



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTO il proprio provvedimento n. 28031 del 3 dicembre 2019, 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 e i locali dell’impresa individuale SHARAZON DI VENERONE CARMELA;

VISTO il proprio provvedimento n. 28070 del 14 gennaio 2020, con il quale è stata deliberata l’adozione della misura cautelare, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo nei confronti dell’impresa individuale SHARAZON DI VENERONE CARMELA;

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, per particolari esigenze istruttorie e in ragione dell’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;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. L'impresa individuale SHARAZON DI VENERONE CARMELA - P.I. 01686970888 (di seguito anche Sharazon), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo, attiva nel commercio elettronico di prodotti informatici, telefonia e accessori, attraverso il sito *web* www.sharazon.it.

2. L'impresa individuale SHARE DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO - P.I. 04418380400 (di seguito anche Share), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo, attiva nella commercializzazione *online* attraverso i siti *web* www.sharazon.it e www.sharazon.shop (di seguito i due siti *internet* sono anche indicati congiuntamente come il "Sito").

Nel prosieguo, le due imprese individuali parti del procedimento sono anche indicate congiuntamente come Sharazon.

II. LE CONDOTTE

3. Il procedimento concerne una serie di comportamenti posti in essere da Sharazon nell'ambito della commercializzazione *online* di prodotti tecnologici attraverso il sito *internet* www.sharazon.it e, successivamente, www.sharazon.shop.

4. In particolare, le condotte oggetto del presente procedimento consistono:
i) nel prospettare la vendita di prodotti tecnologici in modo da far ritenere che sia possibile acquistarli a prezzi molto scontati, senza chiarire adeguatamente che tale prezzo si riferisce a una mera "prenotazione" e che l'ottenimento del bene prescelto è condizionato all'inserimento del consumatore in una "lista di attesa", dove si compie un imprecisato processo di "compensazione" del prezzo del bene ordinato, grazie ai pagamenti effettuati da altri aderenti, omettendo di fornire informazioni sulle modalità e

tempi di scorrimento della citata lista nonché, soprattutto, sull'effettiva possibilità di ottenere la consegna del bene prenotato; *ii*) nell'opposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori, con specifico riguardo al rimborso degli importi pagati dagli acquirenti per la prenotazione e, successivamente, per il riscatto dei prodotti prenotati e mai consegnati.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. A partire dal mese di novembre 2018, sono pervenute numerose segnalazioni di consumatori¹, nelle quali venivano evidenziate condotte scorrette poste in essere da Sharazon nella commercializzazione *online* di prodotti elettronici.

6. In relazione alle condotte denunciate e sopra descritte, con comunicazione prot. n. 77434 del 3 dicembre 2019, è stato comunicato a Sharazon l'avvio del procedimento istruttorio PS11543, per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

7. Contestualmente alla comunicazione di avvio, Sharazon è stata invitata, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro dieci giorni dal suo ricevimento, al fine di valutare la sussistenza dei presupposti per la sospensione provvisoria delle condotte, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo.

8. In data 11 dicembre 2019, si sono gli svolti accertamenti ispettivi deliberati dall'Autorità con provvedimento n. 28031 del 3 dicembre 2019.

9. Con comunicazione prot. n. 79955 del 13 dicembre 2019, Sharazon ha presentato un'istanza di proroga, almeno al 20 gennaio 2020, al fine di predisporre le informazioni e la documentazione richieste nella comunicazione di avvio. Con lettera prot. n. 81645 del 20 dicembre 2019, è stato comunicato a Sharazon il rigetto dell'istanza di proroga, in virtù delle esigenze cautelari rappresentate nella comunicazione di avvio del procedimento.

10. Con provvedimento n. 28070 del 14 gennaio 2020, l'Autorità, ritenendo sussistenti i presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*, ha disposto nei confronti di Sharazon, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice

¹ Cfr. segnalazione prot. 79270 del 29 novembre 2018.

del Consumo, la sospensione di ogni attività diretta alla vendita, attraverso il sito *internet www.sharazon.it*: a) di beni ad un prezzo scontato, attraverso il pagamento di una somma a titolo di “prenotazione” del bene e condizionata alla successiva adesione di altri consumatori che effettuino analogo versamento/prenotazione o al successivo movimento della c.d. lista di attesa; b) di prodotti che, presentati come disponibili e prenotati con versamento del relativo prezzo scontato, non risultino in realtà pronti per la consegna.

11. Con comunicazione prot. n. 27818 del 18 marzo 2020, Sharazon è stata informata della proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, disposta dall’Autorità per particolari esigenze istruttorie, tenuto altresì conto di quanto previsto all’art. 103 del d.l. 17 marzo 2020, n. 18. 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 dell’art. 37 del citato d.l. n. 23/2020, che ha prolungato sino al 15 maggio 2020 la sospensione *ex lege* dei termini riguardanti lo svolgimento dei procedimenti amministrativi.

12. In merito ai comportamenti denunciati e sopra descritti, con provvedimento prot. n. 34395 del 22 aprile 2020 è stata disposta l’integrazione soggettiva del procedimento, ai sensi dell’art. 27 comma 3, del Codice del Consumo e dell’art. 6 del Regolamento, nei confronti dell’impresa individuale SHARE DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO, per aver posto in essere le medesime condotte commerciali contestate a Sharazon, in possibile violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

13. Al riguardo, dalle evidenze istruttorie in atti era infatti emerso che Share, almeno a partire dal mese di maggio 2019, fosse il soggetto effettivamente responsabile del sito *www.sharazon.it* e delle vendite effettuate sullo stesso, in quanto riceveva il pagamento della merce e delle “prenotazioni” derivanti dall’attività di vendita *online* attraverso il predetto sito², al quale aveva peraltro modificato il nome di dominio in *sharazon.shop*³.

² In particolare, sulla base delle segnalazioni in atti (prot. n. 24993 del 5 marzo 2020, prot. n. 40785 del 25 maggio 2020, prot. n. 37286 del 7 maggio 2020 e prot. n. 37905 dell’11 maggio 2020) e degli accertamenti svolti dal Nucleo Speciale *Antitrust* della Guardia di Finanza (prot. n. 27070 del 13 marzo 2020), è risultato che i pagamenti relativi ad ordini perfezionati sul sito *www.sharazon.it*, che prima erano operati su un conto corrente riferito alla SHARAZON DI VENERONE CARMELA, a partire dal 29 maggio 2019, sono stati indirizzati ad un conto corrente bancario intestato a SHARE DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO. Nella comunicazione del Corpo di Polizia Municipale di Bologna, prot. 12478 del 16 gennaio 2020, si rappresenta che “*fino al 26 maggio 2019 era possibile procedere ad effettuare i bonifici relativi agli*

14. Si precisa in proposito che, in base alle risultanze istruttorie, la ditta individuale Sharazon, alla data del 13 marzo 2020, era ancora attiva e non erano stati registrati atti di cessione nel sito di commercio elettronico *www.sharazon.it*; tuttavia, era anche emerso che il portale *sharazon.it* avesse cambiato gestore, passando alla Share, senza fornire alcuna indicazione sul sito e senza effettuare le comunicazioni di subingresso dal predetto sito, incorrendo per tale motivo le due imprese nella sanzione amministrativa prevista dall'art. 41 *bis* della L.R. n. 4/2010⁴.

15. Con comunicazione prot. n. 47680 del 17 giugno 2020, è stata comunicata a Sharazon e Share il termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

16. Con comunicazione del 30 giugno 2020 è stata trasmessa la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Tale parere è pervenuto il 28 luglio 2020.

17. Ad eccezione della menzionata richiesta iniziale di proroga di Sharazon, i Professionisti Sharazon e Share non sono intervenuti nel procedimento, non hanno trasmesso scritti difensivi né hanno fornito le informazioni richieste e i dati relativi ai risultati economici, che non risultano disponibili presso fonti ufficiali.

2) *Le evidenze acquisite*

18. Sharazon ha operato utilizzando il dominio *web sharazon.it* (poi, *sharazon.shop*), su cui ha pubblicato le offerte di prodotti tecnologici e promosso una particolare modalità di acquisto degli stessi, con la promessa di sconti rilevanti (anche pari al 70%) rispetto al “prezzo pieno”, senza evidenziare adeguatamente che l'importo scontato si riferiva in realtà a una mera prenotazione del bene, il cui ottenimento era subordinato alla circostanza che altri consumatori, a loro volta, effettuassero una prenotazione, così introducendo nel sistema ulteriori importi in modo da raggiungere la somma necessaria a completare la transazione nell'ambito di un'imprescindibile lista di attesa.

acquisti su un conto corrente riferito alla SHARAZON di Venerone Carmela” e che a partire “dal 29 maggio 2019 è stato cambiato il conto corrente di riferimento ed anche il beneficiario dei bonifici: SHARE DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO”.

³ Il sito *www.sharazon.it* operava un rinvio automatico e diretto sul sito *sharazon.shop*, connotato dai medesimi simboli grafici. Si vedano, in merito al sito *sharazon.shop*, le segnalazioni prott. 42899 e 42858 del 1° giugno 2020 e prot. 28451 del 23 marzo 2020.

⁴ Cfr. documenti prot. 12478 del 16 gennaio 2020 e prot. 27070 del 13 marzo 2020.

Le informazioni sul meccanismo di vendita presenti sul Sito

19. In particolare, Sharazon, attraverso il sito *sharazon.it* (poi *sharazon.shop*), ha promosso la vendita a distanza di prodotti tecnologici secondo due differenti modalità: a) acquisto immediato o a “prezzo pieno”, che prevedeva il pagamento del “*prezzo di listino proposto dal Fornitore senza godere di alcuno sconto*”; b) “prenotazione” o “prenota ora” a un “prezzo finale” scontato del 60-70%, che consentiva all’acquirente di ottenere “*il bene a un prezzo inferiore, pari a circa un terzo di quello applicato per l’acquisto immediato a prezzo pieno*”⁵. Le “Condizioni d’acquisto” specificavano espressamente che “*Prenotando il prodotto, mediante bonifico bancario del prezzo indicato sul sito, l’acquirente si aggiudica lo stesso ad un prezzo ribassato, inferiore di circa due terzi rispetto a quelli di mercato*”⁶.

20. Selezionando il prodotto di interesse nella pagina *web*, si apriva una schermata contenente i seguenti elementi: la descrizione del bene, un riquadro con l’indicazione del “*Prezzo finale*” (ad es. “*199,00 €*”), al di sotto del quale compariva in caratteri ridotti un *link* recante la generica dicitura “*come ottenere il Prezzo Finale*” e, infine, un altro riquadro con la scritta di dimensioni evidenti “*RISPARMIA*”, accompagnata dall’importo asseritamente risparmiato (ad es. “*300,00 €*”). Solo nella pagina *web* dedicata alla scheda del prodotto, quindi, e solo accedendo al *link* sulle modalità per “*ottenere il Prezzo Finale*”, il consumatore poteva acquisire sommarie informazioni circa le particolari condizioni che si dovevano realizzare per ottenere il bene al prezzo scontato.

21. La modalità di acquisto con “prenotazione” prevedeva che la transazione si completasse attraverso il compimento dei seguenti tre “*step*”: *fase 1*) prenotare il prodotto scelto mediante il pagamento del prezzo scontato ed entrare nella “*lista ufficiale*”; *fase 2*) attendere che altre prenotazioni fossero associate al gruppo di prezzo del prodotto prescelto; *fase 3*) ricevere il bene “*non appena altri partecipanti avranno soddisfatto la quota per intero del prodotto prenotato dal partecipante meglio posizionato*”⁷, ferma restando la possibilità per il consumatore “*in qualsiasi momento*” di “*acquistare a prezzo pieno e ricevere subito il prodotto*”⁸.

⁵ Cfr. Verbale acquisizione del 13 novembre 2019, contenente le “Condizioni di acquisto” (art. 2).

⁶ Cfr. art. 2.2, lettera b.1, delle citate Condizioni di acquisto.

⁷ Cfr. art. 2.2, lettera b.2, delle citate Condizioni di acquisto.

⁸ Cfr. art. 15 delle Condizioni d’acquisto, in base al quale “*E’ sempre possibile riscattare il proprio ordine versando la differenza tra "prezzo pieno" e "prezzo finale" così da ricevere immediatamente il prodotto*”.

22. In realtà, attraverso la prospettata modalità di acquisto a “prezzo finale” scontato, il consumatore non comprava il bene a un prezzo ridotto, ma poteva solo prenotarlo, versando un prezzo inferiore rispetto a quello di listino, dovendo poi rimanere in attesa che altri acquirenti versassero “*la propria quota fino a compensare il prezzo indicato per il prodotto*” prenotato (c.d. “*in loading*”); in altre parole, gli acquisti di altri partecipanti al predetto schema di vendita erano necessari per poter raggiungere la “totale compensazione” del bene prenotato, di modo che le loro prenotazioni e i loro versamenti rappresentavano la condizione indispensabile per ottenere il bene al prezzo scontato⁹.

In particolare, l’ordine a prezzo scontato veniva inserito in una “*lista di acquisto ufficiale*”, nell’ambito della quale si sarebbe poi dovuto verificare un processo di abbinamento con altre prenotazioni, così da “*compensare*” la prima prenotazione e permettere di ottenere il bene prescelto al prezzo scontato.

23. La pagina *web* del sito Sharazon dedicata alla spiegazione del funzionamento del meccanismo di vendita¹⁰, conteneva le seguenti, suggestive indicazioni “*Sharazon è un sistema di acquisto condiviso che permette di ottenere prodotti scontati del 60-70% grazie alla condivisione. Potrai infatti ordinare da noi e pagare il prezzo di prenotazione scontato ... entrerai nella nostra lista ufficiale, a quel punto non dovrai far altro che arrivi il tuo turno in lista così che ti potremo spedire il prodotto scontato, da noi non è necessario portare amici, ci pensa la nostra lista a trovarli per te!*”; era inoltre riportata l’ulteriore rassicurazione “*Non preoccuparti dei tempi di attesa, Sharazon ha continui ordini grazie alla tanta pubblicità che facciamo...*”.

Non erano tuttavia specificati i criteri e modalità di funzionamento della lista, che pertanto non risultavano neppure verificabili dal consumatore.

24. Per quanto concerne la possibilità per il consumatore di ottenere la restituzione dell’importo versato a titolo di prenotazione, sul sito *internet*, alla sezione “*Come funziona Sharazon*”, era presente la seguente enfatica indicazione “*su Sharazon non perdi mai la tua prenotazione versata*”¹¹.

Tuttavia, a fronte di siffatta assertiva indicazione, in base alle “*Condizioni d’acquisto*”, accessibili sul sito, il diritto al rimborso della prenotazione era soggetto ad un termine stringente, essendo “*liberamente esercitabile entro e*

⁹ Cfr. art. 2.2, lettera b, delle Condizioni d’acquisto.

¹⁰ *Sharazon.it/info/7-come-funziona*, nel verbale di acquisizione del 28 ottobre 2019.

¹¹ Cfr. verbale di acquisizione del 28 ottobre 2019.

non oltre 5 giorni dalla prenotazione”¹²; in aggiunta alla previsione di tale brevissimo termine entro il quale richiedere il rimborso, la disciplina contrattuale introduceva anche un limite all’importo rimborsabile, statuendo che, in caso di acquisto del bene con la modalità “*prenota ora*”, l’utente aveva il “*diritto a richiedere il rimborso dell’80% della somma versata entro e non oltre 5 giorni a decorrere dalla data dell’ordine*”¹³.

25. Pertanto, trascorsi cinque giorni dall’ordine, la somma versata a titolo di prenotazione non veniva in alcun caso restituita, potendo solo essere utilizzata “*per l’acquisto del medesimo prodotto scelto con la modalità acquisto immediato*”, vale a dire a prezzo pieno¹⁴, con l’ulteriore limitazione secondo cui “*non è possibile cumulare quanto versato per più prodotti con la modalità "prenota ora", per l’acquisto di un unico bene a "prezzo pieno"*”¹⁵.

26. Per quanto poi riguarda l’ipotesi di mancata consegna del bene prenotato a causa della mancata compensazione, Sharazon indicava sul proprio sito *web* esclusivamente la possibilità di ottenere un mero rimborso parziale trascorso un determinato periodo di tempo, prevedendo che il consumatore, “*dopo 90 giorni di attesa in lista*”, avesse la facoltà di “*richiedere il rimborso della prenotazione del 70% della quota versata*”, precisandosi che “*questa cifra ti verrà accreditata entro 30 giorni dalla richiesta di rimborso*”; in alternativa a tale rimborso parziale, era indicata la possibilità di ottenere “*l’emissione di un buono pari al 100% della prenotazione versata da utilizzare per comprare nel nostro shop a prezzo pieno!*”¹⁶.

27. Le due predette opzioni (rimborso parziale o buono) erano tuttavia connotate da significativi limiti e condizioni, che rientravano nella totale discrezionalità di Sharazon né si forniva alcuna indicazione in ordine ai presunti criteri di ammissione, poiché esse “*vengono considerate agevolazioni e in quanto tali sono a discrezione di Sharazon.it e accessibili soltanto ad un numero limitato di persone, inoltre per quanto riguarda la richiesta di rimborso e il buono da spendere a prezzo pieno sul sito, sono necessari rispettare alcuni parametri per poterli richiedere*”¹⁷.

28. Una modalità alternativa di uscita dalla lista di attesa era rappresentata dalla possibilità, per l’acquirente, trascorsi novanta giorni di attesa in lista

¹² Cfr. art. 2.2, lettera c.1, delle Condizioni di acquisto.

¹³ Cfr. art. 14.1, delle Condizioni di acquisto.

¹⁴ Cfr. art. 14.1, delle Condizioni di acquisto.

¹⁵ Cfr. art. 14.2, delle Condizioni di acquisto.

¹⁶ Cfr. Verbale acquisizione del 28 ottobre 2019: figura n. 2.

¹⁷ Cfr. Verbale acquisizione del 28 ottobre 2019: figura n. 2.

“senza aver totalmente compensato il proprio prodotto”, di richiedere il “riscatto agevolato” dell’ordine, versando “la differenza tra prenotazione pagata e il prezzo agevolato visibile nella scheda di ogni prodotto”¹⁸. Il riscatto agevolato del proprio ordine, attraverso il pagamento della differenza tra “prezzo pieno” (prezzo di mercato medio) e “prezzo finale” (quello scontato) era fatto salvo in qualunque momento, al fine di ricevere immediatamente il prodotto.

La documentazione istruttoria

29. La documentazione agli atti del procedimento attesta che, a fronte delle rassicurazioni fornite nei messaggi diffusi sul proprio sito *web* (“*Non preoccuparti dei tempi di attesa. Sharazon ha ordini continui grazie alla tanta pubblicità che facciamo*”¹⁹), molti consumatori sono rimasti “bloccati” nella lista di attesa senza riuscire ad ottenere la consegna del bene prenotato nonostante il decorso di un significativo periodo di tempo dal versamento del prezzo “scontato”, come lamentato nei numerosi reclami di acquirenti rinvenuti in sede ispettiva²⁰ e pervenuti nel corso del procedimento²¹.

30. Tale circostanza è corroborata dai documenti reperiti nel corso dell’accertamento ispettivo²², dai quali si evince il mancato acquisto da parte di Sharazon di un quantitativo di prodotti coerente con le offerte di vendita promosse *online*. In particolare, dall’estratto di un contro corrente bancario, riferito al periodo dal 1° aprile al 30 maggio 2019, risulta l’esistenza di un rilevante numero di versamenti effettuati da consumatori, senza che ad essi corrisponda un numero compatibile di pagamenti verso fornitori o grossisti per l’acquisto dei prodotti prenotati, facendo emergere, al contempo, un cospicuo volume di movimenti in uscita verso la medesima persona fisica²³.

31. Inoltre, dalla documentazione istruttoria, nell’ambito della quale si annoverano le segnalazioni inviate da numerosi consumatori (oltre 70), è risultato che Sharazon ha ostacolato ingiustificatamente l’esercizio del diritto di recesso e di rimborso da parte degli acquirenti che, avendo aderito

¹⁸ Cfr. Verbale acquisizione del 28 ottobre 2019 (figura n. 2) e anche l’art. 15 delle Condizioni di acquisto.

¹⁹ Cfr. Verbale acquisizione del 28 ottobre 2019: figura n. 2.

²⁰ Cfr. documenti 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38 del fascicolo ispettivo.

²¹ Cfr., tra tutte, le segnalazioni prot. n. 40785 del 25 maggio 2020, prot. n. 43856 del 4 giugno 2020, prot. n. 37905 dell’11 maggio 2020, prot. n. 35816 del 29 aprile 2020, prot. n. 35018 del 27 aprile 2020, prot. n. 29870 del 30 marzo 2020, prot. n. 29169 del 26 marzo 2020, prot. n. 25087 e n. 25259 del 6 marzo 2020, prot. n. 24993 del 5 marzo 2020, prot. n. 24323 del 4 marzo 2020.

²² Cfr. documento n. 17 del fascicolo ispettivo.

²³ Cfr. documento n. 10 del fascicolo ispettivo.

all'offerta di acquisto a prezzo scontato sul sito *sharazon.it* (e poi *sharazon.shop*), ed essendo rimasti per lungo tempo all'interno della "lista ufficiale" in attesa della compensazione del bene prenotato - mai avvenuta - hanno chiesto la restituzione degli importi versati, ma non sono riusciti ad ottenere alcun rimborso e neppure alcuna risposta²⁴.

32. Nello specifico, un segnalante ha dichiarato di non aver ancora ricevuto i due *Iphone* acquistati *online* circa tre mesi prima al prezzo scontato (di complessivi € 760) e di non aver ottenuto il rimborso, lamentando la continua modifica della politica dei rimborsi, la scarsa chiarezza delle informazioni diffuse sul sito e l'utilizzo "*di piattaforme come Instagram, telegram e trustpilot eliminando le recensioni negative*"²⁵. Del pari, un ulteriore acquirente ha segnalato l'omesso rimborso da parte del Sharazon, alla fine del mese di aprile 2020, degli importi pagati per alcuni prodotti prenotati nei mesi di novembre e dicembre 2019 e mai consegnati, in relazione ai quali aveva richiesto il rimborso parziale (70% dell'importo pagato alla prenotazione) sulla base di quanto previsto nei termini e condizioni inizialmente presenti sul sito *sharazon.it* ("*dopo 90 giorni di attesa in lista potrai richiedere il rimborso della prenotazione del 70% della quota versata*")²⁶.

33. Al riguardo appare emblematica la segnalazione di un acquirente che, trascorsi novanta giorni dall'acquisto a prezzo scontato con modalità "prenotazione", ha chiesto "*il rimborso con penale del 30%*" perché la lista di compensazione non scorreva, facendo così ricorso alla possibilità prospettata da *Sharazon* sul proprio sito *web* di "*richiedere il rimborso della prenotazione del 70% della quota versata*". Tuttavia *Sharazon* ha opposto un rifiuto alla richiesta di rimborso del consumatore, specificando che tale modalità, seppur prevista, non era - di fatto - possibile ("*perchè avevo solo un ordine in lista e dovevano essere almeno due*"); all'ulteriore richiesta dell'utente di procedere al pagamento dell'intero prezzo del prodotto prenotato, *Sharazon* ha replicato che, nonostante il versamento del prezzo pieno, il consumatore non avrebbe ricevuto comunque il prodotto, ma sarebbe entrato in un'altra "*lista con priorità*"²⁷.

²⁴ Cfr. segnalazioni prot. n. 33296 del 17 aprile 2020, prot. n. 31537 dell'8 aprile 2020, prot. n. 28691 del 24 marzo 2020.

²⁵ Segnalazione prot. n. 58127 del 5 settembre 2019; vedi anche segnalazione prot. n. 61943 del 23 settembre 2019 (l'acquisto riguardava un *Iphone X* al prezzo di €370).

²⁶ Cfr. segnalazione prot. n. 35018 del 27 aprile 2020.

²⁷ Segnalazione prot. n. 26125 del 26 marzo 2019.

34. Analoghe fattispecie di mancato riconoscimento dei diritti contrattuali di rimborso e di riscatto da parte dei consumatori sono state rappresentate da un altro segnalante che, dopo essere entrato nel sistema Sharazon “acquistando” un *Iphone* al prezzo di €250, che non è mai stato consegnato, si è visto negare il recesso, rifiutare il rimborso del 70% dell’importo pagato e perfino escludere la possibilità di procedere all’acquisto a “prezzo pieno”²⁸.

35. In base alle testimonianze di altri consumatori, che non hanno ricevuto i prodotti prenotati e pagati, a fronte delle loro istanze di rimborso, Sharazon risulta aver chiesto di effettuare il pagamento di ulteriori somme per ricevere i beni ordinati, affermando genericamente che “*non era possibile avere un rimborso*”²⁹, oppure di effettuare ulteriori bonifici per “*evadere l’ordine*”, pur essendo trascorso quasi un anno dall’acquisto e dal pagamento di un’ingente somma (500 euro) che Sharazon continuava a trattenere³⁰.

36. A conferma del mancato funzionamento della lista di attesa e del processo di compensazione dei prodotti prenotati sul sito, si pone la decisione assunta da Sharazon di chiudere le liste, comunicata nel mese di febbraio 2020 ai consumatori inseriti in una *chat* Telegram (nella quale figuravano 6.878 iscritti) e giustificata in base al fatto che “*non entrano più ordini, quindi di conseguenza le liste non scorrono più*”; nello stesso messaggio, si evidenziava l’impossibilità di ottenere il rimborso delle somme versate, in quanto “*i rimborsi ...nei Buy & Share non si possono richiedere ... perché sapete perfettamente che i soldi versati sono andati a coprire il costo di chi ha ricevuto un prodotto che costava 1.200 euro a soli 300 euro...*”, e si faceva presente che Sharazon aveva “*aperto ai riscatti a prezzo di mercato scontati del 30%*” in relazione ai numerosi ordini ancora in lista di attesa (più di 17.000), prospettando in sostanza ai propri utenti la possibilità di procedere al riscatto dei prodotti prenotati a condizioni asseritamente agevolate³¹.

37. Dalle segnalazioni di alcuni consumatori è emerso che, nello stesso mese di febbraio 2020, Sharazon ha inviato agli acquirenti anche una *email*, avente per oggetto il “riscatto prodotti” di contenuto analogo al messaggio Telegram, nella quale indicava che “*a causa del blocco delle vendite scontate, imposto da delibera Agcom [rectius, AGCM], abbiamo sospeso la possibilità di acquisto scontato del 70% e relativo inserimento in lista di*

²⁸ Segnalazione prot. n. 34645 dell’8 maggio 2019.

²⁹ Segnalazioni prot. n. 33470 del 20 aprile 2020 e prot. 27992 del 19 marzo 2020.

³⁰ Segnalazione prot. n. 29617 del 27 marzo 2020.

³¹ Segnalazione prot. n. 24504 del 4 marzo 2020. Si veda anche la segnalazione prot. n. 33283 del 17 aprile 2020.

compensazione. Tale azione, che mai avremmo voluto adottare, genera un inevitabile blocco delle liste. Ovvero, cancella definitivamente ogni possibilità di compensazione naturale da lista. Tuttavia la chiusura delle liste, non equivale alla chiusura di Sharazon. Siamo attualmente presenti su tutti i nostri canali di comunicazione per fornire assistenza e per far valere le nostre ragioni al cospetto degli organi preposti. Non vogliamo essere complici di un'Autorità Statale che, bloccando il sistema di vendita centrale, fa perdere ogni speranza di compensazione ai nostri clienti. Di conseguenza, abbiamo deciso di aprire definitivamente ai riscatti, dando possibilità di ricevere il prodotto ordinato, riscattandolo.” Nella citata comunicazione si precisava infine che *“il riscatto sarà necessario per tutti gli ordini non spediti entro la data odierna, indipendentemente dallo stato/posizione in lista. Il riscatto permetterà ai clienti di uscire dalla lista attraverso l'auto-compensazione dell'ordine”* e che *“ai fini dei calcoli della quota di riscatto prenderemo a riferimento il PREZZO ATTUALE DI MERCATO”*³². Un messaggio di analogo tenore è stato diffuso sulla homepage del sito *sharazon.shop* attraverso un rinvio automatico dal sito *sharazon.it*³³.

38. In aggiunta alle descritte comunicazioni, è stato acquisito agli atti del procedimento anche il testo di un avviso inviato dallo “*Staff Sharazon.shop*”, in cui si annunciava la possibilità per *“chiunque si trovi in lista o abbia compensato l'ordine ma non l'abbia ancora ricevuto”*, di *“riscattare i prodotti versando la quota mancante a cui verrà scontato un ulteriore 30%”*, però solo *“fino ad Aprile 2020”*³⁴.

39. Da quanto sopra riportato, si evince che Sharazon, a seguito della notifica del provvedimento di sospensione cautelare (avvenuta il 23 gennaio 2020), ha comunicato il “blocco delle liste” ai consumatori che si erano avvalsi della modalità di acquisto con “prenotazione”, annunciando in sostanza l'inoperatività del relativo meccanismo di compensazione e prospettando il riscatto a prezzo di mercato, con versamento della differenza di prezzo, quale

³² Segnalazione prot. n. 23833 del 2 marzo 2020 e segnalazione prot. n. 27002 del 13 marzo 2020. Si veda anche la segnalazione prot. n. 25265 del 6 marzo 2020, dove un consumatore, che aveva prenotato e pagato alcuni prodotti nel mese di novembre 2019, avrebbe ricevuto, tra febbraio e marzo 2020, una email con la quale Sharazon chiedeva *“un riscatto agevolato offrendo uno sconto del 30% senza possibilità di uscita”*.

³³ *“Gentili Clienti, come da tempo annunciato a seguito di provvedimento dell'Agcm abbiamo sospeso la possibilità di fare nuovi acquisti con la modalità scontata del 70%. [...]. Chiunque avesse un ordine in lista di un prodotto pagato solo 1/3 del suo valore di mercato, può richiedere l'evasione del medesimo saldando la differenza mancante. Tutte le richieste di riscatto dei prodotti e le info inerenti tempi di evasione e disponibilità dei prodotti riscattati devono pervenire unicamente a questo indirizzo email: riscatti@sharazon.shop.”* Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 16 marzo 2020. Si vedano anche le segnalazioni prot. n. 27992 del 19 marzo 2020 e prot. n. 23809 del 2 marzo 2020.

³⁴ Segnalazione prot. n. 33283 del 17 aprile 2020.

unica possibilità di ricevere il prodotto ordinato per il quale era già stata versato l'importo corrispondente al "prezzo scontato" all'atto della prenotazione, che non poteva essere rimborsato agli acquirenti.

40. A fronte delle comunicazioni sopra illustrate, volte ad invitare i consumatori a riscattare i prodotti prenotati per ottenerne finalmente la consegna grazie all'autocompensazione, è stata acquisita copiosa documentazione istruttoria idonea a smentire nei fatti quanto prospettato da *Sharazon*, ponendo in evidenza la mancata consegna del prodotto a seguito del riscatto a prezzo pieno, nonostante l'avvenuto pagamento della differenza di prezzo, nonché il mancato rimborso delle somme così pagate³⁵.

41. Nello specifico, le segnalazioni di molti utenti hanno attestato l'omessa consegna del prodotto anche a seguito del riscatto c.d. agevolato alle condizioni previste da *Sharazon* e, quindi, del versamento della differenza di prezzo richiesta "per avere il prodotto subito e uscire dalla lista di attesa", nonché la mancata restituzione degli importi corrisposti³⁶.

Un utente ha segnalato di aver fatto diversi acquisti senza ricevere nessuno dei prodotti, neppure quello per il quale avrebbe "riscattato completamente l'ordine"³⁷; un altro consumatore si è lamentato del fatto che la Società "è sparita e non mi ha più risposto", dopo che aveva provveduto, nel mese di febbraio 2020, al pagamento del riscatto di due prodotti prenotati nel mese di maggio 2019 e mai consegnati³⁸.

Analogamente, un ulteriore acquirente, essendo trascorso un anno dall'ordine di due prodotti mai consegnati, dopo due ulteriori mesi dal riscatto agevolato di entrambi e dal pagamento della differenza di prezzo richiesta da *Sharazon*, non aveva ancora ricevuto alcun prodotto³⁹.

Dello stesso tenore la testimonianza di un altro utente che, avendo atteso invano per sette mesi di conseguire un telefono cellulare ordinato tramite il sito *sharazon.it*, ha poi effettuato il riscatto agevolato del prodotto sul sito

³⁵ Tra le più recenti, si vedano le segnalazioni prot. n. 35007 del 24 aprile 2020, prot. n. 35018 del 27 aprile 2020, prot. n. 37905 dell'11 maggio 2020, prot. n. 40785 del 25 maggio 2020, prot. n. 42543 del 29 maggio 2020, prot. n. 42858, prot. n. 42899, entrambe del 1° giugno 2020, prot. n. 43856 del 4 giugno 2020.

³⁶ Cfr. segnalazioni prot. n. 42899 del 1° giugno 2020, prot. n. 34745 del 23 aprile 2020, prot. n. 31421 del 7 aprile 2020, prot. n. 33283 del 17 aprile 2020.

³⁷ Si veda la segnalazione prot. n. 31421 del 7 aprile 2020.

³⁸ Cfr. segnalazione prot. n. 33283 del 17 aprile 2020.

³⁹ Segnalazione prot. n. 34745 del 23 aprile 2020. Nel caso di specie, un consumatore alla fine di aprile 2020 non aveva ancora ricevuto i prodotti ordinati nei mesi di marzo e aprile 2019 (per circa 750 euro), per i quali aveva poi esercitato il riscatto agevolato in data 25 febbraio 2020, corrispondendo la differenza di prezzo richiesta da *Sharazon* (altri 650 euro circa).

web sharazon.shop (“*sempre lo stesso sito*”), ma dopo circa quattro mesi non aveva ancora ricevuto lo *smartphone* ormai pagato al prezzo pieno⁴⁰.

42. Sulla base di una rilevazione effettuata d’ufficio, entrambi i siti *web sharazon.it* e *sharazon.shop* risultavano *offline* alla data di invio della comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria del 17 giugno 2020⁴¹.

3) Le argomentazioni difensive delle Parti

43. I Professionisti, al di là dell’istanza di proroga formulata dalla sola Sharazon in data 13 dicembre 2019, non hanno depositato alcuna memoria difensiva né hanno trasmesso alcuna informazione nel corso del procedimento.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

44. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente procedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 30 giugno 2020, è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

45. 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 ad incidere e amplificare l’eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

46. 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*

⁴⁰ Segnalazione prot. n. 42899 del 1° giugno 2020. Nel caso di specie, il segnalante ha acquistato *online* un *iPhone* a luglio 2019 (per un importo di € 314,30) e, non avendo ricevuto la consegna del prodotto, a febbraio 2020 ha effettuato il riscatto agevolato pagando la differenza di prezzo (di ben €682); nonostante il versamento dell’ulteriore importo, alla data del 1° giugno 2020, non aveva ancora ricevuto il telefono cellulare pagato al prezzo pieno.

⁴¹ Cfr. verbale acquisizione atti del 17 giugno 2020.

comunicazione on line”, ha ritenuto che, allo stato della documentazione in atti, il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

47. L’istruttoria in esame riguarda il settore dell’*e-commerce* e, in particolare, la commercializzazione *online* di prodotti tecnologici mediante l’adozione di schemi di vendita peculiari e articolati, che si discostano dalle ordinarie modalità di offerta di beni su *internet*.

48. In tale contesto, connotato dalla spersonalizzazione del rapporto d’acquisto e dalla posizione di inevitabile asimmetria informativa in cui versa il consumatore rispetto al professionista, sussiste la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, sin dal momento dell’aggancio dell’utente, attraverso una chiara e completa rappresentazione del meccanismo di offerta che si pubblicizza e del conseguente vincolo contrattuale, per consentire al consumatore una scelta commerciale consapevole dapprima in ordine all’acquisto e, poi, alla prosecuzione del rapporto contrattuale.

49. Nel caso di specie, i Professionisti hanno adottato una struttura di vendita astrattamente riconducibile al modello del c.d. *Buy & Share*, in quanto basata sulla creazione di gruppi di acquisto volti a conseguire prezzi vantaggiosi per i consumatori, nella quale tuttavia il venditore (*Sharazon-Share*) si pone esso stesso come organizzatore dell’intero processo di acquisto.

50. In base al modello di vendita implementato sul sito *Sharazon*, l’acquirente è chiamato ad aderire all’offerta pubblicizzata, effettuando il pagamento di una somma pari, di norma, al 30% del valore del bene prescelto e, successivamente, per ottenere il bene prenotato, deve attendere lo scorrimento della lista in cui viene inserito. L’avanzamento della lista di attesa si realizza esclusivamente a seguito di ulteriori pagamenti, effettuati a titolo di prenotazione, da parte di altri consumatori che, a loro volta, aderiscono all’offerta pubblicizzata sul sito *web* in questione (*sharazon.it* e *sharazon.shop*).

51. Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento è emerso che *Sharazon*, a fronte del complesso *iter* di vendita implementato, ha fornito una rappresentazione incompleta, poco trasparente e non veritiera in merito ai

seguenti elementi: (i) il prezzo di offerta dei prodotti, subordinato a condizioni imprevedibili e aleatorie, (ii) i termini e le condizioni del “Programma” proposto, ivi inclusi tempi e modalità del rimborso e del riscatto, (iii) la natura effettiva degli impegni che il consumatore assume, nonché infine (iv) il meccanismo del processo di vendita e i tempi di attesa ai fini della consegna del prodotto, nonché le reali possibilità di conseguire i beni prenotati.

52. Siffatte omissioni e ambiguità informative, unitamente alle suggestive indicazioni fornite in merito all’efficacia del sistema di acquisto pubblicizzato e al rilevante sconto conseguibile (“*Sharazon è un sistema di acquisto condiviso che permette di ottenere prodotti scontati del 60-70% grazie alla condivisione*”), alla rapidità di scorrimento della lista di attesa (“*Non preoccuparti dei tempi di attesa, Sharazon ha continui ordini grazie alla tanta pubblicità che facciamo ...*”), alla certezza di ottenere la restituzione dell’importo versato a titolo di prenotazione (“*su Sharazon non perdi mai la tua prenotazione versata*”), nonché alla possibilità di riscattare in ogni momento il proprio ordine versando la differenza tra “prezzo pieno” e “prezzo finale”, “*così da ricevere immediatamente il prodotto*”, sono tali da indurre in errore il consumatore medio, facendogli assumere una decisione di natura commerciale – ossia l’acquisto di beni *online* mediante lo schema descritto – che altrimenti non avrebbe preso.

53. In particolare, risulta palesemente decettiva la modalità di prospettazione del prezzo “scontato” utilizzata sul sito di Sharazon, in quanto quello che viene presentato come prezzo di acquisto, in realtà, si riferisce solo alla “prenotazione” del prodotto di interesse, andando a costituire un rilevante elemento di persuasione per il consumatore e realizzando il c.d. “effetto aggancio”.

54. Successivamente al pagamento della somma a titolo di prenotazione, l’aderente non viene correttamente informato del fatto che, per conseguire il bene prenotato, sarà inserito in una lista di attesa gestita interamente da Sharazon, secondo criteri non chiari e che dovrà rimanere in tale lista per un periodo di tempo che non è in alcun modo indicato, in attesa che si compia un imprecisato processo di “compensazione” dell’ordine del partecipante meglio posizionato, grazie alle prenotazioni effettuate da altri partecipanti, salva - in teoria - la possibilità di riscattare il prodotto prenotato pagandolo, però, al più elevato prezzo di mercato.

55. La mancata informativa da parte di Sharazon in ordine ai criteri di funzionamento della lista di attesa e alle modalità di abbinamento dei

partecipanti ai fini della compensazione degli ordini, nonché l'assenza di trasparenza sul numero di acquirenti presenti in lista, sul loro posizionamento e sui tempi di avanzamento, determinano l'impossibilità per i consumatori di verificare il loro stato all'interno della lista e i tempi di scorrimento della graduatoria; in ultima analisi, il consumatore è ingannato in merito alla tempistica di compensazione della lista e alla possibilità che poi avvenga realmente la consegna dei beni prenotati.

56. Alla luce di quanto sopra esposto, emerge la natura ingannevole della condotta posta in essere da Sharazon, in quanto in grado di indurre i consumatori ad aderire all'offerta di vendita pubblicizzata sulla base di una prospettazione decettiva dell'effettiva possibilità di acquisto a prezzi scontati (*“Prenotando il prodotto, mediante bonifico bancario del prezzo indicato sul sito, l'acquirente si aggiudica lo stesso ad un prezzo ribassato, inferiore di circa due terzi rispetto a quelli di mercato”*). Infatti, i consumatori, ingannevolmente attratti dalla prospettiva di acquistare il prodotto reclamizzato a un prezzo particolarmente scontato, si trovano iscritti in una lista di attesa di cui ignorano i meccanismi di funzionamento e, soprattutto, i tempi di scorrimento.

57. Inoltre, non essendo i consumatori acquirenti correttamente informati sulla tempistica di permanenza in lista, sono costretti ad attendere un tempo imprecisato e imprevedibile, essendo quindi ingannati sull'effettiva possibilità di ottenere la consegna del prodotto prenotato.

Infine, a seguito della chiusura della lista di attesa da parte di Sharazon, gli utenti sono stati decettivamente indotti a procedere al riscatto dei prodotti prenotati e a pagare l'importo integrativo corrispondente al prezzo pieno, senza tuttavia riuscire a ottenere la consegna dei beni acquistati.

58. Sulla base delle risultanze istruttorie, la condotta di Sharazon risulta inoltre aggressiva, avuto riguardo all'ingiustificato rifiuto di rimborso della somma inizialmente versata a titolo di prenotazione, a fronte di richieste degli acquirenti rispettose delle tempistiche e delle modalità indicate sul Sito e nelle Condizioni d'acquisto, nonché in alcuni casi nell'ostacolo all'esercizio del diritto di riscatto del prodotto prenotato.

Parimenti aggressiva è la condotta relativa all'omessa consegna del bene ordinato nonostante il pagamento dell'intero prezzo in sede di “riscatto agevolato” dello stesso nonché, in ultima istanza, nella mancata restituzione ai consumatori degli importi complessivamente versati all'atto del riscatto dei prodotti acquistati.

59. A tale ultimo proposito si evidenzia infatti che, come sopra compiutamente illustrato, molti consumatori sono stati indotti a riscattare il bene prenotato dalle indicazioni diffuse sul Sito e dalle comunicazioni inviate da Sharazon (per *email* e su *Telegram*) per informare del blocco della lista di attesa disposto nel febbraio 2020 e hanno quindi proceduto al pagamento del più elevato prezzo di mercato al fine di uscire dalla lista di attesa e conseguire finalmente i prodotti prenotati; tali utenti, tuttavia, non solo non hanno ottenuto la consegna dei beni riscattati nonostante il versamento dell'intero prezzo, ma si sono visti anche negare il rimborso integrale della somma versata.

60. Le condotte compressivamente poste in essere da Sharazon, in relazione alla vendita *online* di prodotti tecnologici e sopra illustrate, consistenti nel prospettare con modalità decettive la possibilità di acquistare beni a prezzi estremamente scontati, omettendo di chiarire le condizioni alle quali è subordinata la consegna dei beni (*i.e.* la movimentazione della lista), e nell'ostacolare il diritto di rimborso e di riscatto da parte dei consumatori, costituiscono una pratica commerciale gravemente scorretta, ai sensi degli articoli 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonea a ingannare i consumatori e ad esercitare su di essi un indebito condizionamento, limitandone la libertà di scelta e di comportamento e inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso, in merito all'acquisto *online* con modalità "prenotazione" e al successivo riscatto a prezzo pieno dei prodotti prenotati ma non consegnati.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

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

63. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori, della tipologia di beni venduti *online* in grado di comportare anche ingenti esborsi per i consumatori, delle specificità del settore dell'*e-commerce*, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista, nonché delle modalità di diffusione dell'offerta e del mezzo impiegato per veicolare contenuti informativi, ossia il sito *internet sharazon.it* (e *sharazon.shop*), strumento suscettibile di raggiungere un elevato numero di consumatori.

64. Considerate le specifiche circostanze del caso concreto, assumono altresì rilievo ulteriori elementi che contribuiscono a connotare la particolare gravità della pratica commerciale scorretta in esame, quali: il numero elevato di consumatori effettivamente coinvolti dalla pratica, la cui platea è sicuramente ben più ampia del novero dei già numerosi segnalanti (circa 70); l'atteggiamento tenuto nel corso del procedimento da Sharazon, che – a seguito del provvedimento cautelare – senza fornire alcuna comunicazione all'Autorità ha sospeso il sito *sharazon.it*, ha attivato il sito *sharazon.shop* e poi ha comunicato agli utenti la chiusura delle liste di attesa, imputandola al “*blocco delle vendite scontate, imposto da delibera Agcom [AGCM]*”, inducendo gli acquirenti a riscattare i beni; la significativa insidiosità delle condotte ingannevoli e aggressive attuate nei confronti dei consumatori da Sharazon, finalizzate a trattenere indebitamente le somme da questi versate sul sito dopo essere stati ingannevolmente indotti ad effettuare acquisti con la modalità “prenota ora” e finanche a riscattare il prodotto ordinato pagando la differenza di prezzo, senza ottenere la consegna dei beni pagati.

65. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere: *a)* dall'impresa individuale SHARAZON DI VENERONE CARMELA almeno dal mese di novembre 2018⁴² e fino al mese di maggio 2019; *b)* dall'impresa individuale SHARE DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO almeno dal mese di maggio 2019⁴³ e sia ancora in corso, alla luce della natura unitaria dell'infrazione nonché dell'assenza di evidenze certe circa la cessazione della stessa. Infatti, sebbene i siti *web sharazon.it* e *sharazon.shop* risultino entrambi inattivi sulla base di una rilevazione compiuta d'ufficio in data 17

⁴² Cfr. segnalazione prot. n. 79270 del 29 novembre 2018.

⁴³ Cfr. comunicazioni prot. n. 12478 del 16 gennaio 2020 e prot. n. 27070 del 13 marzo 2020.

giugno 2020, si rileva la persistenza dei profili di aggressività della pratica commerciale scorretta ascritta al professionista, in termini di ostacolo all'esercizio dei diritti contrattuali da parte dei consumatori, avuto specifico riguardo al diritto di rimborso e di riscatto dei prodotti prenotati e non consegnati⁴⁴.

66. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile all'impresa individuale SHARAZON DI VENERONE CARMELA nella misura di 100.000 € (centomila euro) e l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile all'impresa individuale SHARE DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO nella misura di 200.000 €(duecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e 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 a ingannare il consumatore medio sulla possibilità di acquistare prodotti tecnologici a prezzi scontati, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, nonché in grado di condizionare indebitamente il consumatore, limitandone sensibilmente la libertà di comportamento in relazione all'esercizio dei propri diritti contrattuali;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dall'impresa individuale SHARAZON DI VENERONE CARMELA costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 21, 22, 24 e 25, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dall'impresa individuale SHARE

⁴⁴ Cfr., da ultimo, segnalazione prot. n. 48218 del 19 giugno 2020.

DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 21, 22, 24 e 25, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare all'impresa individuale SHARAZON DI VENERONE CARMELA una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 €(centomila euro);

d) di irrogare all'impresa individuale SHARE DISTRIBUTION DI MESSINA ANTONIO una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro).

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, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'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