatori hanno segnalato di aver subito il blocco/sospensione degli *account* ad opera di SixthCo. senza giustificato motivo⁵⁵ oppure sulla base di pretestuose motivazioni, quali la pretesa necessità di fornire documenti, l’attuazione di presunte operazioni sospette⁵⁶ o asseriti acquisti c.d. anomali⁵⁷ o ancora a fronte della mera proposizione di reclami⁵⁸. In molti dei casi segnalati, SixthCo. avrebbe prima sospeso e poi chiuso gli *account* di molti consumatori, i quali si sarebbero trovati quindi nella condizione di non poter utilizzare le *Shopping Card* acquistate, nonché i *crediti*, i *punti* e le altre utilità scaturenti dall’adesione alla *community*, senza peraltro ottenere il promesso rimborso di quanto versato sul Sito e maturato per le attività svolte sulla Piattaforma⁵⁹.

62. Come segnalato da un consumatore, tali misure “*provocano immediatamente l’impossibilità di accedere ai propri beni digitali (le shopping card acquistate) ed ai propri dati personali nonché la perdita del saldo, dei crediti e punti accumulati attraverso gli acquisti e le attività effettuate sul sito sxc. Trattasi in questo caso di decine di migliaia di euro che improvvisamente vengono sottratti all’utente senza che lo stesso abbia modo di ottenere alcun rimborso poiché tale eventualità è espressamente esclusa dai termini e condizioni d’uso imposti!*”⁶⁰.

⁵⁵ Cfr. ad es. documento del fascicolo ispettivo n.190.

⁵⁶ Cfr. documento del fascicolo ispettivo n.211: l’utente lamenta la circostanza che non vi era alcun riferimento a limiti per l’utilizzo delle carte Bitsa e pertanto non considera corretta l’applicazione di una regola in modo retroattivo.

⁵⁷ Cfr. segnalazione prot.67690 del 17 ottobre 2019.

⁵⁸ Cfr. documento del fascicolo ispettivo n.139, relativo al reclamo di un utente che dichiara: “*Buongiorno, poco fa mi sono lamentato del fatto che cancellate sistematicamente i commenti che non sono di vostro gradimento. Per tutta risposta, a quanto pare, mi avete escluso dal sito*”. Si veda anche il documento del fascicolo ispettivo n.179.

⁵⁹ Cfr. segnalazione prot.63275 del 27 settembre 2019.

⁶⁰ Cfr. segnalazione prot.14092 del 23 gennaio 2020. Si veda anche il documento del fascicolo ispettivo n.123 e la segnalazione prot. 25387 del 6 marzo 2020, in cui un aderente, che ha subito il blocco dell’*account* a far data dal 7 novembre 2019, si trova nell’impossibilità di utilizzare l’importo di circa €20.000 versato, condotta confermata anche alla successiva data del 24 marzo 2020 (prot. 28837). Cfr. anche segnalazione prot. 23568

63. Dalle evidenze ispettive è emerso chiaramente come la sospensione/blocco degli *account* sia stata frequentemente effettuata dal Professionista sulla base di istruzioni impartite direttamente dal fondatore della *community* (“*Bloccate [omissis] a vita, grazie*”)⁶¹, senza tuttavia l’indicazione di una specifica motivazione⁶².

64. Inoltre, nelle ipotesi di blocco/sospensione dell’*account* dei consumatori il servizio di *Customer Care*, nonostante avesse contezza delle ragioni che lo avevano determinato, non forniva tale informazione al consumatore-aderente se non, in alcuni casi, dopo numerosi e insistenti reclami⁶³. La documentazione istruttoria attesta infatti che SixthCo. dapprima si limitava a rivendicare la facoltà di operare unilateralmente in tal senso (“*SixthContinent può decidere in modo unilaterale di bloccare un Account anche per motivi di Etica Aziendale*”), poi - senza specificare il motivo - annunciava l’intervento di legali (“*Ci teniamo ad informarla che ogniqualevolta un Account venga bloccato temporaneamente o in modo definitivo la pratica viene trasferita al team legale che valuta e si riserva eventuali azioni penali*”) e solo dopo diversi giorni forniva all’utente estromesso la motivazione per cui era stato disposto il blocco dell’*account* nei suoi confronti⁶⁴.

65. Al riguardo, risulta emblematica la vicenda di una consumatrice che, dopo essere stata ammessa ad acquistare tre “*gift card a brand SIXTHCONTINENT del valore nominale di euro 250, euro 200, euro 50*” nonché successivamente altre settanta carte dello stesso tipo aventi valore nominale di euro 100 cadauna (per la somma scontata di €4.555), avrebbe subito la chiusura “*ingiustificata*” dell’*account*, senza ricevere alcuna indicazione in proposito, e si sarebbe quindi trovata nell’impossibilità di utilizzare le *SXC Card* acquistate, di valore corrispondente ad un importo complessivo di €7.500 (“*ad oggi interamente trattenuto dalla soc. Sixthcontinent Europe s.r.l.*”), nonché di usufruire delle altre utilità connesse alla partecipazione alla *community*⁶⁵.

del 2 marzo 2020, trasmessa da un utente che, in ragione del sostanziale congelamento dell’*account*, ha precisato di non essere nelle condizioni di acquistare *card*, scrivere al supporto e, in ultima analisi, utilizzare “*seimila euro bloccati da mesi*”.

⁶¹ Cfr. documenti del fascicolo ispettivo nn. 106, 107, 181, 182. Cfr. anche il documento del fascicolo ispettivo n.183.

⁶² Cfr. documento del fascicolo ispettivo n. 297.

⁶³ Si vedano, *ex multis*, i documenti del fascicolo ispettivo nn. 82, 105, 162, 163, 164 e 258.

⁶⁴ Cfr. documenti del fascicolo ispettivo n.18 e n.45.

⁶⁵ Cfr. segnalazione prot. 59987 del 13 settembre 2019. Nello specifico, la segnalante fa presente altresì “*che degli importi relativi a CREDITI, WALLET, EXTRAPROFIT maturati presenti sul mio account al momento dell’oscuramento, NON HO CONTEZZA in quanto, a seguito della chiusura improvvisa ed inaspettata, non ho avuto modo di prenderne visione con certezza*”. Infine, la consumatrice riporta che il Professionista avrebbe proposto “*a me, ed ad altri utenti nella mia stessa situazione*”, la restituzione di parte delle somme spettanti “*intimandomi di procedere per vie legali (attribuendomi DANNI ALL’MMAGINE) nel caso non accettassi la loro proposta*”.

66. Dalla documentazione agli atti è risultato inoltre che, in diverse circostanze, il blocco dell'*account* dell'utente è stato disposto dal Professionista sulla base di un mero diniego dell'utente già registrato al Sito di fornire, per via telematica, copia dei propri documenti personali⁶⁶.

67. Le evidenze agli atti attestano che in alcuni casi, dopo aver consentito la registrazione sul Sito e la creazione del relativo *account*, attraverso l'inserimento dei dati personali richiesti (nome, cognome e data di nascita), il Professionista ha bloccato gli *account* degli utenti senza alcun preavviso e in assenza di giustificazioni, limitandosi successivamente a chiedere – sempre senza alcuna motivazione – l'invio della carta di identità, del codice fiscale e di un documento che attestasse la residenza emesso da non oltre 3 mesi, al fine di procedere alla riattivazione delle loro posizioni⁶⁷. A seguito dell'intervento di un rappresentante legale dei suddetti consumatori, SixthCo. avrebbe poi estromesso definitivamente gli stessi dalla *community*, chiudendo *“gli account senza dirci nulla ed impedendoci sia di avere accesso a quanto già acquistato che anche ai crediti cumulati in precedenza!”*⁶⁸, *“impadronendosi tra l'altro, di tutto quanto cumulato nel tempo”*⁶⁹.

68. Dalle evidenze acquisite è emerso che in numerosi casi il Professionista, al fine di giustificare il blocco/sospensione dell'*account*, ha addotto come motivazione la circostanza che gli utenti avrebbero compiuto *“operazioni sospette per frequenza e/o importo in favore di una neo costituita società”* e ha anche indebitamente trattenuto l'ingente importo versato dagli utenti in questione (€284.400, relativo *“al valore nominale delle card+tutti i crediti e i soldi presenti sul wallet di ciascuno di noi”*)⁷⁰. Il blocco dell'*account* per motivazioni analoghe e la mancata restituzione dei *crediti*, del *saldo* e di tutte le *card* presenti nell'*account* bloccato, sono stati segnalati anche da altri utenti ai quali la Società, in risposta alla richiesta di rimborso, adduceva la necessità di svolgere imprecisate verifiche interne⁷¹.

69. Rileva in tal senso anche la vicenda di una consumatrice, riportata da

⁶⁶ Cfr. documento del fascicolo ispettivo n. 14. In proposito si evidenzia che la *registrazione* al Sito avviene attraverso una procedura di iscrizione che prevede la compilazione di un *form on-line* dove sono inserite tutti i dati personali del consumatore e culmina nella creazione di un profilo personale dell'aderente alla *community* SixthCo.

⁶⁷ Cfr. segnalazione prot.61801 del 3 settembre 2018.

⁶⁸ Cfr. segnalazione prot.80370 del 5 dicembre 2018, inviata da cinque aderenti alla Piattaforma.

⁶⁹ Cfr segnalazione prot. 11769 del 14 gennaio 2019. Si veda il documento del fascicolo ispettivo n.190: nella *mail* di risposta al blocco *account*, il consumatore precisava: *“Al fine di ottenere lo sblocco dell'account, si allegano i documenti richiesti. Si fa notare che il blocco è avvenuto senza comunicare nulla se non dopo un mio sollecito avvenuto a fine mese perdendo di fatto il credito accumulato”*. In ordine al blocco praticato in assenza di una specifica comunicazione al riguardo si vedano anche i documenti ispettivi nn. 212 e 214.

⁷⁰ Cfr. segnalazione prot. 67690 del 17 ottobre 2019, trasmessa da dieci consumatori.

⁷¹ Cfr. documento del fascicolo ispettivo n. 112.

un'associazione di consumatori, che ha subito il blocco dell'*account* e che solo dopo molteplici richieste al servizio clienti è stata resa edotta della motivazione, asseritamente riconducibile a *“indeterminate e assolutamente indimostrate operazioni ritenute “anomale” secondo il giudizio totalmente discrezionale della piattaforma”*. In particolare, il servizio clienti avrebbe riferito che *“da una verifica, sono emerse operazioni che hanno sfruttato illecitamente e indebitamente il servizio Pagomeno per effettuare pagamenti che non fossero tracciabili e/o in violazione della attuale normativa fiscale e/o in violazione della attuale normativa antiriciclaggio, circostanza che si pone come una evidente violazione dell’art. 2.2 sopra richiamato”*. Nonostante SixthCo., a fronte dei numerosi solleciti e richieste di chiarimenti, si fosse impegnata a riconoscere in un termine di 90 giorni il rimborso delle sole somme pagate per l'acquisto delle *Card*, la consumatrice non ha mai ricevuto il promesso e sollecitato rimborso⁷².

70. Ulteriori blocchi degli *account* sono riconducibili, in base agli elementi delle risultanze istruttorie, alla pubblicazione da parte degli utenti di commenti negativi in merito all'operatività della Piattaforma e alla convenienza della partecipazione alla *Community*. Emblematica appare al riguardo la testimonianza di un consumatore secondo cui SixthCo. avrebbe operato *“inopinatamente”* il blocco dell'*account*, in quanto *“la ragione della sospensione dell’account andrebbe individuata in una serie di messaggi pubblicati nella sezione social di sxc senza che sia stata mai presentata alcuna prova circa la tipologia e la lesività di tali messaggi, né tantomeno alcun avvertimento o segnalazione precedente al provvedimento di sospensione dell’account”*. L'utente in questione, dopo aver contattato il fondatore della *community* per ottenere spiegazioni anche nella sua qualità di sottoscrittore dell'aumento di capitale realizzato attraverso il noto portale di *equity crowdfunding*, 200Crowd, è stato avvertito della possibilità di incorrere in azioni legali nei suoi confronti, con l'intento di farlo desistere dal richiedere le ingenti somme di denaro *“investite dalla sua famiglia e bloccate sul sito SXC”*⁷³.

71. Il sopra descritto *modus operandi* di SixthCo. è confermato da ulteriori segnalazioni di utenti vittime del blocco nelle quali, sottolineando che *“la piattaforma cambia tutto a proprio piacimento, in maniera vessatoria e senza possibilità di recessi e rimborsi”*, si evidenzia come *“i siti, pagine Facebook*

⁷² Cfr. segnalazione prot. 27501 del 17 marzo 2020.

⁷³ Cfr. segnalazione prot. 14092 del 23 gennaio 2020. Al riguardo si veda anche lo *script* di cui al documento del fascicolo ispettivo n.65: *“Buongiorno, il tuo account era stato temporaneamente bloccato in quanto è stato segnalato un post pubblico che viola le regole di Sixth Continent”*.

e canali YouTube che conservavano uno storico di tutte le card uscite con termini e condizioni, ad oggi abbiano subito una vera campagna di censura, i proprietari sono stati minacciati e si sono visti arrivare lettere dai legali di Sixthcontinent per far chiudere tutto ... Interessante come accentrino tutto sul canale social proprietario nell'ultimo mese, sui server sixthcontinent, dove può essere tutto controllato censurato e se serve cancellato senza traccia”⁷⁴.

72. In base ai documenti in atti, la pratica del blocco degli *account* è stata attuata da SixthCo. anche nei confronti degli utenti che hanno rivolto dei reclami al Professionista. Rileva in tal senso la segnalazione di un consumatore che, preoccupato di conservare l’anonimato in quanto “*la società applica ritorsioni nei confronti di qualunque cliente osi esporre delle semplici critiche oppure far valere [...] i propri diritti*”, ha evidenziato proprio come SixthCo. ponga in essere varie forme di rappresaglia nei confronti degli utenti reclamanti tra cui, oltre alla minaccia di azioni legali, “*la pratica più immediata e distruttiva*” costituita dalla “*brutale chiusura dell'account con perdita del monte crediti disponibili*”⁷⁵.

73. Gli accertamenti ispettivi effettuati presso la sede di SixthCo. hanno consentito di appurare che la sospensione/blocco degli *account*, dal 9 marzo 2018⁷⁶, ha riguardato [6.000-7.000] posizioni e che, in data 12 dicembre 2019, tale misura si applicava ancora a [3.000-4.000] posizioni. Inoltre, è risultato che un elevato numero di *Shopping Card* acquistate dai consumatori non era stato “scaricato” dai relativi *account* a seguito della sospensione delle stesse carte disposta dal Professionista; nello specifico, si trattava di [10.000-20.000] *Shopping Card* corrispondenti a un valore complessivo di [1-2 milioni di euro]⁷⁷.

74. I dati sopra riportati, acquisiti nell’ispezione del 12 dicembre 2019, sono parziali e non colgono tuttavia il fenomeno nella sua interezza in quanto i descritti comportamenti di blocco/sospensione degli *account*, alla luce delle evidenze in atti, hanno continuato ad essere oggetto di attuazione da parte di SixthCo. anche nei mesi successivi, come testimoniato dai consumatori che hanno subito la sospensione e la cancellazione del proprio *account* alla fine del mese di marzo 2020, con la conseguenza di non poter più accedere al proprio profilo di utente nonché utilizzare le *Shopping Card* acquistate, il *Saldo*, i *Crediti* e i *Punti* accumulati attraverso gli acquisti e le attività

⁷⁴ Cfr. segnalazione prot. 17670 del 6 febbraio 2020.

⁷⁵ Cfr. segnalazione prot. 17090 del 4 febbraio 2020.

⁷⁶ Cfr. documento del fascicolo ispettivo n. 297 dal quale emerge che il primo blocco è stato effettuato in data 9 marzo 2018.

⁷⁷ Cfr. verbale accertamento ispettivo del 12 dicembre 2019.

effettuate nell'ambito della *community*⁷⁸.

75. Ulteriori evidenze in merito alla condotta del Professionista si rinvencono anche nelle testimonianze di quei consumatori che, lamentando il persistente impedimento all'utilizzo dei *crediti* maturati sulla Piattaforma e del *wallet*, hanno segnalato come il "*Legal Team*" di SixthCo. abbia emanato in data 27 febbraio 2020 un comunicato contenente notizie inesatte sul blocco degli *account* avvenuti in passato, nel quale si affermava – contrariamente al vero - che tutti gli utenti bloccati erano stati contattati per la consegna delle *Card* e per comunicare le motivazioni del blocco stesso⁷⁹.

b) Ritardo/impedimento dell'attivazione di Shopping Card

76. Dalla corposa documentazione agli atti del procedimento è emerso il comportamento, attuato in modo diffuso da parte di SixthCo. nei confronti degli aderenti alla *community*, consistente nel ritardare e/o impedire senza valida giustificazione l'attivazione delle *Shopping Card*, in spregio degli specifici termini e condizioni espressamente previsti al momento dell'acquisto, attraverso la mera comunicazione unilaterale da parte della Società di continui ed immotivati rinvii delle date di attivazione⁸⁰.

77. In particolare, le risultanze istruttorie hanno consentito di enucleare la consistente e sistematica posticipazione della possibilità di utilizzo delle *Shopping Card* acquistate dagli utenti, attraverso continui e immotivati differimenti delle date di consegna/attivazione delle carte. Il Professionista ha reiteratamente disposto e comunicato sulla Piattaforma agli utenti il rinvio dell'attivazione di un significativo numero di *Shopping Card* relative a svariati *brand partner* a partire dalla fine del 2019 (19 dicembre 2019) e in varie occasioni nel corso del 2020 (10 e 24 gennaio, 14 e 25 febbraio, 9 e 20 marzo), fino all'ultimo differimento alla data dell'8 aprile 2020, termine al quale, secondo le segnalazioni agli atti, non è seguita l'attivazione delle carte⁸¹. In

⁷⁸ Si cfr. *ex multis* segnalazione prot. 28841 del 24 marzo 2020, nella quale un consumatore dichiara di aver subito, senza alcun preavviso né giustificazione, il blocco del proprio *account* in data 23 marzo 2020 e ha chiesto il rimborso di un importo complessivo di circa 4.800 euro.

⁷⁹ Cfr. segnalazione prot. 23362 del 28 febbraio 2020.

⁸⁰ Cfr., *ex multis*, segnalazioni prot.81410 del 20 dicembre 2019, prot. 23276 del 28 febbraio 2020, prot. 23547 del 2 marzo 2020 (in questo caso il valore delle carte la cui attivazione è stata posticipata per tre volte supera il 16.000 euro), prot. 23602 del 2 marzo 2020.

⁸¹ Cfr. *Ex multis*, segnalazione prot. 36624 del 5 maggio 2020 e prot. 36843 del 6 maggio 2020, nella quale si precisa che la scadenza delle SC è stata posticipata come segue:

- una comunicazione del 24 gennaio indicava un primo slittamento di 15 giorni lavorativi;
- una comunicazione del 14 febbraio indicava un secondo slittamento di 10 giorni lavorativi;
- una comunicazione del 25 febbraio indicava un terzo slittamento di 7 giorni lavorativi;
- una comunicazione del 9 marzo indicava un quarto slittamento di 10 giorni;

esito ai continui differimenti dell'attivazione delle *Shopping Card*, i consumatori, pur avendo regolarmente pagato il corrispettivo per il loro acquisto, per un lungo periodo di tempo non le hanno potute utilizzare per poter effettuare le relative spese.

78. In ordine alla descritta condotta, rilevano le numerosissime segnalazioni pervenute agli atti, in relazione alle quali si riportano a mero titolo di esempio solo alcune vicende emblematiche. Il 28 febbraio 2020 una consumatrice ha segnalato che, avendo acquistato una *Card Ikea* dal valore di €500 (pagata € 495 con bonifico), con attivazione prevista in 15 giorni lavorativi (il 19 febbraio 2020), si è vista posticipare la data di attivazione, in assenza di preavviso, dapprima al 28 febbraio e poi al 10 marzo 2020, senza quindi poter utilizzare la carta entro i giorni previsti dal contratto⁸²; successive segnalazioni del mese di marzo 2020 hanno evidenziato che il Professionista ha disposto, in un caso, quattro differimenti della data di attivazione delle *Shopping Card* acquistate da un utente il 14 gennaio 2020, rinviando l'attivazione al 4 febbraio, poi al 10 marzo, successivamente al 23 marzo e da ultimo all'8 aprile 2020⁸³; in un altro caso, SixthCo. ha comunicato a un utente per ben sei volte il differimento della consegna delle *Shopping Card*⁸⁴. Emblematica risulta infine una segnalazione pervenuta nel mese di aprile 2020, che raccoglie le doglianze di un elevato numero di consumatori (541 utenti) e documenta l'attuazione di continui rinvii applicati da SixthCo. sulle date di consegna delle *Shopping Card*, rinvii che "sistematicamente" venivano protratti all'avvicinarsi della data di consegna⁸⁵.

79. Sulla base di quanto evidenziato da un consumatore nel mese di marzo 2020, neppure l'invio di numerosi reclami al *customer care* del Professionista sarebbe valso a risolvere la sua situazione e in particolare l'impossibilità di utilizzare una *Shopping Card* [omissis] acquistata per un valore nominale di € 100 e fruibile, in base alle condizioni e termini di vendita, dal 23 gennaio 2020⁸⁶.

80. Come sopra accennato, e come segnalato da un consistente gruppo di consumatori, gli utenti SixthCo., a seguito dei continui rinvii disposti dalla Società, si sono trovati "*in estrema difficoltà, quando si è constatata l'impossibilità di spendere il proprio credito accumulato e l'impossibilità di*

- infine una comunicazione del 20 marzo (con comunicazione *Social*) prevedeva il quinto slittamento all'8 aprile "*condito con un rimborso forzato non richiesto*"

⁸² Cfr. segnalazione prot. 23362 del 28 febbraio 2020.

⁸³ Cfr. segnalazione prot. 28552 del 23 marzo 2020.

⁸⁴ Cfr. segnalazione prot. 28623 del 23 marzo 2020.

⁸⁵ Cfr. segnalazione prot. 32540 del 14 aprile 2020

⁸⁶ Cfr. segnalazione prot. 25216 del 6 marzo 2020.

scaricare le card acquistate”, molte delle quali relative ad acquisti di beni alimentari e di prima necessità⁸⁷.

c) *L’annunciato rimborso delle Shopping Card*

81. Dalla copiosa documentazione in atti emerge il protrarsi, anche successivamente all’8 aprile 2020 - data dell’ultimo rinvio per l’attivazione delle *Shopping Card* acquistate dagli utenti - della situazione di sostanziale impossibilità di scaricare gran parte delle *card* acquistate, cui avrebbe fatto seguito anche la cancellazione delle carte e la scomparsa delle prove d’acquisto dal profilo d’utente⁸⁸.

82. In tale contesto di continua posticipazione delle date di attivazione delle *Shopping card* e di conseguente impossibilità di utilizzo delle stesse da parte degli utenti, in data 20 marzo 2020 SixthCo ha comunicato agli utenti che avrebbe proceduto al rimborso di tutte le *Shopping Card* già acquistate per le quali non era stato possibile rispettare le tempistiche di *download*, restituendo quanto corrisposto per l’acquisto della *Shopping Card* sia in termini di *crediti*, *punti* o *saldo* utilizzati sia in termini di denaro (accreditando quest’ultimo sulla carta di credito o Iban)⁸⁹.

83. In relazione a tale iniziativa di rimborso forzato, alcune segnalazioni sottolineano l’incongruità dell’operazione, *“in quanto non si comprende assolutamente il perché debbano essere rimborsate delle shopping card che sono attualmente presenti nel catalogo e vengono tranquillamente vendute, dimostrazione lampante che gli unici scopi dell’azienda sono stati quelli di trattenere altro denaro versato dagli utenti, come se l’enorme cifra incassata nel periodo delle precedenti offerte precedentemente descritte non gli fosse bastata, cifra che da un calcolo assolutamente al ribasso effettuato*

⁸⁷ Cfr. segnalazione prot. 32540 del 14 aprile 2020.

⁸⁸ Cfr. segnalazione prot. 32253 del 10 aprile 2020: un consumatore sarebbe riuscito a scaricare solo una delle cinque carte acquistate, mentre le altre quattro sarebbero state addirittura cancellate dal suo profilo. Significativa in proposito anche la vicenda di cui alla Segnalazione prot. 32662 del 15 aprile 2020: il segnalante, avendo acquistato una carta “*carburante*” il 20 febbraio 2020 con attivazione prevista dopo 15 giorni, prima ha subito la consueta serie di rinvii e poi si è visto cancellare la carta e ha lamentato la scomparsa delle prove d’acquisto dal proprio profilo. Circa la scomparsa delle *card*, si vedano anche le segnalazioni prot. 32665 del 15 aprile 2020 e prot. 33112 del 17 aprile 2020.

⁸⁹ V. la memoria di SixthCo., prot. 28367 del 23 marzo 2020 e la memoria finale (Allegato 19). Nella comunicazione allegata alla memoria finale di SixthCo. si legge: *“Cari utenti, come comunicato poco fa sul nostro Social, e via email, tutte le Card acquistate in passato con un ritardo di attivazione di oltre 30 giorni saranno rimborsate di default da SXC. Il rimborso è una soluzione concreta per i consumatori, soprattutto in questo momento dove molte aziende non sono in grado di farlo. Noi siamo e saremo sempre a fianco dei consumatori italiani. Le Card oggetto del rimborso hanno subito uno slittamento temporaneo dell’attivazione all’8 aprile per darci tempo di procedere con i rimborsi. Non occorre aprire alcun Ticket, come scritto nella comunicazione precedente, riceverete una mail per una procedura rapida e automatica...”*. Si vedano anche le segnalazioni prot. 31746 del 9 aprile 2020 e prot. 29081 del 25 marzo 2020.

esclusivamente in base al numero di recensioni ricevute sulle singole offerte, si aggira a non meno di 40 milioni di euro”⁹⁰.

84. Inoltre, come evidenziato nella segnalazione inviata congiuntamente da numerosissimi consumatori (oltre 500)⁹¹, non risulta che i vantaggi pubblicizzati da SixthCo. si siano concretizzati, attesa l’impossibilità di spendere il credito accumulato e di scaricare le *card* acquistate; tale situazione è ulteriormente precipitata quando, nel mese di marzo 2020, SixthCo. *“senza alcuno scrupolo e contro la volontà dell’utente, è andata persino ad annullare (a fine marzo) tutti gli acquisti di card (incluse spese alimentari e beni di prima necessità) effettuati nei mesi passati”⁹²*, proponendo - invece del rimborso in denaro pari al loro valore - la restituzione di *wallet* e *crediti* utilizzati in fase di acquisto, lasciando così i consumatori senza i prodotti acquistati e senza la possibilità di effettuare nuovi acquisti, data la scarsa fruibilità del saldo in relazione a poche e non appetibili SC. In ordine al *modus operandi* del Professionista, nella segnalazione in esame si sottolinea che *“ogni utente, ha visto sparire all’improvviso dalla piattaforma le card di cui era in attesa e i relativi documenti fiscali dall’apposita sezione. Non vi era modo per l’utente di sapere cosa accadeva, visto che nessuna comunicazione né i documenti venivano rilasciati per descrivere le operazioni effettuate”*.

85. Come risulta da molte segnalazioni, le previste modalità di rimborso si sostanziavano in un chiaro svantaggio per i consumatori: *“Gli utenti si sono visti ulteriormente danneggiati dal modus operandi del rimborso, visto che la stessa [SixthCo.] decideva in maniera unilaterale di restituire wallet e crediti utilizzati in fase di acquisto, ritrovandosi senza i prodotti acquistati e senza la possibilità di effettuare nuovi acquisti, dato che [...] il saldo era ed è utilizzabile su pochissime shopping card, inerenti tra l’altro, a piccolissime aziende e a prodotti di scarso interesse”⁹³*. Più specificamente, *“il risultato è che, a fronte del rimborso effettuato nelle modalità descritte, per il ri-acquisto delle stesse card, occorre usare proprio cash nella misura di almeno il 97%; altra cosa gravissima, alcune card sono state acquistate almeno al 50% cash, la cui relativa parte di rimborso su carta di credito utilizzata, benché promessa e comunicata ufficialmente nella relativa sezione della piattaforma, di fatto non*

⁹⁰ Cfr., tra le tante, la segnalazione prot. 36843 del 6 maggio 2020.

⁹¹ Cfr. segnalazione prot. 31746 del 9 aprile 2020, secondo la quale i principali vantaggi pubblicizzati da SixthCo. sarebbero: Acquisto *card* con 100% crediti; Consegna immediata card a partire dal 10 gennaio 2020; Bitsa, Amazon e Multicard pagabili con il 100% di crediti; Grandi brand in arrivo; Aumento del potere di acquisto fino a +10% rispetto al passato (20%); Offerte sponsorizzate con abbinamento di card di aziende primarie; Pagomeno con utilizzo crediti dal 5% fino al 100%.

⁹² Cfr. segnalazione prot.32540 del 14 aprile 2020.

⁹³ Cfr. segnalazione prot. 32540 del 14 aprile 2020.

è avvenuta; io personalmente sono in attesa di rimborso su carta di credito di alcune card da fine gennaio 2020”⁹⁴.

86. A seguito della comunicazione di SixthCo. che annunciava (il 20 marzo 2020) il rimborso delle *Shopping Card* “non attivabili”, sono pervenute numerose segnalazioni attestanti la mancata attuazione da parte del Professionista del prospettato rimborso⁹⁵. Sulla base di tali testimonianze, SixthCo., dopo i reiterati rinvii dell’attivazione delle *Shopping Card* e l’annullamento delle *card* acquistate, non ha corrisposto i promessi rimborsi⁹⁶, né ha prestato assistenza attraverso il *customer care*⁹⁷, mentre ha continuato a minacciare la perdita dei *crediti* maturati nel caso di omesso acquisto mensile⁹⁸.

87. Secondo la testimonianza di un partecipante alla *community*, che aveva acquistato (in data 14 febbraio 2020) ben 33 *gift card Bitsa* (per un importo in contanti di 2.340 euro al quale sono stati sommati 900 euro in *crediti*), SixthCo. ha dapprima differito per ben cinque volte l’attivazione delle carte e successivamente ha comunicato la decisione di rimborsare le carte stesse; tuttavia, alla data della segnalazione (17 aprile 2020), il Professionista aveva rimborsato solo il valore corrisposto in *crediti* e non la maggior quota pagata in contanti⁹⁹.

88. Emblematica al riguardo risulta la vicenda di un utente che, dopo aver subito per ben sei volte il differimento della consegna di *Shopping Card* acquistate nei mesi precedenti, ne ha poi ricevuto “*il rimborso di default*”, che tuttavia si sarebbe tradotto in un concreto svantaggio e in un effettivo beneficio solo per SixthCo. in ragione del fatto che i *Crediti* potevano essere utilizzati solo per una percentuale irrisoria del 2% e rimanevano quindi bloccati nella Piattaforma¹⁰⁰.

89. Ulteriori evidenze relative all’omesso rimborso delle *Shopping Card* acquistate e mai attivate a causa dei numerosi rinvii da parte di SixthCo. si rinvencono nelle segnalazioni di quei consumatori che hanno denunciato la cancellazione da parte del Professionista delle carte dalla loro *dashboard* personale nonché l’eliminazione delle ricevute d’acquisto relative alle *card*

⁹⁴ Cfr. segnalazione prot. 36843 del 6 maggio 2020.

⁹⁵ Cfr. segnalazione prot. 31746 del 9 aprile 2020.

⁹⁶ Cfr. segnalazioni prot. 33415 del 20 aprile 2020 e prot. 35414 del 28 aprile 2020.

⁹⁷ Cfr. segnalazione prot. 38137 del 12 maggio 2020.

⁹⁸ Cfr. segnalazione prot. 38140 del 12 maggio 2020.

⁹⁹ Cfr. segnalazione prot. 33255 del 17 aprile 2020. In ordine al mancato rimborso della quota in contanti, si veda anche la segnalazione prot. 36411 del 4 maggio 2020.

¹⁰⁰ Cfr. segnalazione prot. 28623 del 23 marzo 2020.

annullate dalla pagina personale degli utenti¹⁰¹.

90. La documentazione acquisita agli atti dimostra che, alla data del 23 aprile 2020, il Professionista – a dispetto di quanto prospettato ai consumatori – non aveva ancora effettuato i promessi rimborsi e non consentiva ai consumatori di avvalersi del supporto del servizio clienti¹⁰².

91. In relazione all’attività di esecuzione dei rimborsi, SixthCo., pur avendo aperto una sezione rimborsi per le *card* non attivate, non ha tuttavia esplicitato compiutamente le relative regole di funzionamento¹⁰³, obbligando gli utenti che avessero intenzione di richiedere il rimborso di quanto versato a rinunciare ad ogni diritto di apertura e proseguimento del *Chargeback*¹⁰⁴ o di qualsiasi altra forma di rivalsa¹⁰⁵, pena la denuncia per frode¹⁰⁶.

92. Di recente, molteplici utenti hanno segnalato la circostanza che SixthCo. abbia trasmesso, tramite un legale, una nota con la quale, asserendo che le *Shopping Card* sono disponibili sui rispettivi *account*, qualifica la richiesta di *charge back* “*per prodotti digitali già validamente in essere presso l’account*” come “*un ipotesi di truffa ex art. 640 c.p., punibile con la reclusione fino a tre anni*”¹⁰⁷.

d) *Ostacoli all’utilizzo delle SXC Card*

93. Dalla documentazione istruttoria sono emersi ulteriori comportamenti del Professionista, consistenti nell’ostacolare l’utilizzo delle *SXC card* vendute agli utenti e/o nel subordinarne la fruibilità all’acquisto di ulteriori prodotti e al pagamento di importi aggiuntivi. In proposito, secondo la doglianza di una consumatrice, SixthCo. avrebbe di fatto impedito l’utilizzo di dieci *Sixth August Card* acquistate nel mese di agosto 2019 al costo di € 620, se non previo acquisto di un abbonamento ad un altro prodotto denominato “*Orange Premium*”, nonostante le predette carte risultassero - in base alle condizioni di acquisto - fruibili per l’importo complessivo di € 1.000 a partire dal 31 dicembre 2019¹⁰⁸.

94. Analoga fattispecie è occorsa a un altro aderente alla *community* che, avendo acquistato a fine dicembre 2019 una *New Year Card*, le cui condizioni

¹⁰¹ Cfr. segnalazioni prot. 22644 del 26 febbraio 2020, prot.30421 del 2 aprile 2020 e prot.34743 del 24 aprile 2020.

¹⁰² Cfr. segnalazione prot. 34449 del 23 aprile 2020.

¹⁰³ Cfr. segnalazione prot. 38553 del 13 maggio 2020.

¹⁰⁴ Cfr. segnalazione prot. 37472 dell’8 maggio 2020.

¹⁰⁵ Cfr. segnalazione prot. 37847 dell’11 maggio 2020.

¹⁰⁶ Cfr. segnalazione prot. 38357 del 12 maggio 2020.

¹⁰⁷ Tra le tante cfr. segnalazione prot. 39334 del 18 maggio 2020.

¹⁰⁸ Cfr. segnalazione prot. 82574 del 30 dicembre 2019.

di vendita contemplavano un prezzo di €300 a fronte di un valore di utilizzo di €500 di *crediti* spendibili per comprare altre *card*, non solo non ha potuto attivare la predetta carta, ma non ha neppure potuto utilizzare l'importo di € 500 in *crediti*, dal momento che erano spendibili nel limite di soli € 10 complessivi e a condizione che l'utente acquistasse altre *card*¹⁰⁹.

e) *Conversione delle SXC Card in Crediti*

95. Sulla base delle risultanze istruttorie è emerso che SixthCo., a far data dal 18 dicembre 2019, ha convertito in *Crediti* - in modo unilaterale e senza preavviso - tutte le *SXC Card* acquistate ma non ancora scaricate; in sostanza l'utente, invece di ricevere nel proprio portafoglio elettronico un importo monetario corrispondente al valore della *SXC* (c.d. *Saldo/Wallet*), da poter spendere sul Sito, si ritrovava soltanto un ammontare di *Crediti* corrispondente al valore delle *SXC card* acquistate¹¹⁰.

96. Come sopra accennato, il Professionista ha comunicato agli utenti (per *email* e attraverso messaggio pubblicato sulla *community*) che “*Da gennaio 2020 ... i “Punti” e “Crediti” assumeranno un ruolo ancora più importante per le politiche commerciali di SixthContinent e per tutti i Brand presenti sulla Piattaforma. [...] permettendoti di acquistare le Card anche fino al 100% con i Crediti SXC. [...] ci attendiamo che il risparmio/guadagno degli utenti aumenti di circa il 10% rispetto al precedente modello*”¹¹¹.

97. Nella medesima comunicazione, SixthCo. avvertiva gli utenti della possibilità di rifiutare la conversione delle *SXC Card*, dovendo manifestare la volontà di non accettare tale conversione entro un breve termine (dal 18 dicembre 2019 al 31 dicembre 2019) attraverso l'apertura di un *ticket* in merito.

98. Nonostante tale espressa indicazione, dalla documentazione agli atti risulta che di fatto SixthCo. ha operato una trasformazione immediata e coatta delle *SXC Card* in *Crediti*, senza aspettare il termine del 31 dicembre 2019, con la conseguenza che gli utenti dissenzienti, più che esprimere un rifiuto alla conversione delle *SXC Card* in *Crediti*, dovevano in realtà chiedere una “*riconversione*” dei *Crediti* in *Saldo/wallet*¹¹². Come precisato da alcuni

¹⁰⁹ Cfr. segnalazione prot. 10321 del 7 gennaio 2020.

¹¹⁰ Tale circostanza è confermata dal Professionista nella propria memoria del 9 aprile 2020, prot.31746.

¹¹¹ Il testo della comunicazione in esame è allegato (sub Allegato 2) alla memoria di SixthCo. del 23 marzo 2020, prot. 28367 ed è anche riportato nella Segnalazione prot.31746 del 9 aprile 2020.

¹¹² Si veda, *ex multis*, la segnalazione prot. 28772 del 24 marzo 2020: “*A dicembre hanno convertito tutte le turbo non ancora maturate in “crediti” dando possibilità fino al 31/12 per richiedere la riconversione in “turbo” (impedendo di spenderle durante il mese di dicembre), senza specificare quali sarebbero state le*

segnalanti, *“Tutte le offerte turbo in attivazione sono state trasformate in crediti e per riottenerle in wallet si doveva effettuare una richiesta di riconversione”*¹¹³; e ancora, la conversione delle *SXC Card* in *Crediti* è stata effettuata dal Professionista *“a tappeto automaticamente, in maniera unilaterale, retroattivamente e senza richiesta di conferma da parte dell'utente, costringendo i clienti che avrebbero desiderato mantenere l'utilizzo del Saldo Wallet ad avviare una lunga pratica di riconversione delle stesse card, che prevedeva l'apertura di un apposito ticket di reclamo”*¹¹⁴.

99. La stessa SixthCo. avrebbe fatto espressamente riferimento alla circostanza di dover procedere a una ‘riconversione’: in particolare, nel corso di una “videoconferenza” tenuta nel mese di dicembre 2019, nella quale annunciava *“con decisione unilaterale e in maniera inopponibile”* la conversione di tutte le *SXC Card* in *Crediti*, avrebbe anche comunicato che *“chiunque ne avesse fatto richiesta, si sarebbe visto “immediatamente” riconvertite le card in wallet”*¹¹⁵. Anche in una *email* inviata nel gennaio 2020 agli utenti della Piattaforma che avevano manifestato opposizione - entro il 31 dicembre 2019 – alla conversione, SixthCo. chiedeva *“di confermarci in modo definitivo la tua richiesta di ripristino delle SXC Card acquistate tramite “offerte Turbo””*¹¹⁶.

100. Le evidenze istruttorie attestano che il Professionista ha altresì omesso di dare seguito alle tempestive dichiarazioni di rifiuto inoltrate dai consumatori e ha ostacolato la riconversione *“con ogni mezzo”*: ha raccomandato agli utenti che chiedevano la riconversione, di non scaricare assolutamente le card in quanto il *download* parziale di *“crediti card”* avrebbe bloccato il processo di riconversione; ha comunicato che l’operazione non era stata eseguita per sfavorire gli utenti, ma era necessaria a prevenire asserite *“frodi”*; ha inviato una *mail* che preannunciava verifiche fiscali sull’*account* degli utenti e sui metodi di pagamento adottati in passato, *“verifiche che però non sarebbero avvenute nel caso fosse stata accettata la conversione in crediti come voleva l’azienda”*¹¹⁷; ha congelato le *card* di coloro che si opponevano e volevano *“mantenere le condizioni di acquisto originali”* nonché ignorato le *email* degli utenti che esprimevano dissenso, sebbene tempestivamente inviate (come nel

nuove modalità di utilizzo”; la segnalante prosegue lamentando di trovarsi *“con svariate migliaia di € bloccati sulla piattaforma”* a causa dell’impossibilità di spendere saldo e crediti sulla Piattaforma a partire da gennaio 2020.

¹¹³ Cfr. segnalazione prot. 0014945 del 27 gennaio 2020.

¹¹⁴ Cfr. segnalazione Prot. 0028433 del 23 marzo 2020.

¹¹⁵ Cfr. segnalazione prot. 31476 del 9 aprile 2020.

¹¹⁶ Cfr. segnalazione prot. 10399 del 7 gennaio 2020.

¹¹⁷ Cfr. segnalazione prot.31746 del 9 aprile 2020.

caso della segnalante che ha inviato la *mail* il 19 dicembre 2019)¹¹⁸.

101. Indicativa al riguardo appare la vicenda di un consumatore che, avendo subito la conversione non autorizzata in *crediti* di *card* del valore di oltre € 12.000, ha chiesto tempestivamente la “ricomversione” in *Saldo* ma, nonostante le rassicurazioni scritte di SixthCo., in base alle quali “*le carte sarebbero state convertite e rese operative entro fine gennaio 2020*”, ancora alla data della segnalazione (18 marzo 2020) le carte risultavano bloccate e il Professionista “*non risponde più alle mail*”¹¹⁹. Analoga vicissitudine è stata segnalata da un altro consumatore che, essendosi ritrovato nel dicembre 2019 tutte le *SXC Card* convertite in *Crediti*, ha chiesto immediatamente il ‘ripristino’, ma questo non sarebbe avvenuto, come anche il rimborso delle spese sostenute per l’acquisto delle *SXC card*, nonostante i reiterati solleciti in tal senso¹²⁰.

f) *Riduzione del valore dei Crediti*

102. Come sopra illustrato, la predetta conversione forzata è stata prospettata dalla Società come un’operazione vantaggiosa per i clienti in ragione di una asserita maggiore possibilità di utilizzo dei *crediti* (“*visto che a partire dal 2020, si sarebbero potute utilizzare maggiori percentuali di crediti, addirittura per arrivare fino al 100%*”)¹²¹.

103. Nella realtà, tuttavia, tale operazione di trasformazione delle *SXC* in *Crediti* è stata accompagnata dall’attuazione di un’ulteriore ed inaspettata modifica del funzionamento della Piattaforma da parte di SixthCo. ovvero la drastica limitazione della possibilità di utilizzo dei *Crediti* sulla Piattaforma, *crediti* nei quali come detto erano state trasformate in modo ingannevole ed indebito tutte le *SXC Card*.

104. Nello specifico, a partire da gennaio 2020, la percentuale di utilizzo dei *Crediti* per l’acquisto di *Shopping Card* è scesa dal 50% al solo 0,50-3% del valore dell’acquisto delle *SC* (peraltro, in alcuni casi, come le *SC [omissis]*, i *Crediti* erano precedentemente utilizzabili precedentemente fino al 100%)¹²².

105. La circostanza che la conversione abbia determinato una drastica diminuzione del valore economico delle *SXC Card* è confermata dalle testimonianze dei consumatori, secondo cui una *card* acquistata nel mese di

¹¹⁸ Cfr. segnalazione prot. 13733 del 22 gennaio 2020.

¹¹⁹ Cfr. segnalazione prot.27677 del 18 marzo 2020.

¹²⁰ Cfr. segnalazione prot. 11492 del 13 gennaio 2020.

¹²¹ Cfr. segnalazione prot.31746 del 9 aprile 2020.

¹²² Cfr. segnalazione prot.23362 del 28 febbraio 2020.

dicembre 2019, per l'importo di €500, e che alla data di attivazione (18 marzo 2020) avrebbero dovuto assumere il valore di €1.000, ha invece perso quasi interamente la capacità di acquisto, dal momento che il valore convertito (*Crediti*) poteva essere utilizzato solo nella percentuale irrisoria dell'1%¹²³.

106. E' infatti emerso che il Professionista ha congelato di fatto la possibilità di utilizzare i soldi guadagnati/investiti dagli utenti sotto forma di *crediti* e *saldo/wallet*, limitandone significativamente e/o impedendone del tutto l'utilizzo per effettuare acquisti sulla Piattaforma¹²⁴. Le numerose segnalazioni di aderenti alla *community* attestano che a partire da dicembre 2019 il *Saldo* era bloccato e il potere di acquisto dei *Crediti* sulla Piattaforma fortemente limitato, senza ricevere adeguata informativa, “*con regole cambiate retroattivamente e senza facoltà di uscirne*” e senza possibilità di rimborso¹²⁵. Come infatti evidenziato dai consumatori, di fatto, il Professionista ha incentivato, per diversi mesi, l'acquisto di *SXC Card* per ricaricare il *wallet*, rendendole poi sostanzialmente inutilizzabili per comprare carte regalo di vari *brand* e *merchandising*, attraverso l'arbitraria e unilaterale modifica delle modalità di fruizione dei *Crediti*¹²⁶; “*alla data odierna per si possono usare briciole di crediti, 1 oppure 2 euro al massimo e se si vuole utilizzare più credito si devono comprare card di partner sponsor (quindi aggiungere ulteriori soldi)*”¹²⁷.

107. In altre parole, gli utenti SixthCo., dopo aver aderito alle varie offerte promosse sul Sito nei mesi da settembre a dicembre 2019, in quanto prospettavano l'acquisto a condizioni di favore di *SXC card* (*turbo* o *family box*) con valore nominale più elevato (prezzo euro 55-80 e valore euro 100), si sono trovati nella condizione per cui “*Il valore veniva reso disponibile dopo alcuni mesi (variabile a seconda dell'offerta) su wallet e da gennaio sarebbe stato disponibile sui crediti. L'offerta era che con quel denaro si poteva acquistare qualsiasi carta nel portafoglio sixth per intero valore o con % di acquisto con crediti molto alte. da gennaio nonostante le promesse le cose sono andate peggiorando. attualmente la % di crediti utilizzabile è risibile (0.5%-2% sulle card principali) prevedendo la restituzione di uguale ammontare di crediti. il che significa che non rivedremo mai i nostri soldi*”¹²⁸.

¹²³ Cfr. segnalazione prot.27843 del 18 marzo 2020. Si vedano, anche, le segnalazioni prot. 28586 del 23 marzo 2020 e 28689 del 24 marzo 2020.

¹²⁴ Cfr. segnalazione prot.23505 del 28 febbraio 2020.

¹²⁵ Cfr. segnalazione prot.23659 del 2 marzo 2020.

¹²⁶ Cfr. segnalazione prot.25541 del 9 marzo 2020.

¹²⁷ Cfr. segnalazione prot.23664 del 2 marzo 2020.

¹²⁸ Cfr. segnalazione prot.36843 del 6 maggio 2020.

g) *Diminuzione del numero di Shopping card acquistabili*

108. Nel solco della condotta sopra descritta di conversione delle *SXC Card* in *Crediti* e di riduzione della percentuale di utilizzo dei *Crediti* per gli acquisti di *Shopping Card* brandizzate, si inserisce anche l'ulteriore comportamento di SixthCo. consistente nel limitare significativamente e progressivamente nel corso dei primi mesi del 2020 il numero e l'importanza delle *Shopping Card* acquistabili, caratterizzate da *brand* di scarsa rilevanza e interesse¹²⁹.

109. Al riguardo, appare significativa la vicenda occorsa ad un consumatore che, dopo aver subito reiterati rinvii della data di attivazione delle *Shopping Card* acquistate, si è trovato con una rilevante somma di denaro nei fatti bloccata sulla Piattaforma, dal momento che, a seguito dell'unilaterale modifica delle condizioni di acquisto, non solo i *crediti*, prima utilizzabili per acquistare *card* al 50% del loro valore, possono essere utilizzati in percentuali irrisorie del 1%- 2%, ma il *wallet* è fruibile esclusivamente per l'acquisto di un numero estremamente esiguo (circa una decina) di *Shopping card* relative ad aziende di scarso interesse e rilievo¹³⁰.

h) *Ostacolo all'utilizzo dei Crediti per la fruizione di Servizi sulla Piattaforma*

110. La documentazione agli atti ha consentito di appurare che SixthCo. ha proceduto alla sostanziale disabilitazione dei servizi di pagamento bollettini (*Pagomeno*) e di ricarica cellulare (*Ricaricacell*)¹³¹. Tali servizi consentivano agli utenti, come accennato, di pagare le bollette ed effettuare ricariche telefoniche comodamente da casa e, se si verificano determinate condizioni (ad esempio l'acquisto combinato di *Shopping Card* sponsorizzate), pagarne parte con i *Crediti* provenienti dagli acquisti sulla Piattaforma¹³². Il Professionista ha confermato che nel febbraio 2020 il servizio Pagomeno è stato sospeso, evidenziando che ad oggi entrambi i servizi in questione sarebbero attivi, con il nuovo sistema di prevenzione che ne evita l'uso improprio, ma "la possibilità del loro utilizzo è stata ridotta" senza ulteriori precisazioni¹³³.

111. Dalle risultanze istruttorie è emerso che, almeno da marzo 2020, sia i

¹²⁹ Cfr. segnalazione prot.23664 del 2 marzo 2020.

¹³⁰ Cfr. segnalazione prot.36417 del 4 maggio 2020.

¹³¹ Cfr. segnalazione prot.34513 del 23 aprile 2020.

¹³² Cfr. memoria finale SixthCo.

¹³³ Cfr. memoria finale SixthCo (pag. 43-44).

crediti che il *wallet* non possono essere utilizzati per le ricariche di cellulari o per pagare i bollettini postali e MAV¹³⁴; molti consumatori che hanno segnalato la trasformazione in *crediti*, senza preavviso e in modo unilaterale, di significativi volumi di *SXC Card*, la cui attivazione era prevista al 31 dicembre 2019, facevano affidamento sulla possibilità di utilizzare le carte per eseguire pagamenti relativi a utenze domestiche, polizze assicurative e bollettini postali¹³⁵, tasse universitarie e ricariche telefoniche¹³⁶.

112. Sulla base di recenti segnalazioni, è ulteriormente emerso che SixthCo., nonostante la difficile situazione in atto, ha richiesto a tutti i titolari di *crediti* di effettuare una spesa entro il 31 maggio 2020, pena l’azzeramento dei crediti stessi¹³⁷, benché la Società “*allo stato attuale non ha ancora dato possibilità agli utenti di poter utilizzare il saldo e i crediti per acquistare i beni di prima necessità (carburante, supermercato) come succedeva nelle loro condizioni fino a fine 2019*”¹³⁸.

i) *La “facoltà straordinaria di riconversione”*

113. Dal mese di febbraio 2020, sono continuate a pervenire centinaia di segnalazioni che hanno evidenziato il permanere delle criticità connesse all’impossibilità di utilizzare le *SXC Card*, i *crediti*, il *saldo* e il *wallet* secondo i termini e condizioni vigenti al momento del loro acquisto¹³⁹.

114. Dalla documentazione agli atti risulta che, a fronte della protesta generalizzata degli utenti, il Professionista in data 20 marzo 2020 ha inviato una comunicazione ai consumatori per informarli che aveva deciso - “*in uno spirito di fattiva collaborazione con l’Autorità Garante della Concorrenza e del mercato nel procedimento PS11332 attualmente in corso*” – di offrire “*la possibilità di riconvertire, in SXC Card, le card in cui erano state convertite le SXC Card che avevi in portafoglio lo scorso dicembre (in tal caso, il periodo di attivazione rimarrà invariato: ad esempio, se il 5 dicembre avevi acquistato una SXC Card con periodo di attivazione di quattro mesi, e scegli*

¹³⁴ Cfr. segnalazione prot. 23664 del 2 marzo 2020.

¹³⁵ Cfr., *ex multis*, segnalazione prot.10326 del 7 gennaio 2020.

¹³⁶ Cfr. segnalazioni prot. 23505 del 28 febbraio 2020 e prot. 25513 del 9 marzo 2020.

¹³⁷ Cfr. segnalazioni prot. 36624 del 5 maggio 2020 e prot.36440 del 4 maggio 2020.

¹³⁸ Cfr. segnalazione prot. 36675 del 5 maggio 2020.

¹³⁹ Tra tutte, cfr. segnalazione prot. 25458 del 9 marzo 2020 – un aderente alla *community* SixthCo. richiama l’attenzione sulla circostanza che, successivamente all’adozione del provvedimento cautelare da parte dell’Autorità, le condizioni sarebbero ulteriormente peggiorate. In particolare, l’utilizzo del *wallet* sarebbe negato per il pagamento di bollette e ricariche telefoniche ed estremamente limitato per l’acquisto. Inoltre, l’utilizzo dei crediti sarebbe ridotto al 2% delle *SXC Card* che, in alcuni casi, risulterebbero inutilizzabili per problemi tra i *merchant* e SixthCo.

la riconversione, otterrai nuovamente una SXC card che può essere redenta dal 5 aprile, cioè dopo quattro mesi dall'acquisto originario). Nel caso tu abbia già redento tali card, potrai richiedere la riconversione dei Crediti SXC redenti (al netto di quelli eventualmente già utilizzati) in saldo Wallet, che sarà immediatamente utilizzabile”¹⁴⁰. Come ulteriormente specificato nella riportata comunicazione del Professionista, “Nel caso in cui tu avessi già redento le card in cui erano stata convertite la tue SXC Card e già utilizzato i relativi Crediti SXC, non sarà ovviamente possibile chiederne la riconversione.”

115. Per procedere alla riconversione, gli utenti dovevano attivarsi con una procedura di apertura *ticket* sulla Piattaforma di supporto entro 30 giorni, ossia entro il 19 aprile 2020, che si poteva concludere nei successivi 60 giorni (18 giugno 2020)¹⁴¹.

116. Nella suddetta comunicazione il Professionista continuava, ancora una volta, ad enfatizzare l’asserita convenienza, rispetto alla riconversione, del mantenimento dei *Crediti* derivanti dalla conversione forzata di dicembre 2019 (“Oggi, 20 marzo 2020, abbiamo inoltre aperto una nuova finestra per aderire alla ri-conversione di Crediti in Saldo wallet, convertito nel corso del mese di dicembre 2019. Continuiamo a credere che la conversione in Crediti sia di maggior interesse e convenienza per i nostri Clienti, ma da oggi avrete una ulteriore opportunità per scegliere liberamente di ritornare alla SXC Cards. Gli Utenti interessati riceveranno una email con le istruzioni per chiedere detta riconversione.”)¹⁴², annunciando l’incremento della percentuale di utilizzo dei *crediti* nel prosieguo del 2020: “i Crediti SXC saranno utilizzabili anche fino al 100% del valore nominale delle shopping card, quindi oltre il limite del 50%, nel caso in cui tu decida di aggiungere le opportune Offerte Sponsorizzate” (e versare così ulteriori importi nella Piattaforma)¹⁴³.

117. Tuttavia, come ampiamente illustrato, tale procedura di riconversione si collocava in un contesto in cui “però le condizioni del wallet erano totalmente mutate”; infatti, le *Shopping Card* brandizzate acquistabili anche con Saldo *wallet* (o con le nuove – riconvertite - *SXC Card*), espressamente elencate nella predetta comunicazione di SixthCo., risultavano di un numero estremamente limitato e di scarsa o pochissima utilità¹⁴⁴, in quanto afferenti a

¹⁴⁰ Cfr. Allegato 3 alla memoria SixthCo. del 23 marzo 2020, prot. 28367. Si vedano anche le Segnalazioni prot. 29081 del 25 marzo 2020 e prot. 28428 del 23 marzo 2020.

¹⁴¹ Cfr. segnalazione prot.28428 del 23 marzo 2020.

¹⁴² Cfr. segnalazione prot. 29081 del 25 marzo 2020 che riporta il testo della comunicazione di SixthCo.

¹⁴³ Cfr. segnalazione prot.28428 del 23 marzo 2020.

¹⁴⁴ Solo le seguenti 16 carte: [omissis].

brand non appetibili per i consumatori, diversamente dalle centinaia di *Gift Card* che erano presenti nel catalogo della Piattaforma al momento dell'offerta delle varie *SXC Card*.¹⁴⁵

118. Ad avviso dei consumatori, la prospettata possibilità di riconvertire in *wallet* i “*crediti*” provenienti dalla trasformazione delle *SXC Card* imposta a fine 2019 rappresentava una riconversione “*solo di facciata*”¹⁴⁶, dal momento che a marzo 2020 risultava possibile acquistare con il *wallet* solo una decina di *brand* di scarso rilievo, ossia un “*numero irrisorio di Shopping Card INUTILI*” elencate nella stessa comunicazione di SixthCo., mentre il numero e la tipologia di *Shopping card* in precedenza acquistabile dal *wallet* era di gran lunga superiore (circa 400 SC) e maggiormente rilevanti, includendo anche importanti *brand* relativi a supermercati, carburanti, elettrodomestici¹⁴⁷. Al contempo, i *Crediti* rimanevano utilizzabili in percentuali assolutamente irrisorie¹⁴⁸, a differenza di quanto emergeva dalla comunicazione, e non era possibile pagare bollette e ricariche telefoniche senza costi aggiuntivi; in estrema sintesi, “*quindi sia crediti sia saldo wallet sono di fatto spazzatura*”¹⁴⁹.

119. Inoltre, alcuni segnalanti hanno messo in evidenza la circostanza che, SixthCo., pur avendo annunciato, mediante un'altra comunicazione del 20 marzo 2020, che avrebbe rimborsato “*con il metodo di pagamento utilizzato nell'acquisto originario*” ogni *Card* che avesse un ritardo di attivazione superiore a 30 giorni di calendario, in realtà non contemplava il rimborso delle *SXC Card*, sebbene le stesse fossero puntualmente definite “*shopping card*” nelle condizioni generali di vendita¹⁵⁰.

120. In conclusione, l'operazione di riconversione proposta da SixthCo., a marzo 2020, è intervenuta in un contesto in cui ormai le condizioni erano radicalmente mutate sulla base di decisioni unilaterali della Società che avevano modificato le condizioni di utilizzo del portafoglio di ciascun utente registrato. A ciò si aggiunga che molti utenti che hanno ottenuto la riconversione non hanno potuto scaricare le loro *card*, in quanto erano ormai

¹⁴⁵ Cfr. segnalazione prot.27677 del 18 marzo 2020.

¹⁴⁶ Cfr. segnalazione prot. 28401 del 23 marzo 2020.

¹⁴⁷ Cfr. segnalazioni prot. 28428 del 23 marzo 2020, prot. 28563 del 23 marzo 2020 e 24800 del 24 aprile 2020.

¹⁴⁸ Cfr. segnalazione prot. 28623 del 23 marzo 2020, per cui “*le modalità di fruizione di Crediti e Wallet, in precedenza possibili rispettivamente in misura sino al 50% e 100%, ad oggi sono limitati ad un utilizzo di circa del 2% ...*”.

¹⁴⁹ Cfr. segnalazione prot. 28563 del 23 marzo 2020, in base alla dal 2020 sarebbe possibile pagare bollette e ricariche telefoniche “solo comprando altre carte sponsorizzate/ servizi inutili e non di prima necessità (in media per 100 euro di bollettino, si aggiunge 700 euro di carte inutili)”.

¹⁵⁰ Cfr. Segnalazione prot.30447 del 2 aprile 2020.

trascorsi i tre mesi previsti dalla data facciale di attivazione, senza che tale ritardo fosse a loro imputabile.

l) La comunicazione del 1° luglio 2020

121. In data 5 giugno 2020, SixthCo. ha comunicato a tutti i suoi utenti l'applicazione, a decorrere dal 1° luglio 2020, di condizioni migliorative che sarebbero state praticate al 97% della sua utenza¹⁵¹. In particolare, dalla documentazione istruttoria risulta che il Professionista ha inviato a tutti gli utenti, una comunicazione *email* nella quale si annuncia che *“Da oggi 1° luglio 2020 oltre il 97% degli utenti ha la possibilità di utilizzare molti più punti e crediti su ciascuna transazione in linea con i valori dei quattro anni precedenti. Inoltre è possibile utilizzare anche il Saldo delle SXC CARD per acquistare una più ampia gamma di Brand”*¹⁵².

122. In relazione a ciò, sono pervenute in Autorità numerose segnalazioni nelle quali si lamenta che SixthCo avrebbe modificato ulteriormente le condizioni di utilizzo della Piattaforma, differenziando gli utenti in due categorie a seconda del proprio patrimonio sulla Piattaforma e dei propri acquisti pregressi, con l'effetto di svantaggiare gli utenti che hanno sulla Piattaforma ingenti somme, i quali continuano a poter utilizzare una percentuale molto ridotta di crediti (mediamente dallo 0% al 3% sull'acquisto dei *brand* principali); al contrario, gli utenti che hanno invece sulla Piattaforma ridotte somme di denaro, hanno la possibilità di utilizzare i *Crediti* fino al 50% per acquistare *Shopping Card*¹⁵³.

123. Analoga condotta riguarderebbe il *Saldo*, che verrebbe *“bloccato per chi ha grosse somme”* e *“sbloccato e utilizzabile per chi ha somme striminzite”*¹⁵⁴. I medesimi segnalanti hanno evidenziato che il Professionista non ha tenuto in alcun conto gli abbonati *Orange* e *Premium* i cui benefici avrebbero dovuto essere superiori a quelli delle altre categorie di utenti e che attualmente si collocano tra i più svantaggiati. Secondo i segnalanti, *“l'azienda [...] omettendo qualsiasi informativa e omettendo qualsiasi chiara spiegazione, ha differenziato la sua utenza dando ad alcuni maggiori vantaggi e lasciando altri in condizioni peggiorative che persistono oramai da oltre 6 mesi.”*¹⁵⁵.

¹⁵¹ Cfr. memoria di parte prot. 46706 del 15 giugno 2020 p.34.

¹⁵² Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 2 luglio 2020. Si veda anche, *ex multis* segnalazione prot. 52614 del 3 luglio 2020.

¹⁵³ Cfr., *ex multis*, segnalazione prot. 51244 del 1° luglio 2020 e prot. 52614 del 3 luglio 2020.

¹⁵⁴ Cfr. segnalazione prot.52220 del 2 luglio 2020.

¹⁵⁵ Cfr. segnalazione prot.51301 del 1° luglio 2020.

124. In estrema sintesi, sulla base delle segnalazioni in atti, a partire dal 1° luglio 2020, gli utenti che dispongono di modeste risorse sulla Piattaforma avrebbero la possibilità di usufruire di una percentuale di crediti pari al 50% per acquistare una *Shopping Card* e “*addirittura al 100% tramite il saldo wallet*”¹⁵⁶. Invece, un utente “*con molti soldi nella piattaforma (nonché abbonato orange/premium) ottiene un limite variabile dei crediti dallo 0% al 2%, e un saldo completamente bloccato e inutilizzabile.*”¹⁵⁷.

3) Le argomentazioni difensive delle Parti

3.1. SixthCo

125. Nell’ambito della copiosa ed articolata attività difensiva, esercitata attraverso appositi scritti e nel corso di un’audizione, il Professionista ha esplicitato il funzionamento del proprio modello di *business*, precisando che SixthCo. sarebbe una “*società di advertising*” e che, dopo aver raccolto investimenti pubblicitari, procederebbe ad utilizzare il 70% di tali ricavi a beneficio degli utenti consentendo loro di usufruire di un risparmio medio che può arrivare al [15-25%]¹⁵⁸.

126. In estrema sintesi, con riguardo alle condotte scorrette ad essa ascritte, SixthCo. ha dichiarato che non solo sarebbero state adottate in piena conformità delle condizioni contrattuali applicabili, ma avrebbero costituito la “*la legittima e proporzionata reazione della Società ad una massiccia campagna fraudolenta, posta in essere da alcuni utenti*” che, tramite l’aggiramento delle condizioni contrattuali avrebbero provocato al professionista un ingente danno economico e reputazionale, “[...] *la cui esatta perimetrazione – per la complessità e sofisticatezza delle attività poste in essere – ha richiesto a SXC molto tempo e ingenti sforzi*”¹⁵⁹.

127. Al riguardo, il Professionista fa riferimento a quei ([10-20]) consumatori che avrebbero aggirato la regola per cui “*il saldo redento con queste carte [i.e. derivante dalle offerte Turbo] non può essere utilizzato per comprare ulteriori SXC Card o offerte che le contengano: una simile operazione consentirebbe, infatti, nei casi di Offerte Turbo, di creare artificialmente valore, con conseguenti gravissimi danni per SXC e per tutta la Community*”¹⁶⁰. La

¹⁵⁶ Cfr. segnalazione prot.52355 del 3 luglio 2020.

¹⁵⁷ Cfr. segnalazione prot. 51370 del 1° luglio 2020.

¹⁵⁸ Cfr. memoria prot.13504 del 21 gennaio 2020.

¹⁵⁹ Cfr. memoria finale SixthCo (pag.3).

¹⁶⁰ Cfr. memoria finale SixthCo (pagg.10-12).

menzionata “regola” recante il divieto di utilizzare il *Saldo* e/o i *Crediti* ottenuti tramite l’acquisto di *SXC Card* per comprare ulteriori *SXC Card* o offerte che le contengano, sarebbe contenuta all’art. 10.1 delle CGV, in base al quale “*Sul Sito l’utente può acquistare un particolare tipo di Shopping Card, denominata ‘SixthContinent Card’. Successivamente all’acquisto della SixthContinent Card l’utente riceverà sul proprio conto personale in essere presso il proprio profilo un importo monetario pari a quanto riferito all’acquisto della stessa SixthContinent Card, da poter spendere per l’acquisto di Shopping Card sul Sito*”.

128. L’esistenza di tali criticità sarebbe emersa “*solo a seguito dell’auditing in corso ai fini della prossima quotazione sui mercati regolamentati*” nel mese di ottobre 2019 attraverso la rilevazione di “*utilizzi anomali, se non illeciti della Piattaforma*”, che avrebbe dato avvio a un’indagine interna in esito alla quale sarebbero state individuate “*pratiche di loop*” poste in essere da “*un gruppo di utenti*” in asserita violazione dei rapporti con SixthCo, per far lievitare impropriamente i propri portafogli e pretendere ingenti rimborsi non dovuti, procurando un significativo danno economico e reputazionale alla Società¹⁶¹. Tale indebita attività di creazione artificiale del valore del Saldo in violazione delle Condizioni di vendita avrebbe comportato una drastica riduzione della marginalità positiva delle vendite per la Società, che si sarebbe trovata ad affrontare gli ordini di una serie di *Shopping Card* da acquistare a costo invariato, a fronte di un reale valore incassato nettamente inferiore rispetto a quello pianificato. Siffatto incremento dei costi netti sostenuti da SixthCo. avrebbe innescato sofferenze e complicazioni nei flussi di cassa quotidiani che si sarebbero ripercossi, a catena, nonostante gli impegni finanziari della Società e del suo azionariato, sulla puntualità nell’erogazione dei prodotti transati¹⁶².

129. Nello specifico, la sovraesposizione causata dalle frodi subite avrebbe eroso la liquidità utilizzabile per consegnare puntualmente i prodotti agli utenti, producendo anche un notevole danno reputazionale nei confronti dei *Merchants*. A tali criticità si sarebbero aggiunte, da un lato, la situazione di emergenza sanitaria, dall’altro, l’ulteriore “*imprevedibile fattore del CB*” [*chargeback*], a seguito del quale la società sarebbe stata costretta a pagare oltre € [*omissis*] di commissioni bancarie. In tale contesto, a dire del Professionista, “*tutte le condotte addebitate*” sarebbero state adottate “*in conseguenza di eventi di forza maggiore*” o comunque sarebbero “*giustificate*

¹⁶¹ Cfr. memoria finale SixthCo (pag.3-4 e 35). [*Omissis*].

¹⁶² Cfr. memoria finale SixthCo. (pag.48).

da esigenze di salvaguardia della piena operatività della Società rispetto alle imprevedibili condotte poste in essere in suo danno”¹⁶³.

130. I meccanismi di *profit sharing* sui quali si basa l’attività di SixthCo. avrebbero resa necessaria l’adozione di iniziative volte a evitare che il profitto atteso fosse eroso; [omissis].

Sui profili di ingannevolezza

131. Per quanto concerne, in particolare, la contestazione di ingannevolezza, secondo il Professionista non emergerebbe alcun contesto promozionale decettivo dal video promozionale presente sulla Piattaforma, che si limiterebbe *“a delineare in modo assolutamente elementare, con il linguaggio proprio del messaggio pubblicitario e con modalità coerenti con il mezzo di divulgazione prescelto, il funzionamento della stessa, spiegando al consumatore i beni/servizi offerti da SXC e le modalità di acquisto tramite il Portafoglio”*. Analoghe considerazioni varrebbero per il secondo video, , qualificato come mero materiale informativo, tramite il quale i consumatori avrebbero potuto/dovuto comprendere il funzionamento della Piattaforma e in particolare delle *Offerte Turbo*. Stante peraltro la complessità del meccanismo di funzionamento di SixthCo., a detta del professionista, in conclusione *“il consumatore medio può (rectius: deve) integrare per il tramite della copiosa ed esauriente documentazione contrattuale messa a disposizione dalla Società”*.¹⁶⁴

132. In conclusione, ad avviso del Professionista, Sixthco. avrebbe *“fornito al consumatore tutti i mezzi per una completa conoscenza dei diritti e degli obblighi scaturenti dalla registrazione al sito e dalla successiva conclusione di contratti tramite quest’ultimo”*; di conseguenza, non si rinverrebbe alcun profilo di ingannevolezza nelle condotte di SixthCo. e una simile valutazione si baserebbe *“unicamente sulle asserzioni di consumatori non sempre disinteressati in considerazione del loop di cui si è detto”*, ossia di quei consumatori che avrebbero aggirato regole e vincoli tecnici della Piattaforma, in particolare contravvenendo al *“divieto di utilizzare il Saldo redento tramite l’acquisto di SXC Card per l’acquisto di ulteriori SXC card o offerte che le contengano”*, per ottenere guadagni fraudolenti *“creando il c.d. ‘loop’, ossia l’incremento esponenziale e illecito del Saldo senza contestuali ulteriori versamenti”*¹⁶⁵.

¹⁶³ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag.49).

¹⁶⁴ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag.29).

¹⁶⁵ Cfr. memoria finale SixthCo. (pagg.11 e 30)

Sui profili di aggressività

133. Con riferimento alle contestazioni inerenti ai profili di aggressività delle condotte, il Professionista ha affermato: i) di non aver operato una campagna indiscriminata di blocchi e/o sospensioni degli *account*, ma di aver “*solamente preso i necessari provvedimenti per tutelare la Community da utilizzi anomali, se non illeciti, della Piattaforma*”; ii) che le condotte relative al ritardo/impedimento dell’attivazione di *Shopping Card* “*devono essere valutate in un contesto – questo sì - patologico e di assoluta difficoltà/emergenza e non certo per diretta volontà della Società*”; iii) che gli ostacoli/impedimenti in ordine alla fruibilità del *Saldo* e dei *Crediti* sarebbero il frutto di una revisione delle modalità operative del funzionamento della Piattaforma – volte ad assicurare la sostenibilità di lungo periodo e rimediare/prevenire iniziative di c.d. *loop* – e comunque sarebbero coerenti con le CGV, in base alle quali la percentuale di utilizzo dei *crediti* nella misura del 50% rappresenterebbe la percentuale massima; in ogni caso, il 97% degli utenti sarebbe oggi abilitato ad usare una percentuale di crediti identica rispetto al regime di ordinario funzionamento della Piattaforma.

i) Il blocco degli account

134. In particolare, in merito al blocco degli *account*, SixthCo. ha dichiarato di aver tolto, a partire dal 25 febbraio 2020, qualsiasi limitazione all’utilizzo dell’*account* e che le casistiche risalenti al 2018 e all’inizio del 2019 si riferirebbero a “*casi isolati posti in essere da utenti che hanno apertamente violato le CdV [condizioni di vendita]*”. In particolare, la Società avrebbe bloccato gli *account*, impedendone in via definitiva l’operatività, “*solo nel caso di frodi, inadempimenti contrattuali o acquisti “anomali/sospetti” appurati da SXC*”; quest’ultima fattispecie sarebbe quella verificatasi nei confronti dei soggetti coinvolti nei più volte menzionati *loop* aggirando i vincoli tecnici e contrattuali posti dal sistema¹⁶⁶.

135. Secondo le stime del Professionista le pratiche di *loop* poste in essere dai partecipanti alla piattaforma avrebbero riguardato una percentuale inferiore all’1% degli utenti, che avrebbero accumulato, in totale, un portafoglio dal valore di circa [omissis] a fronte di pagamenti originari stimati pari a solo a [omissis]¹⁶⁷.

¹⁶⁶ In relazione a tali soggetti, la Società avrebbe presentato un esposto/denuncia alla Procura della Repubblica.

¹⁶⁷ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag. 18). In particolare, [omissis].

136. A parte le ipotesi sopra indicate di blocco degli *account*, il Professionista in altri casi (quali: “*dati palesemente falsi o contraddittori; account multipli riconducibili allo stesso utente; diffamazione a danno della Società; frodi, inadempimenti contrattuali o acquisti “anomali/sospetti” riconducibili all’utente interessato dalla sospensione*”), avrebbe disposto la “sospensione” in via temporanea dell’*account*, che consentirebbe all’utente di accedere al proprio profilo, impedendo solamente di compiere operazioni di acquisto fino a quando non sia stata positivamente risolta la situazione che ha legittimato la sospensione.¹⁶⁸

137. Ciò premesso, ad avviso del Professionista, il numero degli *account* bloccati/sospesi non corrisponderebbe a quello rilevato in sede di accertamento ispettivo (in tutto quasi 6.500 posizioni, delle quali circa 3.200 ancora bloccate al 12 dicembre 2019), in quanto “*solo la metà risultava ancora sospesa mentre l’operatività degli altri, già alla data degli accertamenti ispettivi, era stata pienamente ripristinata*”¹⁶⁹. Del pari “*errata*” sarebbe la stima del valore delle *Shopping Card* che non sarebbero state scaricate dagli utenti, per via del blocco/sospensione subito in quanto afferirebbe al valore nominale delle *Shopping Card* e non all’importo (inferiore) di quanto effettivamente versato sulla Piattaforma dall’utente.

ii) *Ritardo/impedimento dell’attivazione di Shopping Card brandizzate*

138. Per quanto concerne la condotta consistente nel ritardare e/o impedire l’attivazione di *Shopping card* brandizzate, ad avviso del Professionista, tale fattispecie dovrebbe essere inquadrata nel contesto patologico (riconducibile ai c.d. *loop*) e di assoluta difficoltà connessa all’emergenza sanitaria in atto, tanto che riguarderebbero transazioni effettuate tra la fine del 2019 e il mese di aprile 2020, periodo nel quale si sarebbero manifestati gli effetti finanziari del *loop* e dell’epidemia, che oltre a rallentare l’operatività della Società avrebbe comportato una contrazione degli investimenti pubblicitari.¹⁷⁰

139. In sintesi, i ritardi registrati dall’inizio del 2020 nell’attivazione delle *Shopping Card* sarebbero giustificati da eventi di forza maggiore che SixthCo. non poteva prevedere, mentre le procedure di rimborso sarebbero state correttamente attuate, anche se con provvisori rallentamenti non imputabili alla Società e comunque in corso di risoluzione. In ragione delle persistenti difficoltà riscontrate nel consentire il *download* delle *Shopping Card*

¹⁶⁸ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag. 33).

¹⁶⁹ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag. 32).

¹⁷⁰ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag. 36).

acquistate, la Società avrebbe comunicato agli utenti, in data 20 marzo 2020, che avrebbe proceduto al rimborso delle *Shopping Card* interessate; tale procedura di rimborso avrebbe “*subito dei provvisori rallentamenti*” a seguito dell’impennarsi delle richieste di *charge back*¹⁷¹ effettuate dalla fine di marzo 2020, [omissis].

140. In ogni caso, la Società ha evidenziato che da sempre la tipologia di *Shopping Card* disponibili sulla Piattaforma può variare nel tempo, sia per numero che per tipo di *Shopping Card* disponibile, a seconda degli accordi di volta in volta in essere tra SXC e i Merchant; proprio in virtù di questa possibile fisiologica variazione delle *Shopping Card*, le CGV prevedono che, in caso di ritardo superiore a trenta giorni nella fornitura delle *Shopping Card* acquistate, la Società è tenuta a restituire agli utenti quanto corrisposto, sia in termini di *Crediti*, *Punti* o *Saldo* utilizzati, sia in termini di denaro proprio versato dall’utente (art. 4.8).

141. In merito all’impossibilità di visualizzare le ricevute all’interno del profilo utente, il Professionista ha dichiarato che non sarebbe volta a evitare la richiesta di rimborsi ma si tratterebbe di [omissis]¹⁷².

142. Da ultimo, a dire del Professionista, non sarebbe mai stato chiesto agli utenti di corrispondere ulteriori somme per usufruire delle *SXC card* già utilizzate; nello specifico, la *New Year Card* sarebbe una *Family Box* che consentirebbe di ottenere *Crediti* successivamente al decorso di un certo numero di settimane dall’acquisto, senza dover acquistare alcuna *Shopping Card* ulteriore. Ciò varrebbe anche con riferimento alla segnalazione sull’utilizzabilità della *Sixth August Card*, che non avrebbe mai richiesto, per la sua attivazione, l’acquisto dell’abbonamento *Orange premium*.

iii) Ostacoli e/o limitazioni e/o impedimenti in ordine all’utilizzazione del Saldo e dei Crediti e ai servizi fruibili sulla piattaforma

143. Per quanto riguarda gli ostacoli/impedimenti in ordine del Saldo e dei Crediti, il Professionista ha sostenuto che dal mese di dicembre 2019 ha dovuto procedere a una revisione di alcune modalità operative del funzionamento della Piattaforma al fine di assicurarne la sostenibilità di lungo periodo nonché porre rimedio e prevenire i fenomeni di loop sopra indicati.

144. Al riguardo la società ha osservato che la radicale riduzione della

¹⁷¹ Si tratta di richieste di rimborso della transazione inoltrate dagli utenti direttamente al sistema di pagamento/banca sulla base della asserita non conformità dei prodotti/servizi acquistati o delle condizioni/termini applicati.

¹⁷² Cfr. memoria finale SixthCo. (pag. 41).

percentuale di utilizzo dei crediti dal 50% a percentuali nettamente inferiori (0,5%, 2%, 3% etc.) sarebbe in linea con quanto previsto dalle CGV dal momento che tale percentuale rappresenterebbe il massimo valore fruibile. Peraltro, la media della percentuale di fruizione dei crediti sarebbe “*ben superiore, circa il 30%*”, mentre i valori minimi riguarderebbero beni primari, per i quali i Merchant, in questa particolare fase di mercato, non investirebbero in pubblicità.

145. In tale contesto sarebbe stata adottata la nuova offerta “*SXC Card Convertita*”, secondo cui, per le *SXC Card* non ancora “redente”, l’utente avrebbe avuto la possibilità di ottenere - al posto del *Saldo - Crediti*, le cui possibilità di utilizzo sarebbero state notevolmente aumentate. In proposito, secondo il Professionista, “*il 97,28% degli utenti attivi in Italia sulla Piattaforma (i.e. [omissis] utenti) sarebbe ora abilitato ad utilizzare una percentuale dei Crediti identica rispetto a quanto avveniva in regime di ordinario funzionamento della Piattaforma*”¹⁷³, vale a dire che i *Crediti* sarebbero utilizzabili per pagare fino al 50% del valore facciale della *Shopping Card*, di modo che non sarebbe possibile sostenere che la conversione del *Saldo* in *Crediti* abbia comportato una riduzione del potere di acquisto degli utenti.

146. Ad ogni modo, SixthCo. avrebbe tempestivamente informato gli utenti, inviando apposita comunicazione via email e tramite messaggi sulla Piattaforma, della possibilità di non accettare l’offerta “*SXC Card Convertita*” e, durante il procedimento avrebbe di nuovo consentito agli utenti che avessero aderito all’offerta “*SXC card convertita*” di riconvertire i *Crediti* in *Saldo*, tornando quindi alla situazione originaria. A partire da luglio 2020, tale *Saldo* sarebbe utilizzabile dal 98,87% del totale degli utenti italiani per acquistare numerose *Shopping Card* - anche di primari *brand* nazionali - fino al 100% del loro valore, “*tornando così ai livelli di prestazioni garantiti nel periodo “pre-loop”*”¹⁷⁴.

147. Per quanto poi riguarda i servizi di pagamento presenti sulla Piattaforma e, in particolare, “*Pagomeno*” e “*Ricaricacell*”, la possibilità del loro utilizzo sarebbe stata ridotta a causa di un uso improprio degli stessi, ma secondo le indicazioni del professionista, saranno pienamente ripristinati in virtù delle nuove misure di prevenzione attuate.

¹⁷³ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag. 42-43).

¹⁷⁴ Cfr. memoria finale SixthCo. (pag. 43).

3.2. Memorie Gruppo A

148. Secondo la testimonianza del Gruppo A, il sistema SixthCo. si sarebbe rivelato *“distruttivo delle capacità di spesa che invece avrebbe dovuto aumentare, distruttivo della libertà di scelta dei consumatori, distruttivo per molte microimprese partner che sperimentano considerevoli difficoltà per le fatture non pagate o non regolarmente pagate e sicuramente distruttivo per le finanze di molte famiglie italiane che nella migliore delle ipotesi hanno dovuto rinunciare ai loro regali di Natale e che invece purtroppo nelle peggiori non potranno ricorrere alle programmate cure mediche perché, fidandosi, avevano deciso di ‘far transitare tutte le loro spese su SXC’ come espressamente invitati da [omissis] e dal continuo martellamento mediatico.”*

149. In particolare, il blocco degli account sarebbe *“solo la punta dell’iceberg di un sistema completamente marcio che è diventato ormai solo una gigantesca trappola per decine di migliaia di consumatori (e moltissime microimprese), i quali hanno sfortunatamente investito sul sito SXC i loro risparmi ed oggi si trovano molto spesso nell’impossibilità di far fronte alle loro spese quotidiane.”* A partire dalla fine del 2018 SixthCo., nel falso intento di aumentare il potere di acquisto dei consumatori, avrebbe introdotto *“complessi prodotti finanziari che hanno solo generato crediti di varia natura assolutamente inutilizzabili e senza alcun valore commerciale o economico”*.

150. I segnalanti fanno in primo luogo riferimento alla commercializzazione, verso la fine del 2018, delle offerte *cd. “turbo”*, connotate da un costo (tra i 55 ed i 90 euro) inferiore rispetto all’importo da accreditare (100 euro) nel saldo dopo un certo numero di mesi (di solito 4-5) e spendibile *“su tutti i prodotti e servizi venduti da SXC”* tranne ulteriori offerte *turbo*. La diffusione e il successo di tali prodotti, che avrebbero attratto nella *community* migliaia di nuovi utenti inducendoli a compiere tutti gli acquisti attraverso la Piattaforma, sarebbero stati favoriti dalla promozione effettuata in una nota trasmissione televisiva di inchiesta che avrebbe contribuito ad accrescere la fiducia nei confronti di suddette offerte. Peraltro, per poter accedere all’offerta *turbo*, l’utente sarebbe stato costretto ad acquistare una *Shopping Card Sponsorizzata*, *“non soltanto non desiderata ma che quasi sempre dava accesso a prodotti con un cattivo rapporto qualità/prezzo, per ordinare i quali bisognava aggiungere anche ulteriori costose spese di spedizione.”*

151. Collegata alle offerte *Turbo* risulterebbe la commercializzazione, avviata nell’aprile 2019, della *“family card”* volta ad accumulare *Crediti* da utilizzare per acquistare, secondo il vanto pubblicitario, qualunque *Shopping Card* in

vendita sulla Piattaforma “pagando fino al 50% del valore facciale della stessa”; a detta dei segnalanti, la *family card* configurerebbe un ulteriore prodotto finanziario che (a differenza delle *turbo*) poteva essere acquistato anche con il denaro accantonato sul portafoglio di SixthCo. ma non attraverso l'utilizzo di *crediti* detenuti. L'emissione di tali offerte sarebbe stata sincronizzata con la scadenza delle *card turbo* (vendute alla fine del 2018 e attivabili in 4-5 mesi), per indurre l'utente a reinvestire i fondi accantonati sul proprio portafoglio appunto nell'acquisto di *family card*, anziché per comprare *Shopping Card*.

152. In siffatto scenario, il Professionista, dopo aver creato “una nuova massa monetaria che non trova nessun corrispettivo nei fondamentali economici reali dell'azienda”, avrebbe adottato - senza alcuna comunicazione preventiva - “*misure draconiane volte a bloccare ogni uscita di cassa da parte della società, visto che evidentemente la stessa non poteva più far fronte agli enormi volumi di SXC card turbo e family in corso di attivazione.*”

153. Infatti, a dicembre 2019 è stata attuata la conversione unilaterale e automatica di tutte le nuove *SXC card turbo* in *Crediti*, accompagnata dalla promessa che i *crediti* nel 2020 avrebbero avuto più valore del *saldo* nel portafoglio, visto che consentivano di acquistare le *card Amazon* e *Bitsa* mentre sul *saldo* sarebbero stati imposti dei limiti d'uso. Gli utenti che avessero voluto mantenere il *saldo*, e quindi rifiutare la conversione, avrebbero dovuto inviare un'apposita comunicazione entro il 31 dicembre 2019, mentre gli utenti che avessero accettato i *crediti* sarebbero stati esentati nel trimestre successivo dal rispetto della regola di effettuare almeno un acquisto mensile sulla Piattaforma e soprattutto “*sarebbero stati esentati da non meglio specificati controlli volti a scoprire se erano state violate le condizioni di vendita e d'uso dell'azienda*”. SixthCo. avrebbe poi limitato l'utilizzo dei *crediti* al 2%, di modo che sarebbe stato praticamente impossibile procedere al loro utilizzo e sarebbero serviti “*unicamente per far illudere il consumatore di poter ottenere un qualche risparmio e per tenerlo legato alla piattaforma a tempo indeterminato visto che un utente che disponesse di qualche migliaia di euro di crediti SXC non potrebbe liberarsene in meno di un decennio*”.

154. Inoltre, dal mese di gennaio 2020 le attivazioni delle *Shopping Card* regolarmente acquistate sarebbero state rimandate e impedito, adducendo inverosimili motivazioni amministrative, tra le quali anche il preteso *overbooking* (“*ovvero card richieste in sovrannumero rispetto a quelle disponibili*”) o l'asserita adozione di un nuovo *Software Gestionale*, con

L'effetto di costringere i consumatori ad accedere più volte alla Piattaforma prolungando i tempi di visita della stessa e favorendo così l'acquisizione di maggiore pubblicità meglio remunerata¹⁷⁵. In tale frangente, SixthCo., dopo aver comunicato vari slittamenti nell'attivazione delle *card*, avrebbe proposto di rimborsare le *Shopping card* che non era stato possibile consegnare e avrebbe creato sul Sito una specifica "area rimborsi" per "*concludere immediatamente e in modo automatico accettando il rimborso del valore corrisposto in SXC ticket*", in luogo del sistema di pagamento originariamente utilizzato dall'utente (carta di credito, bonifico, etc...). Al riguardo è stato evidenziato che "*l'accettazione di questa particolare procedura di rimborso in ticket, che, per evidenti motivi, costituisce la modalità preferita dal professionista, comporta 'la rinuncia a qualsiasi rivalsa presente e futura nei confronti di SXC.....' e ancor più gravemente 'ad ogni diritto di apertura o proseguimento di procedure di chargeback, segnalazioni ai sistemi di pagamento o istituti bancari relativamente a tali transazioni'. Infine 'Qualsivoglia futura azione nei confronti di SixthContinent relativa a queste transazioni sarà trattata e considerata come un tentativo di frode che verrà perseguito da SixthContinent nelle sedi opportune'*". In ogni caso, ancora nel mese di luglio 2020, i rimborsi non sarebbero stati operati né in *ticket*, né in denaro né in altra moneta interna al sistema di SXC e non sarebbe stata comunicata una data entro la quale tali restituzioni sarebbero state effettuate.

155. In conclusione, la politica commerciale di SixthCo. avrebbe provocato il blocco totale dei soldi depositati dai consumatori (decine di milioni di euro)¹⁷⁶ e la perdita di valore delle somme accumulate nel proprio profilo, diventate indisponibili per gli acquisti programmati¹⁷⁷. In tale contesto, ogni misura

¹⁷⁵ A dire dei segnalanti, "*il professionista vende tranquillamente shopping card che non possiede, contando probabilmente sul fatto che l'attivazione e quindi la possibilità di scaricare ed usare la shopping card, avviene normalmente 3gg lavorativi dopo l'acquisto!*".

¹⁷⁶ Sulla base della ricostruzione dei segnalanti, "*i risultati ottenuti, pur con tutte le cautele descritte [...], mostrano che SXC, una volta interrotta la vendita di tali strumenti finanziari, abbia bloccato sulla sua piattaforma una cifra non inferiore a 56.395.200 € i quali diventano 83.341.967,75 € se, come correttamente dovrebbe farsi, si assumono i valori facciali delle card redente.*"; SixthCo. avrebbe avuto una cassa positiva fino al mese di Dicembre 2019, termine della vendita di prodotti finanziari (SXC Card), e poi si sarebbe generata una forte carenza di liquidità dovuta alla successiva attivazione delle *card* vendute "*a conferma della totale insostenibilità di quelle offerte, in linea con quello che accade tradizionalmente in tutti i cd. 'sistema Ponzi'*". Conclude la parte che "*l'entità della presunta frode (15 M.€) corrisponde evidentemente proprio alla quota parte dei crediti e del saldo che i consumatori hanno potuto usare nel 2019 e che sono stati successivamente bloccati nel 2020*".

¹⁷⁷ Il Professionista, quindi, userebbe i consumatori "*come propria banca personale*", facendo loro "*acquistare prodotti che non possiede e non può procurarsi, salvo promettere dopo oltre 30gg. rimborsi immediati che però non arrivano mai; successivamente propone il rimborso in una nuova "moneta" utilizzabile solo su Sixthcontinent (il ticket) a patto però di rinunciare all'esercizio dei propri diritti! Come*

attuata da SixthCo. sarebbe stata imposta unilateralmente “*senza concedere alcuna via di scampo al consumatore*”, asserendo che si tratterebbe di modifiche “*tutte già ricomprese nei termini e condizioni già accettate e comunque volte ad incrementare la sicurezza e la sostenibilità del business*”, con l’ulteriore conseguenza di negare al consumatore anche i più elementari diritti ad una corretta informazione, al recesso e al rimborso. A ciò si aggiungerebbero condotte intimidatorie del Professionista nei confronti degli utenti che ricorressero al c.d. *chargeback* per ottenere attraverso il sistema di pagamento/banca la restituzione delle somme pagate per carte mai consegnate dopo infruttuosi reclami al *customer care* di SixthCo, in base a quanto previsto dall’art. 56 del Codice del Consumo.

156. Grazie alle proprie offerte commerciali e alle iniziative di blocco/depauperamento del patrimonio degli utenti, SixthCo. avrebbe realizzato, in un solo anno (2019), l’imponente somma di 160 milioni di fatturato, che non sarebbe stato possibile raggiungere attraverso la vendita delle semplici *shopping card brandizzate*. Secondo i denunciati il sistema descritto avrebbe tuttavia rivelato la propria insostenibilità e, una volta raggiunto il punto di rottura, il Professionista avrebbe giustificato l’incapacità di far fronte ai propri impegni adducendo di essere stato vittima di “*fantomatica truffa*” ordita da alcuni consumatori che con le *shopping card* di supermercati, anziché acquistare merce, avrebbero comprato carte di credito prepagate per poi effettuare rilevanti acquisti di carte *Turbo*, provocando danni all’azienda per mancati introiti pubblicitari. In realtà, si tratterebbe di “*una puerile scusa per mascherare le proprie gravissime responsabilità spostando l’attenzione su utenti del tutto innocenti che semplicemente usavano la piattaforma secondo i suggerimenti ricevuti e per ciò stesso sono stati colpiti non soltanto con la sospensione dei loro account ma anche con attacchi personali del tutto ingiustificati*”¹⁷⁸; peraltro, in modo del tutto incoerente, il Professionista, dopo aver accusato alcuni consumatori di aver frodato il sistema violando limiti contrattuali e tecnologici comprando troppe carte prepagate che consentivano il c.d. “*open loop*”, avrebbe nuovamente promosso la carta prepagata Bitsa che, tra la fine di gennaio e l’inizio di febbraio 2020 sarebbe stata l’unica carta venduta sulla Piattaforma.

157. Ad avviso dei segnalanti, le condotte di SixthCo. oggetto di denuncia

se non bastasse, si aggiungono minacce di azioni legali per coloro che oseranno contestare tale tipo di operato!”.

¹⁷⁸ In merito al fatto che il Professionista fosse a conoscenza dello schema e del sistema c.d. *loop*, i denunciati forniscono una serie di riscontri legati alle dichiarazioni del fondatore e a quelle rese nell’ambito di una nota trasmissione televisiva.

sarebbero tutte ben documentate e integrerebbero pratiche commerciali gravemente scorrette poste in essere nel contesto di uno “*storytelling, perpetrato su ogni tipo di media, secondo cui SXC fosse un’azienda innovativa basata su un sistema ed un algoritmo per i quali addirittura si reclamava il Nobel per l’economia, un sistema “toroidale” che avrebbe dovuto garantire vantaggi per tutti e che è invece riuscito nella mission impossible di creare svantaggi per tutti!*”.

158. Accanto alla continua prospettazione dell’aumento del potere di acquisto dei clienti, il Professionista avrebbe realizzato una pervasiva attività di controllo delle informazioni diffuse sul funzionamento della Piattaforma, mettendo in atto, da un lato, forme di censura e cancellazione di *post* critici e di *account*, anche al di fuori dalla Piattaforma¹⁷⁹, dall’altro lato, l’inserimento di *post* all’interno della *community* formulati “*da persone in stretto contatto con SXC che ovviamente trasmettono le informazioni più convenienti per la politica commerciale dell’azienda*”¹⁸⁰.

159. Un’ultima contestazione dei segnalanti riguarda la posizione delle microimprese, accusate dal Professionista di non adempiere i loro obblighi contrattuali invalidando i codici forniti o rifiutandosi di consegnare la merce pagata con le *Shopping Card* di SixthCo SXC¹⁸¹. In realtà, “*tale situazione era causata dai mancati pagamenti delle fatture emesse dai commercianti a SXC. Essi, infatti, in luogo dei 10 gg., contrattualmente previsti dovevano attendere diversi mesi per poter essere pagati e ciò rendeva molto difficile far evadere gli ordini ricevuti*”¹⁸².

¹⁷⁹ I segnalanti sostengono che, ad esempio, sul sito Trustpilot opererebbe vera e propria *task force* di SXC “*che vigila sulle recensioni negative assicurandosi che esse vengano eliminate nel più breve tempo possibile*”. Inoltre, i gruppi di opinione sorti all’esterno di SixthCo. per “*riequilibrare l’asimmetria di conoscenza e di informazione tra il professionista ed i consumatori*” sarebbero scomparsi dopo l’avvio del sub-procedimento cautelare in quanto ritenuti “*abusivi utilizzatori di marchi e loghi di SXC*”.

¹⁸⁰ Peraltro, SixthCo. procederebbe alla profilazione di tutti gli utenti per determinare a quali gruppi e informazioni possano accedere e se possano essere abilitati “*ad esprimere commenti o trasmettere informazioni su relative tematiche e notizie introdotte dall’azienda*”. A detta dei segnalanti, alcuni particolari gruppi disporrebbero di informazioni privilegiate come, ad esempio, il “*file excel quotidianamente aggiornato dall’azienda e da alcuni utenti, nel quale sono indicate le disponibilità delle card.*”

¹⁸¹ Il supporto clienti del Professionista avrebbe dichiarato ai consumatori che i mancati *download* delle *card* e le omesse spedizioni della merce erano attribuibili a problemi delle aziende *partner*.

¹⁸² In particolare, a partire dal 2020, le condizioni contrattuali praticate alle microimprese sarebbero state modificate unilateralmente sostituendo la previsione che prevedeva “*la sola corresponsione di provvigioni sul venduto (cd. pay per sale)*” con una nuova formula che obbligava all’acquisto dei cd. pacchetti ADV con erogazione di una serie di servizi a costi estremamente costosi. Inoltre, essendo prevista “*la possibilità di cancellare la campagna ad “insindacabile” giudizio di SXC*”, molte microimprese avrebbero stipulato costosi contratti pubblicitari di durata annuale e dopo pochi mesi sarebbero state eliminate dalla Piattaforma. Peraltro il Professionista avrebbe preteso che le microimprese continuassero a spedire la merce nonostante non effettuasse alcun pagamento a loro favore. Le imprese, sull’orlo dell’abisso, avrebbero, loro malgrado, interrotto le spedizioni a causa del mancato pagamento da parte di SixthCo. e sarebbero poi state accusate di

3.3. Memorie Gruppo B

160. Il gruppo B ha evidenziato che SixthCo., tramite i propri canali di comunicazione sul *web*, avrebbe perseguito una strategia gravemente “diffamatoria”, consistente nel citare a titolo esemplificativo determinati episodi riferiti a soggetti, destinatari di blocchi dell’*account*, che venivano “utilizzati” quali “*esempio ‘manifesto’ di patente scorrettezza degli utenti*”. Ciò al fine di ingenerare negli altri aderenti la convinzione che le persone destinatarie del blocco *account* fossero “*soggetti in mala fede, colpevoli di azioni illecite e comunque gravemente scorrette*”, ossia “*operazioni speculative sulle Shopping Card vietate dal Sito, realizzate aggirando i blocchi e i controlli implementati da Sixthco...*” e idonee a generare un danno economico all’intera *Community*.

161. Ad avviso dei consumatori segnalanti, non sussisterebbe un effettivo danno economico derivante dalle asserite condotte fraudolente poste in essere da alcuni utenti (c.d. *loop*), in quanto tale ricostruzione si fonderebbe sull’erroneo presupposto che “*a fronte di un maggior guadagno (differenza tra valore facciale e costo della carta) in capo ad un medesimo soggetto, corrisponda un maggior esborso in capo a Sixthcontinent*”. Sarebbe errato, in particolare, ritenere che i vari acquisti di carte effettuati con il *saldo/crediti* redenti tramite le SXC configurino “*una catena di passaggi che avviene sempre all’interno della Piattaforma e che, quindi, data un’unica somma iniziale ricevuta, la Società corrisponda (alla fine) utilità in misura superiore a quanto si era prefissata e, addirittura, superiore al quantum (iniziale) immesso dall’utente nella Piattaforma nel lasso di tempo considerato*”. In realtà, a dire dei segnalanti, tale “*catena*” si spezzerebbe al primo passaggio, ossia nel momento in cui la somma viene trasferita in favore di un soggetto terzo mediante l’acquisto della relativa card.

162. Inoltre, la parte ha ribadito che, nonostante avesse provveduto a mettere la Società in condizione di ottemperare al provvedimento cautelare del 26 febbraio u.s., “*fornendo indicazione delle proprie coordinate bancarie e individuando gli importi spettanti per ciascuno dei richiedenti*”, la stessa non si sarebbe attivata per attenuare i pregiudizi causati agli utenti in conseguenza delle proprie condotte già censurate, ma, piuttosto, dopo avere pubblicamente affermato di avere adempiuto al provvedimento, lo avrebbe impugnato avanti al TAR l’ultimo giorno utile, con lo scopo di “*prendere tempo*”, così che i

inadempienze contrattuali ed escluse dalla piattaforma, magari poco dopo aver stipulato un costoso pacchetto ADV.

consumatori indugiassero il più possibile a proseguire con iniziative giudiziarie o di *charge back*.

163. Infine, risponderebbe al medesimo obiettivo la diffusione di un comunicato del 1° luglio 2020 in merito alla possibilità, a partire da tale data, di *“utilizzare molti più punti e crediti su ciascuna transazione in linea con i valori dei quattro anni precedenti”* e alla possibilità di utilizzare anche il Saldo delle SXC CARD per acquistare una più ampia gamma di Brand. Tali affermazioni sarebbero volute a ingenerare confusione negli utenti iscritti alla piattaforma e nei futuri fruitori, visto che *“il 30 giugno, l’ultimo del mese, sulla Piattaforma non era di fatto possibile effettuare acquisti, utilizzare “Ricaricacell” o pagare bollettini utilizzando il servizio “Pagamento”, con conseguente obbligo per gli utenti, costretti – in forza dei nuovi termini e condizioni – a effettuare almeno un acquisto al mese al fine di conservare i propri crediti, a sottoscrivere l’abbonamento c.d. “Premium”, del costo di € 400,00 e con validità di 12 mesi, e ad effettuare il conseguente acquisto minimo mensile”*.

3.4 Memoria delle Associazioni CO.DI.CI e AECI

164. Le associazioni CO.DI.CI ed AECI hanno trasmesso una memoria conclusionale congiunta attraverso la quale hanno comunicato di aver avviato una *class action* nei confronti di SixthCo. al fine di permettere ai consumatori iscritti di ottenere la restituzione di quanto versato alla piattaforma.

165. Rispetto alle condotte riconducibili al blocco degli *account*, le Associazioni in questione hanno sottolineato che *“facendo leva su questa posizione unilaterale e senza possibilità di contraddittorio, la Società si appropriava cancellando i profili utenti di consumatori, che dopo aver investito grandi somme e accumulato molte Card in attesa di attivazione si sono visti “cacciati” dalla piattaforma di punto in bianco, la quale parrebbe adottare questa politica “difensiva” ogni volta che registra un flusso di ordini ritenuto “superiore” alla media degli utenti”*.

166. Secondo le Associazioni, SixthCo. avrebbe posto in essere condotte riconducibili alla falsa rappresentazione della realtà e all’induzione in errore, alla modifica unilaterale delle condizioni di vendita, al mancato rimborso delle somme versate per l’acquisto di carte e dei crediti maturati dalla partecipazione alla *community* SixthCo, all’ingannevolezza delle condizioni di adesione alla *community* ed alla limitazione della possibilità di utilizzare il saldo contenuto nel c.d. *wallet* ai fini dell’acquisto delle Shopping Card, nonché i *crediti* ed i

punti maturati sulla Piattaforma.

167. Peraltro, la situazione in cui si sarebbero trovati moltissimi consumatori sarebbe risultata ancora più grave considerando la quantità di denaro che hanno investito, nell'erroneo convincimento di poter fruire dei vantaggi promessi e acquisiti sulla Piattaforma. Non rispettando gli impegni contrattuali presi, la SixthCo. avrebbe causato conseguenze importanti per gli utenti che non solo non avrebbero ricevuto il vantaggio economico promesso ma avrebbero anche perso la disponibilità del proprio denaro.

168. A ciò dovrebbe aggiungersi l'omissione da parte di SixthCo. di importanti informazioni agli aderenti, che avrebbe determinato una falsa aspettativa rispetto vantaggi promessi dalla Società spingendoli ad investire un'ingente quantità di denaro che, *“in caso di trasparenza di informazioni, avrebbe molto probabilmente impiegato in altre modalità”* anche considerando il danno derivato ai consumatori dalla conversione delle SXC Card in *crediti* e dal progressivo deprezzamento di questi ultimi fino a renderli praticamente non utilizzabili.

169. Peraltro, il Professionista avrebbe ostacolato il processo di accredito del valore delle *SXC Card* nel *wallet*, ritardando tale accredito o, in alcune occasioni, procedendo, prima alla conversione del valore delle *card* in *crediti* e solo successivamente, a seguito di svariati *ticket* aperti con il centro assistenza, alla riconversione delle stesse in *saldo wallet*.

170. Contestualmente alla conversione forzosa delle *SXC Card* in *crediti*, vi sarebbe stato un cambio di fatto delle condizioni di utilizzo della Piattaforma, in relazione alla percentuale di *crediti* utilizzabile nell'acquisto delle *shopping card*. Teoricamente la percentuale di *crediti* utilizzabile per l'acquisto delle *card* avrebbe potuto raggiungere il 50%, ma, rispetto al passato, sarebbero pochissime le *card* acquistabili con elevate percentuali di *crediti* e tutte riferite a servizi e beni non primari. E' stato inoltre evidenziato che *“mentre con il saldo wallet si sarebbero potute acquistare shopping card e servizi disponibili sulla piattaforma sino al 100% del loro valore (inclusi in particolare i buoni per la spesa e per il carburante, il pagamento delle bollette e delle ricariche del cellulare) il saldo in crediti è utilizzabile solo in percentuali irrisorie (circa il 2% del totale) per l'acquisto dei beni e servizi primari indicati (carburante, spesa, bollette, ricariche telefoniche....), e in percentuali più elevate solo sulle cd. "offerte sponsorizzate", che prevedono il contestuale e combinato acquisto con separati fondi propri di numerose ulteriori card indicate unilateralmente da SixthContinent vanificando di fatto le prospettive di risparmio dell'operazione.”*

171. Successivamente all'avvio del procedimento istruttorio, il Professionista avrebbe poi modificato in maniera rilevante la sua *policy* ammettendo così che tali cambiamenti sarebbero stati necessari ad assicurare la sostenibilità dello schema nel lungo periodo. Secondo le segnalanti, tale *modus operandi* implicherebbe l'ammissione che *“la piattaforma così come inizialmente configurata e così come pubblicizzata agli utenti che hanno aderito ed investito i propri denari non era un sistema sostenibile”* e tale circostanza sarebbe stata nota a SixthCo. che avrebbe *“rastrellato sul mercato il maggior numero possibile di clienti, pubblicizzando la piattaforma come il metodo per aumentare il potere d'acquisto delle famiglie (soprattutto in riferimento al sistema delle shopping card e dell'uso del wallet), per poi successivamente procedere a riconfigurare la piattaforma, sostanzialmente eliminando i vantaggi economici maggiormente pubblicizzati della piattaforma che costituivano i motivi principali per l'adesione alla stessa.”*

172. SixthCo., secondo quanto riportato nella memoria in esame, avrebbe continuato a porre in essere le pratiche commerciali scorrette contestate in sede di avvio senza introdurre alcuna misura *“per regolarizzare la propria posizione e tutelare gli utenti della piattaforma”* e ciò nonostante il provvedimento cautelare adottato dall'Autorità.

173. Infine, secondo le citate associazioni sarebbero emersi ulteriori profili di illiceità delle condotte poste in essere dal Professionista in termini di esercizio abusivo di attività finanziaria e abusivismo finanziario con conseguente comportamento illecito nei confronti del consumatore. Le SXC Card commercializzate dal Professionista sarebbero assimilabili a cripto-valute (rappresentazione digitale di valore ed è utilizzata come mezzo di scambio o detenuta a scopo di investimento) dal momento che il credito presente sulla carta sarebbe spendibile per l'acquisto di beni materiali. In particolare, secondo gli esponenti, *“il saldo wallet, dunque, rappresenta una vera e propria valuta virtuale attraverso la quale eseguire acquisti o pagamenti mentre da un altro punto di vista il saldo wallet, così come i crediti potrebbero configurarsi come plusvalenza rispetto al denaro investito sulla piattaforma.”* Pertanto, risulterebbe evidente che *“la Società attività di raccolta del risparmio presso il pubblico/ svolge servizi o attività di investimento o una attività di gestione collettiva del risparmio, reperendo e rastrellando risparmio sul mercato e ridistribuendo (almeno nelle intenzioni) utili che altro non sono che la remunerazione del capitale investito attraverso l'uso di una*

moneta elettronica”¹⁸³.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

174. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *Internet*, in data 3 luglio 2020 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

175. Con comunicazione pervenuta in data 28 luglio 2020, la suddetta Autorità ha espresso il parere richiesto, limitando le proprie valutazioni all’attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l’eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

176. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che *“con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line”*, ha ritenuto che *“allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie il mezzo Internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità”*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

177. Le imponenti risultanze istruttorie sopra illustrate hanno consentito di accertare che tutte le azioni poste in essere da SixthCo., a partire dalla fine del 2019 ad oggi, sono riconducibili ad una strategia unitaria volta ad attrarre il maggior numero possibile di consumatori, farli entrare nella *community*, persuadendoli ad investire ingenti somme di denaro nell’acquisto delle

¹⁸³ Da tali affermazioni, le associazioni esponenti farebbero discendere che *“l’attività posta in essere attraverso il sito web www.sixthcontinent.com come Social- Commerce, che si propone e offre di aumentare il potere d’acquisto dei propri iscritti, sembra inserirsi nella fattispecie criminosa di cui all’art. 166 del Decreto legislativo del 24/02/1998 - N. 58, nella parte in cui svolge servizi o attività di investimento o di gestione collettiva del risparmio, anche attraverso altri soggetti, che eventualmente concorrono nell’illecito, come le indicazioni riportate nel sito di agire attraverso una società, la PayTipper s.p.a.”*

Shopping Card brandizzate e delle numerose SXC Card offerte in vendita, ingenerando negli stessi – attraverso la decettiva prospettazione di pretesi vantaggi economici – l’erroneo convincimento che tali *Card* fossero in grado di incrementare il proprio valore e aumentare significativamente il potere di acquisto degli utenti. Dopo aver decettivamente indotto i consumatori ad aderire alla Piattaforma e a investire anche ingenti somme nelle offerte ivi rese disponibili, SixthCo. ha iniziato, difatti, a perpetrare una serie di iniziative che hanno determinato prima la sostanziale impossibilità per gli utenti di fruire dei significativi importi impiegati nella *community* e, poi, il mancato rimborso dei medesimi, ponendo in essere le seguenti misure: il blocco/sospensione degli *account*, la ritardata o mancata attivazione delle *Shopping Card* rispetto a quanto previsto al momento dell’acquisto, gli ostacoli all’utilizzo delle *SXC card*, consistenti nella conversione unilaterale delle *SXC card* in *Crediti* – invece di *Saldo*, e quindi la significativa riduzione del valore dei *Crediti* utilizzabili per l’acquisto di SC e altre utilità, la diminuzione del novero delle *Shopping card* acquistabili, l’ostacolo all’utilizzo dei *Crediti* per la fruizione dei Servizi sulla Piattaforma (*Pagomeno e RicaricaCell*), e, infine, la riconversione delle *SXC Card*.

178. Come ampiamente esposto, il Professionista si accredita come “*un c.d. ‘Social Commerce’ che punta a migliorare il potere di acquisto dei consumatori che effettuano tramite le Shopping Card le normali spese di famiglia*”¹⁸⁴. Come analiticamente descritto nella parte relativa alle evidenze istruttorie, il Professionista, in tutte le comunicazioni commerciali, ampiamente divulgate con una pluralità di mezzi di diffusione (Piattaforma, Convention, Video Conferenze *online*, *Newsletter* e *post* su Facebook, Internet, posta elettronica, TV), ha continuamente prospettato in termini assoluti e suggestivi, attraverso la promessa costante di un asserito incremento della capacità di acquisto degli utenti, una pretesa convenienza economica derivante dalla registrazione alla Piattaforma SixthCo. e dall’acquisto delle varie offerte di volta in volta proposte in vendita sul Sito.

179. Nello specifico, i messaggi pubblicitari, puntualmente descritti al punto III del presente provvedimento, sottolineano con modalità enfatiche, in fase precontrattuale, nel delicato e decisivo momento del c.d. aggancio del consumatore, i presunti benefici economici della proposta commerciale di SixthCo., prospettando tale sistema come improntato a impiegare i propri profitti a favore degli utenti (“*SixthContinent condivide parte dei suoi profitti giornalieri con tutti i suoi utenti distribuendoli sotto forma di crediti e punti*”)

¹⁸⁴ Si veda al riguardo la *Premessa* delle “*Condizioni generali di vendita*” disponibili sul Sito.

per consentire loro di acquisire risorse interne (*crediti*) da utilizzare sulla piattaforma per comprare *Shopping Card* con le quali pagare i loro acquisti traendone sicuramente un vantaggio economico¹⁸⁵.

180. Il Professionista ha continuamente accompagnato la commercializzazione di ogni nuova offerta con la suggestiva prospettazione di presunti benefici economici e del conseguente incremento della capacità di acquisto degli utenti, come attestato dalle modalità promozionali della massiccia campagna di vendita delle *SXC Card*, attuata nel secondo semestre del 2019, con particolare riferimento alle c.d. *Turbo Card* (vere “*Bombe di convenienza*”) e le *Family Box*, esaltandone la redditività e la possibilità di ampio utilizzo (“70% utilizzo crediti”) per l’acquisto di un significativo catalogo di prodotti (*Shopping card*) relativi a importanti *brand* nonché per fruire dei Servizi disponibili sulla Piattaforma (Pagomeno) per il pagamento anche di utenze domestiche e mutui, con l’aspettativa di “*Bollette più leggere*”.

181. Analoghe considerazioni valgono per l’iniziativa commerciale del Professionista costituita dalla conversione forzata delle *SXC Card* in *Crediti*, perpetrata il 18 dicembre 2019 a fronte della promessa di un significativo incremento di valore dei *Crediti*, in grado di consentire ai consumatori un aumento di circa il 10% del risparmio/guadagno e quindi del loro potere di acquisto, grazie anche all’indicata possibilità di “*acquistare le Card anche fino al 100% con i crediti SXC*”. In un’altra comunicazione, insieme agli auguri di Natale, SixthCo. evidenziava la circostanza che dopo le festività gli utenti avrebbero potuto utilizzare in modo pieno e assoluto i *Crediti* guadagnati, potendo acquistare con il 100% dei *Crediti* le carte di credito prepagate Bista con le quali acquistare le altre *Card*.

182. Anche le ulteriori iniziative commerciali di SixthCo. poste in essere nel mese di marzo 2020, rappresentate dal rimborso forzato di tutte le *Shopping Card* con ritardo di attivazione di oltre 30 giorni e dalla possibile riconversione in *SXC card*, sono state caratterizzate, come visto, da una campagna promozionale volta a enfatizzare i presunti vantaggi derivanti, da un lato, dal rimborso di *default* delle *SC* brandizzate, dall’altro, dal prospettato beneficio connesso al mantenimento dei *Crediti* nell’ottica di scoraggiare gli utenti dal richiedere la riconversione e mantenere così i *crediti* (“*i Crediti SXC saranno utilizzabili anche fino al 100% del valore nominale delle Shopping Card*”).

183. Come risulta dalle corpose risultanze istruttorie, moltissimi

¹⁸⁵ Cfr. documento n. 29, 30 e 31 del fascicolo istruttorio (Filmato acquisito agli atti in data 24 ottobre 2019).

consumatori¹⁸⁶ hanno aderito alla Piattaforma sulla base della descritta campagna pubblicitaria incentrata sull'aumento del potere di acquisto delle famiglie e si sono pertanto determinati ad acquistare i vari prodotti digitali di volta in volta venduti sul Sito (ad esempio *SXC Card*, *Shopping Card*, *bundle/box*), molti dei quali con lunga data di attivazione/consegna, nella prospettiva di realizzare i reclamizzati vantaggi economici (nel senso che avrebbero dovuto generare molti crediti e *saldo/wallet* da spendere all'interno della piattaforma per acquistare tutte le *Shopping Card* presenti nel catalogo SixthCo. e per pagare bollettini di ogni genere, mutui e ricariche telefoniche). In particolare, un numero significativo di consumatori ha investito somme sempre più importanti per acquistare le *SXC Card* ad un valore nominale superiore al costo effettivo, da poter utilizzare, sulla base di quanto decettivamente prospettato, dopo l'attivazione attraverso la conversione in *saldo/crediti*, per acquisti di alte carte e per il pagamento di utenze e mutui attraverso il servizio "Pagomeno" o la ricarica di cellulari mediante il servizio *Ricaricacell*¹⁸⁷.

184. A seguito dell'aggancio pubblicitario, numerosissimi consumatori (ad oggi circa [500.000-700.000]), dunque, attratti dalla suggestiva reclamizzazione della convenienza di ogni singola iniziativa commerciale proposta all'intero sistema SixthCo. in relazione alle *Shopping Card* e alle *SXC card*, sono stati decettivamente indotti ad aderire alla *community*, a investire i propri risparmi nell'acquisto delle varie offerte rese disponibili sulla Piattaforma, a continuare a fare acquisti per mantenersi "attivi" e non vedersi azzerare i *Crediti* maturati, fino a rinunciare alla "riconversione" delle *SXC card* oggetto di precedente conversione forzata, senza poter utilizzare le prospettate percentuali di *crediti* per gli acquisti sul Sito, senza poter fruire delle *Shopping Card* alla prevista data di attivazione, senza riuscire a utilizzare i Servizi di pagamento disponibili sulla Piattaforma e, in ultima analisi, senza invero conseguire il promesso miglioramento in termini di potere d'acquisto.

185. Dalla documentazione istruttoria si evince che la promessa relativa alla convenienza economica della partecipazione alla Piattaforma, nonché all'incremento della capacità di acquisto degli utenti grazie all'adesione alle varie offerte ivi rese disponibili da SixthCo. e al ruolo centrale dei *Crediti*, non ha trovato riscontro nella realtà dei fatti e si è, dunque, rivelata profondamente ingannevole, ai sensi dell'art. 21 del Codice del Consumo. Sulla base delle informazioni e dei documenti acquisiti nel corso del procedimento istruttorio

¹⁸⁶ Cfr., *ex multis*, la citata segnalazione prot. 32746 del 9 aprile 2020, che riporta l'esperienza e le doglianze di un gruppo di oltre 500 aderenti alla *community*.

¹⁸⁷ Cfr. tra tutte, segnalazioni prot.14061 del 22 gennaio 2020 e prot.14093 del 23 gennaio 2020.

risulta ampiamente smentita l'enfatica promessa pubblicitaria veicolata ai consumatori in ragione: a) dell'impossibilità per gli utenti di utilizzare gli importi immessi nella Piattaforma nei termini promessi, b) in ragione della sequenza delle condotte ampiamente descritte nelle risultanze istruttorie, capaci di alterare indebitamente la libertà di comportamento dei consumatori rispetto ai prodotti offerti da SixthCo. e alle attività espletabili sulla Piattaforma (blocco *account*, mancata attivazione *Shopping Card*, omesso rimborso delle *Shopping Card* non attivate, conversione *SXC card* in *Crediti*, riduzione del valore dei *Crediti*, diminuzione *Shopping card* acquistabili, non fruibilità dei *Crediti* per *Pagomeno e RicaricaCell*).

186. L'ingannevolezza delle modalità di promozione della Piattaforma non può ritenersi neanche attenuata – e comunque non sarebbe esclusa date le molteplici criticità rilevate nella condotta della Società – dalla circostanza, addotta dal Professionista, che tutte le informazioni rilevanti sulle caratteristiche del sistema SixthCo. e delle varie offerte potevano essere apprese dal consumatore tramite la documentazione contrattuale messa a disposizione dalla Società. Ciò in quanto il legislatore stesso ha previsto che il consumatore, secondo il paradigma individuato nelle norme del Codice del Consumo poste a tutela della libertà di scelta del medesimo e come chiarito altresì dalla giurisprudenza, deve disporre contestualmente – fin dal primo contatto - di tutte le informazioni utili ad assumere la decisione di natura commerciale, anche perché, una volta determinato il c.d. “aggancio pubblicitario” del consumatore, il solo fatto che sia indotto a consultare il sito o chiamare il numero verde o leggere la documentazione contrattuale per ottenere ulteriori informazioni aumenta la possibilità che egli si determini effettivamente a fruire delle prestazioni del professionista¹⁸⁸.

187. Come ampiamente illustrato, il Professionista, a partire da novembre 2019, pur continuando a promuovere l'acquisto di offerte *turbo* e *family box* asseritamente idonee a generare maggiori *crediti* e *saldo*¹⁸⁹, inducendo moltissimi utenti a comprarle – anche in misura massiva data l'assenza di limiti all'acquisto - ha tuttavia iniziato a compromettere la capacità di acquisto degli aderenti ponendo in essere una serie di condotte orientate, nel loro complesso, a impedire/limitare la possibilità per gli utenti di utilizzare le *Shopping Card* e di fruire delle *SXC Card*, dei *crediti*, dei *punti* e del *saldo*

¹⁸⁸ Si veda, *ex multis*, TAR Lazio sent. n. 11097, pubblicata il 19 settembre 2019 e sent. n. 5798, pubblicata il 24 maggio 2018.

¹⁸⁹ Ivi inclusa la vendita del costoso (euro 400) abbonamento *Orange Premium* che prevedeva vantaggi esclusivi “a tutt'oggi inesistenti”.

presenti nel loro portafoglio virtuale¹⁹⁰, attraverso continui e immotivati rinvii della consegna e attivazione delle *Shopping card* nonché mediante una forzosa conversione delle *SXC Card* in *Crediti*, “una drastica riduzione sull’utilizzo dei crediti che è passato dal 50% all’1% sui top brand”¹⁹¹ e il significativo ridimensionamento del catalogo delle *Shopping card* brandizzate acquistabili.

188. Le risultanze istruttorie offrono, dunque, solide evidenze in merito al fatto che il Professionista, dalla fine del 2019, ha realizzato condotte palesemente scorrette, volte a privare indebitamente gli utenti delle utilità acquisite, e consistenti nella chiusura arbitraria degli *account* dei consumatori, nell’omessa o rinviata attivazione/consegna delle *Shopping Card* senza adeguata giustificazione, nella richiesta di versare ulteriori importi per la loro utilizzazione, nell’omesso rimborso delle *Shopping Card* non consegnate/attivate, nella conversione forzata delle *SXC Card* in *Crediti*, nella drastica riduzione del valore dei *Crediti* per l’acquisto di *Shopping Card* e nella significativa limitazione del catalogo delle *Shopping Card*, nell’impedimento all’utilizzo dei servizi di pagamento.

189. I comportamenti in esame, posti in essere sulla base di continue e arbitrarie modifiche unilaterali delle condizioni contrattuali di vendita da parte di SixthCo. e senza procedere al rimborso delle somme spettanti agli aderenti, sono connotati da un elevato profilo di aggressività, in quanto caratterizzate dallo sfruttamento di una posizione di potere che ha fortemente limitato in molte circostanze, e indebitamente condizionato in altre, la libertà di scelta dei consumatori e la capacità di assumere una decisione consapevole in relazione alle offerte rese disponibili sulla Piattaforma, ostacolando l’utilizzo e la fruizione delle carte acquistate e regolarmente pagate e delle altre utilità connesse alla partecipazione alla *community* in modo da trattenere, all’interno della Società, le ingenti risorse conferite dai numerosissimi utenti, ai quali è stato anche indebitamente negato l’esercizio dei legittimi diritti contrattuali di recesso e rimborso.

190. In particolare, per quanto concerne il blocco degli *account*, nonostante la vorticosa crescita del numero degli aderenti, SixthCo. ha proceduto all’improvvisa chiusura di *account* in relazione ad un numero rilevante di

¹⁹⁰ Come testimoniato dalle parole di un consumatore: “ad un tratto (dicembre) l’azienda, con comunicazioni frammentarie ed utilizzando canali non ufficiali (ad esempio i social, quando avrebbe potuto/dovuto inserirle nella propria homepage a caratteri cubitali), cambiava moltissime condizioni di vendita, anche in maniera retroattiva, rendendo gli investimenti dei clienti inutili o poco vantaggiosi.” (cfr. segnalazione prot. prot. 14930 del 27 gennaio 2020).

¹⁹¹ Cfr. segnalazione prot.31748 del 9 aprile 2020 e anche Segnalazione prot. 36843 del 6 maggio 2020 (nel caso di specie, a detta del segnalante: “ciò ha significato di fatto l’impossibilità totale di usufruire dei crediti maturati e ricordo, pagati molti mesi prima, nel mio specifico caso ho accumulato circa 24.000 euro di crediti”).

(circa [5.000-7.000] di cui oltre [omissis] ancora bloccati alla data dell'ispezione), come attestato dalle evidenze acquisite nel corso dell'accertamento ispettivo. Nella maggior parte dei casi esaminati, il blocco ha riguardato aderenti molto attivi nell'ambito della *community* che sono stati estromessi in modo improvviso e unilaterale, senza ottenere il rimborso delle somme e delle altre utilità conseguite e senza alcuna motivazione o con motivazioni pretestuose (ad es. trasmissione di documentazione di identità), e frequentemente sulla base delle semplici indicazioni del fondatore della *community* o soltanto per aver sporto reclamo o aver "postato" un commento non gradito. Tale modalità operativa, si connota per un rilevante tasso di aggressività in quanto realizzata senza consentire alcuna forma di contraddittorio preventivo, senza poter esercitare alcuna forma di opposizione alle misure unilateralmente imposte, stante anche l'incertezza in ordine alla sorte degli importi bloccati nella Piattaforma e alla concreta possibilità di ottenere il rimborso.

191. Peraltro, in tale contesto, il Professionista risulta aver ostacolato il legittimo esercizio dei diritti degli utenti. A fronte delle richieste volte a poter utilizzare le *Shopping Card* e le altre utilità maturate grazie alla partecipazione alla *community*, la Società ha infatti fornito riscontro con risposte interlocutorie ed evasive nonché minacciando, nei confronti di reclamanti insistenti, la promozione di azioni legali, allo scopo di indurre i consumatori a desistere dall'esercizio dei loro legittimi diritti contrattuali, ivi compresi quelli di recesso e di rimborso, e trattenere così gli ingenti importi da loro versati nella Piattaforma.

192. Quanto alle giustificazioni addotte dal Professionista in ordine ai blocchi degli *account*, e in particolare al loro legame con eventi fraudolenti asseritamente posti in essere ai suoi danni (*loop*), queste non solo non appaiono plausibili, ma risultano comunque del tutto ingiustificate e in ogni caso sproporzionate, ciò alla luce del fatto che il numero di utenti interessati dalle misure di blocco/sospensione è di gran lunga superiore (circa [5.000-7.000] di cui oltre [omissis] ancora bloccati alla data dell'ispezione, cfr. *supra*), al numero esiguo di soggetti ([10-20]) nei confronti dei quali la Società risulta aver promosso azioni di accertamento. Si osserva, peraltro, che le condotte di blocco/sospensione degli *account* sono state poste in essere in un arco temporale non coincidente con quello dei pretesi "attacchi speculativi", essendo iniziate nel luglio 2018, ossia ben prima che la società si avvedesse della asserita frode (rilevata solo nel dicembre 2019). E ancora, sulla base delle ampie evidenze istruttorie, i blocchi degli *account* risultano

diversamente motivati, in molti casi anche scarsamente motivati, sulla base delle più banali motivazioni (invio documenti di identità, la mera presentazione di un reclamo, l’inserimento di un commento non gradito e infine la mera discrezione del capo azienda). Più in generale, le misure di “autodifesa” e prevenzione attuate rispetto alle pretese truffe non risultano certamente proporzionate e idonee a giustificare tutte le altre diverse e articolate condotte scorrette poste in essere dal Professionista nei confronti dei numerosissimi utenti della Piattaforma e volte, come visto, a diminuire, o meglio sostanzialmente annullare, il valore dei prodotti acquistati.

193. Al riguardo, si rileva che l’art. 10 delle “Condizioni generali di vendita” non solo prevede la possibilità di utilizzare gli importi derivanti dall’acquisto di *SXC Card* “per l’acquisto di *Shopping Card sul Sito*” senza alcuna ulteriore precisazione o limitazione al riguardo, ma qualifica espressamente le *SXC card* come “*un particolare tipo di Shopping Card*” (“*10.1 Sul Sito l’utente può acquistare un particolare tipo di Shopping Card, denominata “SixthContinent Card”. Successivamente all’acquisto della SixthContinent Card l’utente riceverà sul proprio conto personale in essere presso il proprio profilo un importo monetario pari a quanto riferito all’acquisto della stessa SixthContinent Card, da poter spendere per l’acquisto di Shopping Card sul Sito*”).

194. Anzi, si deve rilevare come dagli ampi elementi acquisiti e da numerose segnalazioni emerga che alcune forme di acquisto di *SXC Card* con il *Saldo* o i *Crediti*– adesso stigmatizzate dal Professionista - siano state promosse e favorite dal medesimo proprio per evitare che l’utente richiedesse le *Shopping Card* brandizzate che comportava un effettivo esborso monetario per reperire e fornire la suddetta carta, secondo una logica tipica dei fenomeni speculativi che tendono alla massima espansione e poi diventano economicamente insostenibili e inevitabilmente implodono.

195. Quindi emerge con chiarezza che SixthCo. ha posto in essere una serie di blocchi e/o sospensioni degli *account* con modalità aggressive ed unilaterali che, lungi dall’essere necessarie alla tutela della Piattaforma, sono stati realizzati per limitare gli utenti attivi, privandoli delle risorse economiche che questi avevano investito e delle altre utilità conseguite partecipando ad essa, senza procedere al rimborso degli importi versati e/o maturati e mantenendo così ingenti risorse nella Piattaforma.

196. Parimenti aggressive, in quanto in grado di limitare considerevolmente la libertà di comportamento dei consumatori e di alterare una loro scelta consapevole rispetto ai prodotti offerti sulla Piattaforma e alle attività

connesse alla partecipazione alla *community*, risultano le articolate condotte poste in essere da SixthCo. nei confronti degli aderenti alla *community* e consistenti, come sopra puntualmente illustrato, nel ritardare od omettere la consegna/attivazione delle *Shopping card* brandizzate e/o nel subordinarla al compimento di ulteriori prestazioni/pagamenti, nell'omettere il rimborso delle *Shopping Card* non consegnate/attivate, nel convertire le SXC Card in *Crediti*, nell'ostacolare l'utilizzo delle SXC card (attraverso la richiesta di ulteriori acquisti e pagamenti per la loro fruizione), nel ridurre il valore dei *Crediti* maturati dagli aderenti, fino quasi ad azzerarne la possibilità di utilizzo, nel diminuire significativamente il novero e l'importanza delle *Shopping card* acquistabili, nell'ostacolare la fruizione dei Servizi di pagamento, nonché infine nell'omettere la restituzione agli utenti delle utilità maturate e degli importi versati nella Piattaforma¹⁹².

197. Si tratta di una serie di condotte unilaterali e cogenti realizzate senza adeguata e motivata giustificazione, che hanno eliminato o significativamente ridotto il valore dei prodotti e servizi offerti sulla Piattaforma, privando indebitamente moltissimi consumatori di quanto da loro acquistato e delle aspettative economiche riposte nell'adesione alla Piattaforma dopo il versamento di ingenti somme di denaro. Il tutto sempre ingannevolmente accompagnato dalla promessa che ogni singola offerta o iniziativa commerciale avrebbero comportato un notevole miglioramento del potere di acquisto degli aderenti in virtù soprattutto del prospettato incremento della percentuale di utilizzo dei *crediti* – addirittura nella misura del 100% - per l'acquisto di *Shopping Card* e il compimento delle altre attività sulla Piattaforma.

198. L'insieme dei comportamenti di SixthCo. appena descritti ha avuto l'effetto di congelare indebitamente la possibilità per i consumatori di utilizzare i prodotti, gli importi e le altre utilità che avevano acquistato e ottenuto sulla Piattaforma¹⁹³. L'aggressività di tali articolate condotte è attestata dalle modalità di attuazione delle stesse, essendo state realizzate in modo unilaterale, senza alcun preavviso, in assenza di contraddittorio con gli utenti, in spregio degli specifici termini e condizioni espressamente previsti al momento dell'acquisto di ogni offerta nonché in assenza di qualsivoglia valida giustificazione.

199. L'insussistenza di fondate ragioni che possano effettivamente giustificare le condotte attuate da SixthCo. emerge anche dalla circostanza che, a partire

¹⁹² Cfr. sezione 2.b.ii del presente provvedimento.

¹⁹³ Cfr. segnalazione prot.23505 del 28 febbraio 2020.

dalla fine di dicembre 2019, i consumatori hanno *“dovuto subire inermi decine di comunicazioni da parte di SXC con promesse e giustificazioni, talmente inverosimili da rappresentare una vera e propria offesa all’intelligenza umana, tante promesse, tante belle parole, ma di fatto ad oggi, nessuno ha potuto recuperare i propri soldi”*. In particolare, tra le *“scuse più inverosimili per giustificare la condotta posta in essere”* da SixthCo.”, le più *“famosse”* sono di seguito riportate: *“abbiamo ricevuto attacchi da Hacker dalla Russia e dall’Ucraina”*; *“abbiamo subito una frode da parte di loopers professionisti”*; *“abbiamo problemi con la promo AmazonPay”*; *“gli uffici delle aziende sono chiusi per le festività natalizie”*; *“abbiamo ricevuto feedback falsi da Haters sul sito Trustpilot”*; *“i nostri magazzini sono in ristrutturazione”*; *“abbiamo subito danni di traffico sul sito e fatturato per colpa di un gruppo TELEGRAM che diffonde fake news”*; *“ulteriori ritardi per via del Corona Virus”*; *“essendo stati denunciati dagli utenti all’AGCM non possiamo migliorare le condizioni del sito perché ce lo impone AGCM”*¹⁹⁴.

200. Sul punto, appare parimenti significativo il fatto che la Società abbia addotto distinte motivazioni per giustificare la misura di riduzione della percentuale di crediti, sostenendo dapprima la necessità di prevenire frodi e affermando poi l’esigenza di effettuare una ristrutturazione interna *“che avrebbe visto, a fine lavori, aumentare i vantaggi all’utente a partire dal gennaio 2020. Tali vantaggi venivano poi rimandati al 28 febbraio 2020, data indicata come ‘fine lavori sulla piattaforma’, cosa palesemente non veritiera poiché il peggioramento è aumentato, continuando ad effettuare modifiche peggiorative in totale contrasto con quanto pubblicizzato nei vari mesi tramite email, comunicazioni e videoconferenze dimostrative”*.¹⁹⁵

201. La scorrettezza della pratica commerciale di SixthCo si coglie appieno nella efficace testimonianza degli utenti della Piattaforma, secondo cui *“già nel mese di dicembre 2019 abbiamo notato i primi scricchioli nel sistema, hanno cominciato a non consegnare le card o consegnarle con ritardi di oltre due settimane, ho appreso tramite canali non ufficiali (Facebook) che tante aziende che facevano parte del sistema registravano ritardi nei pagamenti delle fatture da parte di SXC, ma la vera fine è arrivata giorno 1 gennaio 2020, l’intero catalogo è stato modificato permettendo una fruizione dei crediti e del saldo con percentuali variabili dall’1% al 2%, ciò ha significato di fatto l’impossibilità totale di usufruire dei crediti maturati e ricordo, pagati molti mesi prima, nel mio specifico caso ho accumulato circa 24.000 euro di*

¹⁹⁴ Segnalazione Prot. 36843 del 6 maggio 2020.

¹⁹⁵ Cfr. segnalazione prot.31748 del 9 aprile 2020.

*crediti. È evidente che, con queste modifiche UNILATERALI delle condizioni, se per usare 1 euro di questi crediti devo aggiungere e inserire in piattaforma altri 99 euro cash, non mi basterebbe un'intera vita per usarli tutti, dunque ho di fatto perso i miei soldi che resteranno DI FATTO nelle tasche di SXC*¹⁹⁶.

202. A ciò si aggiunga che gli utenti sono stati costretti ad effettuare ulteriori acquisti indesiderati (se non inutili) sulla Piattaforma solo per riuscire a mantenere i *Crediti* fino a quel momento maturati e impedirne l'azzeramento, secondo quanto previsto dalle regole contrattuali sopra illustrate¹⁹⁷. Infatti, i consumatori sono stati indotti ad acquistare almeno una carta tra quelle poco appetibili rimaste disponibili ricorrendo all'utilizzo di nuove risorse economiche proprie e potendo utilizzare solo una percentuale irrisoria di *crediti*. In altri casi è addirittura stata richiesta agli aderenti la sottoscrizione e/o il pagamento di un abbonamento per poter ottenere facilitazioni e utilità all'interno della *community*. Anche rispetto a tali fattispecie, pertanto, si rinviene un indebito condizionamento esercitato nei confronti degli utenti consistente nell'obbligo di effettuare nuovi acquisti per non perdere i *Crediti* e nell'ulteriore richiesta di versamenti aggiuntivi per non ben identificati servizi, sempre nel contesto di un'incessante campagna volta a promuovere la convenienza economica delle offerte, e al fine ultimo di impedire l'utilizzo dei titoli in uso sulla Piattaforma per mantenere all'interno della stesse le risorse conferite.

203. Del tutto inconferente risulta la tesi difensiva secondo la quale le condotte di ritardata o mancata consegna/attivazione delle *Shopping card* nonché gli ostacoli/impedimenti in ordine all'utilizzo dei *Crediti* e alla fruibilità dei Servizi sulla piattaforma sarebbero giustificabili alla luce delle difficoltà finanziarie connesse "*all'emergenza sanitaria in atto*", atteso che moltissime delle condotte scorrette accertate sono temporalmente risalenti al secondo semestre 2019 e ai primi mesi del 2020, o ad "*eventi di forza maggiore*" del tutto inesistenti o, ancora, volte ad assicurare la sostenibilità di lungo periodo del sistema, in asserito beneficio dei consumatori; fermo restando che risulta di per sé scorretta la pratica commerciale consistente in una serie di condotte

¹⁹⁶ Cfr. segnalazione prot. 36843 del 6 maggio 2020.

¹⁹⁷ Cfr. memoria Gruppo A (prot. 46706 del 15 giugno 2020) "*In pratica, gli utenti di Sixthcontinent acquistano col loro saldo una card di cui non hanno assolutamente bisogno e che quindi non useranno, solo per poter "salvare i loro crediti"* Come ben noto, infatti, tra le tante clausole vessatorie imposte per l'adesione alla community la più odiosa ed invisa è proprio quella che impone di effettuare almeno un acquisto al mese onde evitare l'azzeramento dei crediti il primo giorno del mese successivo. Per non sprepare ulteriori soldi, quindi, data l'assoluta aleatorietà nel download delle card in vendita sulla piattaforma, molti consumatori preferiscono perdere una parte del loro già inutile saldo, piuttosto che mettere a rischio ulteriore denaro per salvaguardare i loro crediti SXC."

volte a interrompere e ridurre significativamente i benefici promessi trattenendo le somme versate, trasferendo quindi sui consumatori le conseguenze pregiudizievoli di eventi relativi all'operatività della Piattaforma, vale osservare che ogni iniziativa commerciale adottata dal Professionista è stata sempre accompagnata dall'insistente prospettazione dei presunti vantaggi e benefici economici per gli utenti.

204. Si deve inoltre considerare che le condotte sopra descritte sono state poste in essere da SixthCo. anche nel corso della crisi connessa all'emergenza sanitaria da Covid-19, con la continua richiesta da parte del Professionista di compiere acquisti e/o sottoscrivere abbonamenti per non perdere i *crediti* già maturati, nonché con l'omesso rimborso degli importi dovuti ai consumatori, nonostante le richieste in tal senso per far fronte alle difficoltà derivanti dalla pandemia, che hanno dato luogo solo a risposte vaghe ed evasive.

205. Da ultimo, si osserva che il promesso ripristino della fruibilità dei *crediti*, annunciato nella comunicazione del 1° luglio 2020, riguarda soltanto coloro che abbiano aderito alla community dopo il 1° gennaio 2020¹⁹⁸. Tale iniziativa, di stampo palesemente discriminatorio ed attuata sempre in forza di unilaterale modifica delle condizioni di utilizzo della Piattaforma, conferma la scorretta pratica di blocco consistente nel consentire l'utilizzo delle risorse presenti sulla Piattaforma solo a coloro che, avendo aderito dopo il 31 dicembre 2019, inevitabilmente dispongono di risorse limitate e devono immetterne in continuazione per rimanere attivi e non perdere i *Crediti*.

Conclusioni

206. Alla luce di quanto sopra esposto, le condotte di SixthCo. si inquadrano in un contesto promozionale fortemente decettivo, connotato da modalità scorrette di prospettazione dell'offerta, in quanto strutturato in modo da enfatizzare con toni suggestivi i presunti elevati vantaggi economici derivanti dalla partecipazione alla *community* e dall'adesione a ciascuna offerta di volta in volta pubblicizzata sul sito *sixthcontinent.com*, espressamente definito come “*un social commerce che trasforma i budget pubblicitari delle aziende in contributi per gli acquisti degli utenti*”, anche per “*le normali spese di famiglia*”, “*l'acquisto di tutti i prodotti di prima necessità ma anche bollette, bollettini o rate mutuo*”¹⁹⁹, che secondo le informazioni promozionali possono essere profittevolmente effettuate con le *Shopping Card* in quanto consentono

¹⁹⁸ Cfr. punto 117 del presente provvedimento.

¹⁹⁹ Cfr. la citata segnalazione prot.0032746 del 9 aprile 2020.

di accumulare ulteriori *crediti/punti*.

207. Tuttavia, l'asserita convenienza economica del sistema SixthCo. non ha trovato riscontro nella realtà dei fatti in quanto, come ampiamente documentato nelle risultanze istruttorie, l'aspettativa di realizzare a fine mese il risparmio promesso, “*che sarebbe dovuto oscillare tra il 10-20% e che secondo i vari proclami dell'azienda, sarebbe dovuto aumentare di un ulteriore 10%*” è stata totalmente disattesa²⁰⁰. Sulla base infatti di quanto emerso dalle risultanze istruttorie, i consumatori che si erano registrati sulla Piattaforma e avevano aderito alle offerte di acquisto proposte da SixthCo. - nell'erroneo convincimento di aumentare il loro potere di acquisto - si sono trovati nella condizione di non poter utilizzare i prodotti acquistati sulla Piattaforma e anzi di dover continuamente immettere nuove risorse all'interno della stessa per non perdere le utilità maturate, a causa di una serie di comportamenti attuati dal Professionista, consistenti in estrema sintesi: nel blocco/sospensione degli *account*, nella mancata consegna/attivazione delle *Shopping card* e continui rinvii delle rispettive date di attivazione/consegna; nel mancato rimborso delle *Shopping Card* mai consegnate; nella conversione delle *SXC Card* in *Crediti*; nella riduzione significativa del valore dei *Crediti*; nel depauperamento del catalogo delle *Shopping card* acquisibili; nell'ostacolo all'utilizzo dei *Crediti* per la fruizione di servizi sulla Piattaforma (ad es. “*Pagomeno*” e “*Ricaricacell*”); nella riconversione delle *SXC Card*.

208. L'insieme delle condotte sopra descritte integra una pratica commerciale scorretta, connotata da numerosi profili di ingannevolezza e di aggressività, in quanto in grado di attrarre decettivamente i consumatori ad aderire alla *community* e poi di limitare considerevolmente, in modo unilaterale e cogente nonché mediante indebito condizionamento, la libertà di scelta e di comportamento degli utenti SixthCo. in relazione alle loro attività nell'ambito della Piattaforma e - per effetto dell'immobilizzazione delle *Shopping Card* e delle altre utilità acquistate sul Sito -, impedendo loro di utilizzare le risorse immesse nella Piattaforma e congelate dalla sopravvenuta modifica delle regole di utilizzo e/o dal denegato accesso all'*account*, inducendoli a versare ulteriori importi per la loro utilizzazione, limitando l'uso dei *Crediti* in conseguenza di una significativa perdita di valore, ed infine rifiutando di procedere al rimborso delle somme spettanti agli aderenti.

209. In conclusione, la pratica commerciale scorretta posta in essere da SixthCo. risulta gravemente decettiva in quanto idonea ad ingannare i

²⁰⁰ Cfr. la citata segnalazione prot.0032746 del 9 aprile 2020.

consumatori in merito alla convenienza dell'adesione alla Piattaforma e dell'acquisto di ogni offerta pubblicizzata, nonché aggressiva perché in grado di modificare forzosamente ed unilateralmente le condizioni e modalità di fruizione dei prodotti, servizi e le altre prerogative acquistate dai consumatori in modo tale da impedirne o ridurne in modo sostanziale la loro utilità nonché condizionare ulteriormente ed indebitamente il comportamento economico, inducendoli ad assumere decisioni di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso, tra cui l'adesione alle varie attività proposte sulla Piattaforma al fine di non perdere quanto già bloccato, ed infine ostacolare l'esercizio dei loro diritti contrattuali, tra i quali quello di risolvere il contratto, ottenere il rimborso delle somme versate sul Sito, cambiare prodotto o rivolgersi a un altro professionista, in violazione degli articoli 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

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

212. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'importanza e della dimensione economica del professionista: Sixthcontinent Europe S.r.l. è un operatore di rilevante dimensione economica, presentando un fatturato al 31 dicembre 2019 pari a quasi [100-150] milioni di euro²⁰¹.

213. Si tiene anche conto della particolare natura delle violazioni riscontrate relativamente all'adozione di uno schema fortemente ingannevole ed aggressivo, che risulta di significativo impatto sulla capacità di autodeterminazione del consumatore nelle proprie scelte commerciali. In particolare, la gravità si apprezza in ragione dell'ampiezza della pratica che ha

²⁰¹ Cfr. allegati memoria finale SixthCo.

coinvolto un numero elevato di consumatori ([500.000-700.000])²⁰², dell'impatto economico della stessa misurabile negli ingenti versamenti effettuati dai consumatori per entrare e rimanere nel sistema, e delle modalità di diffusione dell'offerta che è stata veicolata attraverso numerosi mezzi promozionali nonché *internet*, mezzo suscettibile di raggiungere un elevato numero di consumatori e - come anche messo in luce nel parere reso dall'AGCom - strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica.

214. Quanto alla durata della pratica, dagli elementi disponibili risulta che la stessa è stata posta in essere almeno dal marzo 2018²⁰³ ed è tuttora in corso.

215. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Sixthcontinent Europe S.r.l. nella misura di 4.000.000 €(quattromilioni di euro).

RITENUTO, pertanto, alla luce anche del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto idonea ad ingannare i consumatori in merito alla convenienza dell'adesione alla Piattaforma e dell'acquisto di ogni offerta pubblicizzata, nonché ad impedire ai consumatori aderenti l'utilizzazione delle *Shopping Card* e delle *SXC card* acquistate e la fruizione dei *crediti* maturati e delle altre utilità derivanti dalla partecipazione alla *community* SixtCo., senza procedere al rimborso delle somme spettanti agli utenti, falsando in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti e ai servizi promossi ed offerti dal Professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle società Sixthcontinent Europe S.r.l. costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 21 e 22, 24 e 25 del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

²⁰² Cfr. allegati alla nota prot.13503 del 21 gennaio 2020.

²⁰³ Cfr. documento del fascicolo ispettivo n. 297 dal quale emerge che il primo blocco è stato effettuato in data 9 marzo 2018.

b) di irrogare alla società Sixthcontinent Europe S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.000.000 €(quattromilioni di euro);

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

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, 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

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli