



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 aprile 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11734 del 31 marzo 2020, volto a verificare l’esistenza di distinte violazioni degli articoli 20, 21 comma 1, lettere *b)* e *d)*, e comma 3, 23, comma 1, lettere *s)* e *t)*, 25, comma 1, lettera *c)*, e 49, comma 1, lettere *b)* e *n)*, del Codice del Consumo, poste in essere da ContextLogic Inc. e ContextLogic B.V. (di seguito, rispettivamente, “Context Inc” e “Context BV” nonché, congiuntamente, “Professionisti” o “Società” o “Wish”).

VISTE le memorie presentate dai Professionisti, pervenute in data 6 aprile 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Sulla base di informazioni acquisite d'ufficio agli atti del procedimento ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo¹, sono emersi taluni comportamenti relativi alle attività di vendita di prodotti sanitari e/o parasanitari (*kit test* autodiagnosi, dispositivi e presidi sanitari, ecc.) per la prevenzione del contagio dal Virus SARS-CoV-2 (Coronavirus, Covid-19), sulla piattaforma delle società Context Inc. e Context BV attraverso il sito *web wish.com* (in seguito, anche solo “*Sito*”), suscettibili di integrare violazioni del Codice del Consumo.

2. In particolare, sono stati rilevati alcuni annunci pubblicitari relativi alla vendita di mascherine FFP2 (N95) e di un *kit 2/5/10pcs KN95 Soft Mouth Mask*, esplicitamente presentati come “*anti coronavirus*” e come “*Coronavirus Medical Respirator*”. Inoltre, nella promozione di una scatola contenente dieci mascherine si vantava espressamente un'efficacia “*Anti-virus COVID-19*”. Analoghi riferimenti al *coronavirus* sono stati individuati in relazione a ulteriori prodotti, quali i guanti medicali².

3. L'attività di rilevazione preistruttoria ha consentito di identificare vari messaggi promozionali concernenti la vendita di presunti *test* per la diagnosi “*At Home*” del *coronavirus* (ad. es., *Novel Coronavirus Test Kit*), contenenti l'esplicita indicazione della possibilità di rilevare gli anticorpi del nuovo *coronavirus* nel sangue umano, nel siero o nel plasma (“*Test for 2019-nCov IgG-IgM Combo Rapid Test Kit Coronavirus*” o *CoronavirusTestConvenient Simple and Fast Results*).

4. Sulla reale efficacia di tale tipologia di *test* diagnostici, occorre evidenziare quanto precisato dal Comitato Tecnico-scientifico del Ministero della Salute, in un comunicato del 19 marzo u.s., secondo cui l'approccio diagnostico *standard* rimane quello basato sulla ricerca dell'RNA nel tampone rino-faringeo, in quanto “*non esiste alcun test basato sull'identificazione di anticorpi (sia di tipo IgM che IgG) diretti verso SARS-CoV-2 validato per la diagnosi rapida di contagio virale o di COVID-19*”³. Analoga indicazione è stata ribadita dal segretario nazionale di Federfarma in un comunicato rivolto alle farmacie associate, nel quale si avverte che “*L'unico mezzo certo per accertare la positività al Coronavirus è il tampone*

¹ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 26 e 30 marzo 2020.

² Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 26 e 30 marzo 2020.

³ Cfr. https://www.federfarma.it/getattachment/Edicola/FiloDiretto/Filodiretto/marzo2020/2179/CTS_3_19_03_TEST.pdf.aspx.

*rino-faringeo. Non ci possono essere altri metodi, tanto meno fai da te o fatti in casa che possano essere sicuri nella diagnosi del Covid-19*⁴.

5. Un ulteriore profilo di scorrettezza rilevato riguarda il livello elevato dei prezzi di vari prodotti, che sono apparsi *prima facie* incrementati rispetto al periodo precedente l'allarme per la diffusione del *virus* (ad esempio, per le maschere filtranti) nonché presentati in modo ambiguo, dal momento che accanto al prezzo di vendita proposto, riportano un ulteriore prezzo in grigio e barrato, ancora più elevato, unitamente all'indicazione, in caratteri molto evidenti e in grassetto, della percentuale di sconto sul prezzo barrato, a dimostrazione della presunta estrema convenienza dell'acquisto.

6. Infine, sempre sul sito *wish.com* è risultata carente l'informativa precontrattuale in ordine ad alcuni dei diritti spettanti ai consumatori nei contratti a distanza, con specifico riguardo all'identità dei diversi venditori che commercializzano i loro prodotti sulla piattaforma medesima, nonché alla garanzia legale di conformità e relativo promemoria.

7. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 31 marzo 2020, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11734, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di distinte violazioni degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), e comma 3, 23, comma 1, lettere *s*) e *t*), 25, comma 1, lettera *c*), e 49, comma 1, lettere *b*) e *n*), del Codice del Consumo.

8. Parti del procedimento, in qualità di professionisti, sono ContextLogic Inc. e ContextLogic B.V.

9. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, le Parti sono state invitate, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro il 6 aprile 2020, al fine di valutare i presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

10. In sintesi, i comportamenti oggetto di contestazione come violazioni del Codice del Consumo sono, da un lato, le condotte qualificabili come “*pratiche commerciali*”, consistenti nella promozione e commercializzazione di vari prodotti ai quali sono associati vantii di efficacia in termini di protezione o di contrasto nei confronti del virus COVID 19 (mascherine e guanti) e/o che sono sprovvisti di validazione da parte delle autorità sanitarie

⁴ Cfr. <https://www.federfarma.it/Edicola/Filodiretto/VediNotizia.aspx?id=21042>; <https://www.fanpage.it/attualita/coronavirus-federfarma-diffidare-dei-test-fai-da-te-positivita-certa-solo-col-tampone/>.

nazionali e altresì privi di certificazione CE (come i Kit diagnostici), nonché l'elevato livello dei prezzi di vendita e l'ambigua prospettazione di una indimostrata convenienza economica, dall'altro lato, il mancato rispetto dell'obbligo di informativa precontrattuale nei confronti dei consumatori in relazione all'identità dei professionisti e alla garanzia legale di conformità.

II. MEMORIE DELLE PARTI

11. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento del 31 marzo 2020, con riferimento al procedimento cautelare, sono state prodotte memorie difensive da parte dei Professionisti pervenute in data 6 aprile 2020.

12. Preliminarmente, è stato precisato che la Società Context Inc., proprietaria della piattaforma di commercio elettronico *-marketplace-* "Wish", e Context B.V., società che mette la piattaforma a disposizione dei consumatori in Italia e nel resto dell'Europa, che rivestono entrambe il ruolo di *hosting provider*, sono determinate a prevenire, individuare e rimuovere gli annunci che violano la legge applicabile o le *policy* delle Società, e hanno già messo a punto diversi controlli organizzativi e tecnici, progettati per tutelare i consumatori, mantenendo al di fuori della piattaforma prodotti illeciti e offerte scorrette correlati al Covid-19.

13. Al riguardo, i Professionisti sono impegnati a: svolgere un'attività di formazione in favore di coloro che vendono tramite la piattaforma Wish; monitorare costantemente l'attività su Wish; verificare l'efficacia dei controlli applicabili; apportare modifiche laddove vi sia evidenza di un problema. A tal fine, le Società hanno costituito un gruppo di lavoro, che comunica quotidianamente per assumere decisioni relative alle *policy* e fornire indicazioni sullo sviluppo di controlli tecnici e organizzativi efficaci, nonché una *task force* dedicata all'implementazione di nuove procedure, e relative tempistiche, dirette alla revisione e verifica di annunci potenzialmente problematici in relazione al Covid-19. All'esito di tali iniziative, in data 26 marzo 2020, sono state bloccate circa 35.000 offerte in attesa di una loro verifica da parte dal personale preposto.

14. Con specifico riguardo ai *test* diagnostici, Wish ha recentemente introdotto una nuova *policy* che vieta l'annuncio e la vendita di *test kit* per la diagnosi del Covid-19, il cui rispetto è oggetto di verifica da parte di personale dedicato e comporta la rimozione delle offerte che violano tale

policy. I Professionisti stanno valutando l'adozione di ulteriori misure tecniche dirette a individuare, bloccare e rimuovere le offerte relative ai *test kit*, attraverso, ad esempio, l'oscuramento dei risultati di ricerca.

15. Per quanto concerne la diffusione di *claim* ingannevoli in merito alla capacità di un prodotto di prevenire, trattare o curare il Covid 19, in aggiunta alle vigenti *policy* che vietano *claim* ingannevoli nelle offerte, le Società hanno adottato misure ulteriori tra cui: il miglioramento delle *policy* applicabili e l'aver reso edotti i venditori delle modifiche e condizioni specifiche collegate al Covid-19.

16. Con riferimento all'applicazione di prezzi aggressivi per prodotti rilevanti in relazione al Covid-19, in aggiunta alle già esistenti *policy* che limitano la possibilità per i venditori di modificare i prezzi delle offerte già pubblicate, Wish ha elaborato una nuova *policy* per dare istruzioni ai venditori, ha sviluppato metodologie per confrontare adeguatamente i prezzi, anche in relazione ai nuovi annunci, e ha eliminato le offerte che presentano prezzi aggressivi.

17. In relazione alla presenza di annunci che sfruttano la paura tramite l'uso improprio di termini o immagini correlati al Covid-19, i Professionisti hanno redatto nuove *linee guida* per gli annunci rilevanti in relazione al *coronavirus*, in applicazione delle quali siffatti annunci scorretti sono immediatamente rimossi.

18. Infine, Wish ha annunciato l'adozione di misure ulteriori, attraverso la modifica della natura e della frequenza dei controlli, effettuati dal personale, sulle offerte afferenti a prodotti rilevanti in relazione al Covid19; sono inoltre in corso di valutazione alcune misure tecniche volte a limitare la presentazione ai consumatori in Italia, ad esempio nei risultati di ricerca, di prodotti rilevanti in relazione al Covid-19, quali igienizzanti per le mani, disinfettanti e maschere facciali/respiratori, al fine di ridurre la possibilità che si verifichino le criticità in parola.

19. Ad avviso dei Professionisti, tali misure avranno un effetto più ampio del dovuto, dal momento che Wish ha ritenuto opportuno optare per un approccio rigoroso in ragione della gravità della questione e dell'intenzione di dimostrare la propria volontà di collaborare. Peraltro, nell'ipotesi in cui, nonostante l'attuazione delle misure illustrate, fossero pubblicati annunci suscettibili di presentare criticità, Wish, oltre ad attivarsi prontamente per esaminare e rimuovere l'offerta, valuterà l'opportunità di adottare possibili miglioramenti ai propri sistemi di controllo.

IV. VALUTAZIONI

20. Le iniziative adottate dai Professionisti, consistenti nella costituzione di gruppi di lavoro e *task force* nonché nell'adozione di specifiche *policy* volte alla verifica e rimozione di annunci potenzialmente scorretti, appaiono costituire misure idonee a impedire o quantomeno limitare considerevolmente la promozione e vendita, attraverso la piattaforma Wish, di *kit* diagnostici inaffidabili e potenzialmente pericolosi per i consumatori, nonché di prodotti ai quali siano associati vanti ingannevoli in merito all'efficacia preventiva o terapeutica rispetto al COVID-19, o ancora l'applicazione di prezzi "aggressivi", come prospettato nella comunicazione di avvio del 31 marzo 2020.

21. Analoga valenza positiva, ai fini della presente valutazione, assumono le ulteriori misure in via di attuazione da parte dei Professionisti in relazione alla natura e alla frequenza dei controlli sulle offerte afferenti a prodotti rilevanti in relazione al COVID-19, nonché in merito all'adozione di apposite misure tecniche volte a limitare la presentazione ai consumatori in Italia dei suddetti prodotti con modalità scorrette. Rileva, al riguardo, in particolare, l'individuazione da parte di Wish di tutta una serie di *claim* scorretti non supportati da evidenze medico scientifiche.

22. Sul punto, si evidenzia che in esito ad appositi accertamenti effettuati d'ufficio sulla piattaforma *Wish*, è stata riscontrata, allo stato, la rimozione degli annunci pubblicitari recanti i profili di scorrettezza contestati in sede di avvio del procedimento. In particolare, le ricerche effettuate direttamente sul sito dei Professionisti (utilizzando, a titolo esemplificativo, le parole chiave "*coronavirus*" o "*corona virus*", "*coronavirus mask*", "*coronavirus test kit*" o "*coronavirus test*"; "*Covid-19*" o "*Covid19*"), o dal motore di ricerca Google (utilizzando la parola chiave "*mascherine wish.com*"), non hanno consentito di reperire alcun risultato oppure hanno mostrato prodotti differenti o comunque senza alcun riferimento al Covid19.

23. Le azioni poste in essere da Wish e la rimozione di annunci che vantavano proprietà di contrasto al *virus* dei prodotti offerti in vendita, peraltro a prezzi ambigui ed elevati, nonché il divieto di promozione e commercializzazione di dispositivi per autodiagnosticare il COVID-19,, appaiono idonee a eliminare il rischio di limitare, mediante indebito condizionamento, la libertà di scelta del consumatore medio in relazione al prodotto offerto in vendita, inducendolo ad assumere una decisione di natura

commerciale che altrimenti non avrebbe preso, attraverso lo sfruttamento dell'attuale situazione di emergenza sanitaria.

24. Considerato che le misure adottate dai Professionisti e comunicate all'Autorità sono adeguate a evitare il protrarsi, nelle more del procedimento, della promozione e vendita di molteplici prodotti sulla piattaforma Wish con modalità ingannevoli e aggressive e, pertanto, risulta essere venuta meno la sussistenza del *periculum* ai fini dell'adozione di un provvedimento cautelare.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame delle misure adottate dal professionista emergano elementi tali da escludere la sussistenza del requisito della particolare urgenza;

DELIBERA

di non adottare la misura cautelare ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento.

Il presente provvedimento verrà comunicato ai soggetti interessati.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

per IL PRESIDENTE
il Componente anziano
Gabriella Muscolo