



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXV - n. 23

**Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
16 giugno 2025**

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C12718 - IBL ISTITUTO BANCARIO DEL LAVORO/CREDITIS SERVIZI FINANZIARI-FINCENTRO FINANCE	
<i>Provvedimento n. 31571</i>	5
ATTIVITA' DI SEGNALEZIONE E CONSULTIVA	10
AS2084 - COMUNE DI TORINO - RICOGNIZIONE SPL 2024	10
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	13
PS12814 - LUCA MARANI-GUADAGNI FACILI	
<i>Provvedimento n. 31572</i>	13
PS12815 - BIG LUCA-LUCA DE STEFANI-GUADAGNI FACILI	
<i>Provvedimento n. 31573</i>	19
PS12816 - ALESSANDRO BERTON-GUADAGNI FACILI	
<i>Provvedimento n. 31574</i>	38
PS12817 - HAMZA MOURAI-GUADAGNI FACILI	
<i>Provvedimento n. 31575</i>	47
PS12818 - MICHELE LEKA-GUADAGNI FACILI	
<i>Provvedimento n. 31576</i>	53
PS12826 - DAVIDE CAIAZZO-GUADAGNI FACILI	
<i>Provvedimento n. 31577</i>	61
PS12942 - DEEPSEEK/INFORMATIVA SU "ALLUCINAZIONI"	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	70

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12718 - IBL ISTITUTO BANCARIO DEL LAVORO/CREDITIS SERVIZI FINANZIARI-FINCENTRO FINANCE

Provvedimento n. 31571

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 maggio 2025;

SENTITO la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della società IBL Istituto Bancario del Lavoro S.p.A., pervenuta in data 9 aprile 2025;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalla società IBL Istituto Bancario del Lavoro S.p.A., pervenute in data 18 aprile 2025;

VISTO il parere dell'IVASS, pervenuto in data 14 maggio 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. IBL Istituto Bancario del Lavoro S.p.A. (di seguito "IBL", CF 00452550585) è una banca a capo dell'omonimo gruppo attivo in Italia nel settore bancario, finanziario e assicurativo. In particolare, il Gruppo, opera principalmente nella raccolta bancaria e nel credito al consumo, fornendo, tra l'altro, prestiti contro cessione del quinto dello stipendio o della pensione, finanziamenti per l'anticipo del trattamento di fine servizio per dipendenti pubblici, nonché servizi e soluzioni bancarie di natura tradizionale e digitale (servizi di conto corrente, servizi di pagamento e servizi per la gestione di incassi e pagamenti). Inoltre, il Gruppo, tramite IBL e la propria controllata IBL Assicura S.r.l., è attivo nell'assunzione e la gestione di mandati di agenzia di assicurazione, nella consulenza assicurativa e nell'amministrazione del portafoglio assicurativo.

IBL è controllata congiuntamente da Sant'Anna S.r.l. e da Delta 6 Partecipazioni S.r.l. che detengono ciascuna il 50% del capitale sociale.

Il fatturato consolidato realizzato esclusivamente in Italia dal Gruppo IBL nel 2024 è stato pari a circa [100-582]* milioni di euro.

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

2. Creditis Servizi Finanziari S.p.A. (di seguito “Creditis”, CF 01670790995) è un intermediario finanziario attivo esclusivamente in Italia nei servizi di credito al consumo, principalmente attraverso la concessione di prestiti personali, cessione del quinto per lavoratori dipendenti e pensionati e rilascio di carte di credito di pagamento collegate a linee di credito *revolving* che consentono al titolare di rimborsare gli acquisti effettuati con modalità rateali. Creditis opera altresì come distributore di polizze assicurative ancillari ai prodotti di credito (*credit protection insurance*, di seguito “CPI”) che hanno sia una componente vita che una danni.

Creditis è interamente controllata da Columbus HoldCo S.à r.l., una società a responsabilità limitata iscritta presso il Registro delle Imprese del Lussemburgo, che è a sua volta controllata dal fondo d’investimento Chenavari Investment Managers.

Nel corso del 2024, Creditis ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [35-100] milioni di euro.

3. Fincentro Finance S.p.A. (di seguito “Fincentro”, CF 03529110615) è una società attiva esclusivamente in Italia nella promozione e nella conclusione di contratti relativi alla concessione di prestiti personali e servizi di credito al consumo per famiglie e privati, servizi di finanziamento per l’anticipo del trattamento di fine servizio, fornitura di servizi e carte di pagamento collegate a linee di credito *revolving*. Nell’ambito della sua attività, Fincentro promuove anche prodotti assicurativi CPI, ancillari ai prodotti di credito al consumo.

Fincentro è controllata da Columbus HoldCo S.à r.l. che ne detiene il 60% del capitale sociale.

Nel corso del 2024, Fincentro ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [1-10] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L’operazione comunicata (di seguito, “Operazione”) consiste nell’acquisizione, da parte di IBL, del controllo esclusivo di Creditis e di Fincentro (insieme a Creditis, le “Target”, e insieme al Gruppo IBL, le “Parti”). A seguito dell’Operazione, IBL deterrà l’intero capitale sociale e la totalità dei diritti di voto di Creditis e la maggioranza del capitale sociale e dei diritti di voto di Fincentro.

5. L’acquisizione del controllo esclusivo sulle *Target* costituisce una concentrazione unica, posto che le acquisizioni del controllo esclusivo su Creditis e su Fincentro da parte di IBL sono interdipendenti, che queste sono perseguite attraverso un medesimo contratto di compravendita, che coinvolgono le medesime imprese cedenti ed acquirenti e che nessuna delle acquisizioni si sarebbe realizzata senza l’altra.

6. L’Operazione è principalmente volta a rafforzare il modello di *business* del Gruppo IBL. Più specificatamente, l’acquisizione delle *Target* è funzionale al rafforzamento del Gruppo IBL nel settore del credito al consumo e, nello specifico, all’ampliamento del portafoglio relativo ai prestiti personali diretti.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L’Operazione, in quanto comporta l’acquisizione del controllo di un’impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell’articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell’ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all’articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all’obbligo di comunicazione preventiva disposto dall’articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato

nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro¹.

IV. IL PARERE DELL'IVASS

8. Con parere pervenuto in data 14 maggio 2025, l'IVASS ha evidenziato che, sulla base delle informazioni disponibili, l'Operazione non è in grado di alterare l'equilibrio concorrenziale dei mercati della distribuzione assicurativa di prodotti vita e danni.

V. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

a) I mercati rilevanti

9. L'Operazione comporta una sovrapposizione orizzontale tra le attività delle Parti nei mercati del credito al consumo e della distribuzione dei prodotti assicurativi.

A) Mercato del credito al consumo

10. Il mercato del credito al consumo ha per oggetto la concessione di credito sotto forma di dilazione di pagamento, di finanziamento o di altra analoga forma di facilitazione a favore di una persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale svolta.

11. Secondo il consolidato orientamento dell'Autorità, all'interno del settore del credito al consumo è possibile distinguere due tipologie di finanziamenti: (i) il credito diretto, erogato nella forma di prestito personale senza vincolo di destinazione, e (ii) il credito finalizzato, ossia destinato all'acquisto di beni specifici (autoveicoli, motocicli, mobili, etc.). Tali due tipologie di credito al consumo presentano differenze sostanziali quanto a servizio prestato, modalità di collocamento del finanziamento e relative condizioni commerciali, e rapporto tra domanda e offerta; pertanto, come già affermato dall'Autorità, è possibile considerarli quali due segmenti, se non addirittura quali due mercati distinti, in ragione del servizio prestato e delle relative condizioni commerciali².

12. Quanto al credito al consumo diretto, elemento peculiare è il contatto diretto tra finanziatore e consumatore, che dà vita ad un rapporto bilaterale. In tale ambito sono ricompresi i finanziamenti effettuati principalmente attraverso prestiti personali, mediante carte di credito *revolving* (vale a dire, carte utilizzabili presso tutti i negozi convenzionati, cui è associata una linea di credito che consente di rateizzare i pagamenti a fronte dell'impegno del cliente di restituire gli importi sulla base di una rata minima mensile concordata), nonché quelli mediante cessione del quinto dello stipendio. Sotto il profilo geografico, la dimensione del mercato del credito al consumo diretto è locale ed è tipicamente circoscritta ai confini regionali.

13. Il credito al consumo finalizzato, invece, è caratterizzato dall'erogazione di un finanziamento basata su un rapporto trilaterale tra la banca (o società finanziaria specializzata), il cliente e il *dealer* convenzionato. Il credito finalizzato include i finanziamenti per l'acquisto di diverse tipologie di

¹ Cfr. provvedimento n. 31088 del 24 marzo 2025 "Rivalutazione soglie fatturato ex articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90", in Bollettino n. 11/2025.

² Cfr., tra gli altri, C12494 – *Banco di Desio e della Brianza/Due Rami di Azienda di BPER Banca*, in Bollettino n. 44/2022; C12443 – *BPER Banca/Banca Carige* in Bollettino n. 21/2022; C10702 – *ICCREA Holding/Soluzioni Consumer Credit*, in Bollettino 38/2010; C12063 - *Santander Consumer Bank/Ramo di azienda di Accedo*, in Bollettino n. 29/2016.

beni e/o servizi e, convenzionalmente, si distingue tra credito finalizzato all'acquisto di autoveicoli e credito finalizzato all'acquisto di altri beni o servizi. La dimensione geografica del mercato del credito al consumo finalizzato è nazionale, in considerazione dell'omogeneità delle caratteristiche di produzione e commercializzazione dei servizi in parola sull'intero territorio nazionale.

14. Nel caso di specie, occorre osservare che, sulla base delle informazioni trasmesse, le Parti operano unicamente nel credito al consumo diretto e, pertanto, gli effetti dell'operazione saranno esaminati solo in tale mercato. In particolare, Creditis è un intermediario finanziario specializzato nella concessione del credito al consumo diretto alla clientela privata. Fincentro non eroga propri prodotti di credito al consumo ma distribuisce esclusivamente i prodotti di credito al consumo di Creditis. Il Gruppo IBL opera nel settore del credito al consumo diretto principalmente come "fabbrica prodotto", sviluppando propri prodotti di cessione del quinto e anticipo del trattamento di fine servizio.

B) Mercati della distribuzione di prodotti assicurativi

15. Con riferimento ai mercati assicurativi, per consolidato orientamento dell'Autorità³, ciascun ramo dei comparti assicurativi vita e danni rappresenta un distinto mercato. Tale distinzione rispetto ai singoli rami assicurativi si fonda, principalmente, sull'oggetto del servizio reso, sui rischi assunti e sull'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo ramo.

16. Inoltre, i mercati assicurativi rami vita e rami danni sono distinti, ciascuno, tra fase produttiva, avente dimensione geografica nazionale, e fase distributiva che si caratterizza per la sua dimensione locale, considerata in prima approssimazione provinciale secondo prassi dell'Autorità.

17. Inoltre, sempre per consolidato orientamento dell'Autorità⁴, con particolare riferimento alla fase produttiva (nazionale), ciascun ramo dei comparti assicurativi vita e danni rappresenta un distinto mercato. Tale distinzione rispetto ai singoli rami assicurativi si fonda, principalmente, sull'oggetto del servizio reso, sui rischi assunti e sull'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo ramo.

Diversamente, il grado di pressione competitiva a livello distributivo (provinciale) appare valutabile considerando, distintamente, da un lato i rami danni e dall'altro i rami vita; ciò in considerazione del fatto che nella fase di collocamento le reti si differenziano, per tipo di soggetti attivi e modalità di azione, in funzione delle due aree (danni o vita) di rischi coperti⁵. Pertanto, appaiono distinguibili i mercati distributivi provinciali, da un lato, per l'insieme dei rami vita e, dall'altro, per l'insieme dei rami danni.

18. Le *Target* operano soltanto nel mercato della distribuzione di *credit protection insurance*, che sono servizi assicurativi ancillari ai servizi di credito al consumo e che hanno sia una componente vita (in quanto proteggono il rischio di decesso del contraente del credito) che danni (in quanto proteggono il rischio di malattia o infortunio o incapacità lavorativa del contraente del credito).

³ Cfr., tra gli altri, C12559 – *Banco BPM/Vera Vita-Vera Assicurazioni* in Bollettino n.40/2023; C12552 – *Iccrea Banca/BCC Vita-BCC Assicurazioni* in Bollettino n.32/2023; C12443 – *BPER Banca/Banca Carige* in bollettino n. 21/2022.

⁴ Cfr. C12559 cit.; C12552 cit.

⁵ Ad esempio, la tipica rete distributiva di polizze vita risulta essere quella degli sportelli bancari, diversamente dai rami danni che vedono quasi del tutto assente il canale bancario e invece predominante quello degli agenti assicurativi.

Pertanto, ai fini della presente Operazione rilevano solo i mercati della distribuzione di prodotti assicurativi dei rami vita e danni.

b) Effetti dell'operazione

19. Per quanto riguarda il mercato del credito al consumo, anche ove si considerasse la definizione più restrittiva del mercato, corrispondente al solo credito al consumo diretto, la quota congiunta delle Parti a seguito dell'Operazione rimarrà inferiore al *[1-5%]* a livello nazionale e sempre inferiore al *[1-5%]* in ciascuno dei mercati regionali⁶. Inoltre, si osserva che il contesto competitivo in detto mercato è caratterizzato dalla presenza di numerosi concorrenti, inclusi quelli appartenenti a importanti gruppi bancari nazionali, con una quota di mercato superiore a quella delle Parti e in grado di esercitare una pressione concorrenziale significativa.

20. Con riferimento alla distribuzione di prodotti assicurativi, sia nel comparto vita che nel comparto danni la quota aggregata delle Parti risulta *[inferiore all'1%]* a livello nazionale. Anche a livello provinciale, la quota *post merger* rimarrà marginale, essendo inferiore all'1% in tutte le province⁷.

21. Alla luce delle considerazioni che precedono, stante l'assenza di sostanziali sovrapposizioni di natura orizzontale, nonché di possibili criticità concorrenziali di carattere verticale⁸, l'Operazione non appare determinare alternazioni significative nella struttura concorrenziale in nessuno dei mercati rilevanti identificati.

RITENUTO, che l'Operazione non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate ed al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

⁶ Dati forniti dalle Parti.

⁷ Dati forniti dalle Parti.

⁸ L'assenza di criticità concorrenziale in termini di effetti verticali è giustificata dalla posizione del Gruppo IBL nel mercato della raccolta bancaria dove quest'ultimo detiene nel 2024 una quota dello *[inferiore all'1%]* a livello nazionale.

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS2084 - COMUNE DI TORINO - RICOGNIZIONE SPL 2024

Roma, 30 maggio 2025

Città di Torino

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 28 maggio 2025, ha deliberato di formulare alcune osservazioni ai sensi dell'articolo 21 della legge n. 287/1990, in merito alla relazione adottata da codesto Comune *ex* articolo 30 del d.lgs. n. 201/2022¹, contenente la ricognizione della situazione gestionale dei servizi pubblici locali di rilevanza economica affidati nel territorio di competenza e alle criticità concorrenziali derivanti dalla lunga e ingiustificata durata degli affidamenti dei servizi cimiteriali e della gestione delle farmacie comunali.

Risulta infatti che i menzionati servizi siano stati affidati, rispettivamente, alla società *in house* AFC Torino S.p.A. per 38 anni (dal 19/12/2005 al 31/12/2043) e alla (frattanto costituita) società mista Farmacie Comunali Torino S.p.A. per 99 anni (dal 24/07/2000 al 23/07/2099), in assenza di adeguata motivazione che giustifichi una simile lunga durata, nemmeno a seguito di specifica richiesta rivolta in tal senso.

Infatti, con riguardo alla durata dell'affidamento dei servizi cimiteriali, l'Ente ha genericamente rappresentato l'esigenza di garantire l'equilibrio economico-finanziario della gestione, nonché di assicurare che la Società disponga dei mezzi per mantenere i loculi e sostenerne i relativi investimenti, fornendo a supporto dei documenti risalenti al 2013. Inoltre, nella menzionata relazione *ex* articolo 30 del d.lgs. n. 201/2022, tra gli interventi in corso e programmati risulta unicamente la realizzazione di un nuovo cimitero per animali e il ripristino e restauro del muro di cinta del Cimitero Monumentale, ma non sono stati forniti ulteriori dettagli in merito all'entità e alla durata degli investimenti né, quindi, al periodo necessario al loro ammortamento.

Con riguardo all'affidamento della gestione delle farmacie comunali, la lunga durata di 99 anni è stata motivata sulla base del piano di rientro previsto per il pagamento del prezzo di acquisto dell'uso delle licenze all'esercizio delle farmacie comunali ricomprese nella Convenzione di affidamento sottoscritta nel 2000. Allo stato, benché la scadenza finale del piano di rientro sia stata anticipata al 31 dicembre 2042, come dichiarato dal Comune nella relazione, tuttavia il termine di durata dell'affidamento è rimasto al 23 luglio 2099, senza che sia stata fornita una motivazione al riguardo.

¹ Recante il *Riordino della disciplina dei servizi pubblici locali di rilevanza economica*. La menzionata relazione è stata pubblicata in data 31 marzo 2025 sul portale dedicato alla Trasparenza dei Servizi pubblici Locali ("*Trasparenza SPL*") dell'Autorità Nazionale Anticorruzione.

Alla luce di quanto sopra, l'Autorità ritiene che le ragioni addotte dall'Ente siano inidonee a giustificare la lunga durata degli affidamenti in questione, in quanto estremamente generiche e prive dell'indicazione di specifici investimenti da cui derivi l'esigenza di ammortizzarne i costi. A tal proposito, preme evidenziare che la durata degli affidamenti dovrebbe essere sempre temporalmente limitata, ispirata a criteri di proporzionalità e giustificata sulla base di valutazioni tecniche, economiche e finanziarie, al fine di evitare la preclusione dell'accesso al mercato e consentire all'amministrazione medesima di conseguire i vantaggi di efficienza derivanti da una maggiore alternanza, nel tempo, nella gestione dei servizi pubblici. In ogni caso, anche laddove gli affidamenti richiedano investimenti, la durata non dovrebbe comunque essere superiore al periodo di tempo necessario al recupero degli stessi da parte del concessionario e alla equa remunerazione del capitale investito².

L'Autorità intende inoltre evidenziare quanto ora stabilito dall'articolo 19 del d.lgs. n. 201/2022, in base al quale la durata degli affidamenti di servizi pubblici locali di rilevanza economica è fissata dall'ente locale e dagli altri enti competenti in funzione della prestazione richiesta, in misura proporzionata all'entità e alla durata degli investimenti proposti dall'affidatario e comunque in misura non superiore al periodo necessario ad ammortizzare gli investimenti previsti in sede di affidamento e indicati nel contratto di servizio, in conformità alla disciplina europea e nazionale in materia di contratti pubblici.

Inoltre, in caso di affidamento *in house* di servizi pubblici locali non a rete – quale è, nel caso di specie, l'affidamento dei servizi cimiteriali – il citato articolo 19 prevede che la durata dello stesso non possa essere superiore ai cinque anni, fatta salva la possibilità per l'ente affidante di dare conto, nella propria delibera di affidamento, delle ragioni che giustificano una durata superiore al fine di assicurare l'ammortamento degli investimenti previsti nel piano economico finanziario.

Da ultimo, l'Autorità intende sottolineare che l'articolo 34 del decreto di riordino dei servizi pubblici locali contiene la disciplina di coordinamento in materia di farmacie, stabilendo, in particolare, che il rinvio operato dall'articolo 9 della legge n. 475/1968 (recante *Norme concernenti il servizio farmaceutico*) alle modalità di gestione di cui alla legge n. 142/1990, sia da intendersi riferito "*alle corrispondenti norme del Capo II del Titolo III del presente decreto*". Vengono in tal modo superate le passate incertezze interpretative in punto di configurabilità delle farmacie comunali quali servizi pubblici locali, ancorché si operi in concorrenza nel mercato, ed è sancita definitivamente la possibilità di affidare la gestione delle farmacie comunali, oltre che con le forme dirette previste dalla disciplina speciale (art. 9 della legge n. 475/1968), anche mediante società *in house*, mista o con gara.

La disciplina posta dal d.lgs. n. 201/2022 viene pertanto a costituire punto di riferimento fondamentale anche per i modelli di gestione delle farmacie comunali, ricondotti a sistema, razionalizzando e uniformando la disciplina di riferimento³.

² Cfr., *ex multis*, AS1999 *Ricognizione SPL 2023*, in *Bollettino* n. 25/2024.

³ Giova rammentare che in tema di coordinamento tra il d.lgs. n. 201/2022 e le normative di settore l'Autorità si è espressa nel senso che gli eventuali o potenziali problemi di coordinamento tra fonti sono stati risolti in radice con l'articolo 4 del d.lgs. n. 201/2022, laddove chiarisce che le disposizioni del decreto integrano le normative di settore (per quanto non previsto da queste ultime) e, in caso di contrasto, prevalgono su di esse, fatte salve eventuali norme di salvaguardia e di prevalenza della disciplina di settore. Cfr. AS2030 *Città di Treviso - Parere in merito al perimetro dei servizi pubblici locali di rilevanza economica ai sensi del d.lgs. n. 201/2022*, in *Bollettino* n. 34/2024.

In conclusione, l'Autorità auspica che codesto Ente tenga in massima considerazione le indicazioni sopra riportate e che lo stesso si adoperi tempestivamente per adeguare gli storici e lunghi affidamenti dei servizi in considerazione alla normativa vigente e ai principi concorrenziali in essa contenuti.

Si invita, pertanto, l'Amministrazione medesima a comunicare, entro il termine di trenta giorni dalla ricezione della presente segnalazione, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12814 - LUCA MARANI-GUADAGNI FACILI

Provvedimento n. 31572

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 maggio 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, "Regolamento"), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*" (di seguito, "Nuovo Regolamento"), adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356;

VISTA la comunicazione dell'11 luglio 2025, con la quale è stato avviato il procedimento PS12814 nei confronti di Luca Marani;

VISTE le proprie decisioni del 28 gennaio 2025 e del 31 marzo 2025, con le quali, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Nuovo Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti e gli impegni presentati ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento e di completare gli adempimenti istruttori, garantendo il pieno contraddittorio nonché in ragione della sussistenza di particolari esigenze istruttorie;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 9 agosto 2024, con la quale Luca Marani ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nella versione definitiva e consolidata in data 20 gennaio 2025;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Luca Marani (di seguito anche "Professionista", codice fiscale: [omissis]*), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo. Il Professionista risulta operare nel settore dell'e-commerce mediante i siti web *lukemarani.co* e *ecommercebrand.net/vsl-sett-insta*, nonché tramite l'utilizzo delle piattaforme *social*. In particolare, nella "bio" del proprio account Instagram "luke_marani", egli si definisce "Imprenditore".

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

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne le condotte del Professionista consistenti nel pubblicare in modo reiterato su Instagram, tramite il proprio *account* “luke_marani”, foto e/o video caratterizzati, oltre che da vant di risultati professionali e personali eccezionali non verificabili, dalla promozione e offerta a pagamento di metodi per conseguire significativi risultati economici:

- a) promuovendo la realizzazione di elevati guadagni facili e sicuri, mediante sistemi volti a indurre gli utenti di Instagram a contattare il Professionista al fine di ottenere maggiori informazioni su come poter realizzare i guadagni pubblicizzati, conseguibili a patto di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite dal Professionista;
- b) vantando risultati professionali e personali eccezionali non verificabili;
- c) senza utilizzare alcuna dicitura di *advertisement* che renda edotto il consumatore circa la natura pubblicitaria di tali contenuti;
- d) omettendo o non evidenziando adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, elementi (quale, ad esempio, il costo dei beni e/o servizi offerti, l'identificazione e/o il recapito del professionista) rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore;
- e) fornendo testimonianze e recensioni dei servizi offerti, esclusivamente positive, rilasciate da presunti clienti senza avere adottato misure ragionevoli e proporzionate per verificare che le recensioni provengano da consumatori che abbiano realmente fruito del servizio valutato;
- f) vantando, nella piattaforma di Instagram, una popolarità basata su un numero di *followers* di cui, in base ai parametri di calcolo utilizzati da siti specializzati, la maggior parte risulta composta da *fake followers*, ossia da profili Instagram di followers non autentici.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

3. Sulla base di una segnalazione pervenuta in data 12 febbraio 2024¹ e alla luce delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo², è stato comunicato, in data 11 luglio 2024, a Luca Marani l'avvio del procedimento istruttorio PS12814 volto a verificare la sussistenza delle condotte sopra descritte in possibile violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23, comma 1, lettere *bb-ter* e *bb-quater*, del Codice del consumo³.

4. Il Professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 24 luglio 2024⁴ e 6 dicembre 2024⁵.

5. In data 9 agosto 2024, il Professionista ha trasmesso una memoria difensiva e ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento⁶. Nella medesima comunicazione, Luca Marani ha presentato una proposta di impegni, integrata in data 20 gennaio

¹ Cfr. doc. 1 (denuncia del 12 febbraio 2024).

² Cfr. doc. 2 (documento interno - verbale acquisizione documentazione del 25 giugno 2024).

³ Cfr. doc. 3 (comunicazione di avvio del procedimento dell'11 luglio 2024).

⁴ Cfr. doc. 9 (comunicazione esito di istanza di accesso del 24 luglio 2024).

⁵ Cfr. doc. 19 (comunicazione esito di istanza di accesso agli atti del 6 dicembre 2024).

⁶ Cfr. doc. 11 (arrivo informazioni varie del 9 agosto 2024).

2025, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento⁷.

6. In data 9 dicembre 2024, Luca Marani è stato sentito in audizione⁸.

7. In data 28 marzo 2025, è stata comunicata al Professionista la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento⁹.

8. In data 18 aprile 2025, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo¹⁰. Il parere dell'Autorità di settore è pervenuto in data 20 maggio 2025¹¹.

III.2. Gli elementi acquisiti

9. Dagli elementi agli atti trasmessi dal Professionista tramite le proprie memorie¹², è emerso che in data 4 gennaio 2023 Luca Marani ha concesso in licenza il diritto di sfruttare economicamente il proprio nome, la propria immagine e il proprio pseudonimo "Luke Marani" alla società C6H6 Sagl, con sede in Svizzera. Dalle medesime memorie, si è riscontrato inoltre che, in data 17 maggio 2023, Luca Marani ha depositato il marchio europeo denominativo "Luke Marani" *"in relazione ai seguenti servizi della Classe 41 di cui alla c.d. Classificazione Internazionale di Nizza: Formazione; Formazione all'amministrazione; Formazione e istruzione; Formazione del personale; Formazione didattica; Formazione continuativa; Realizzazione di seminari di formazione; Organizzazione di seminari di formazione; Formazione in gestione; Formazione industriale; Formazione professionale (Fornitura di -); Formazione professionale; Educazione e formazione; Istruzione e formazione; Organizzazione di presentazioni per formazione; Organizzazione di dimostrazioni per formazione; Trasmissione di formazione; Attività di formazione; Organizzazione di esposizioni per la formazione"* ¹³.

10. Dalla documentazione in atti è, inoltre, emerso che Luca Marani è stato assunto come lavoratore subordinato dalla società O tro Co DMCC, con sede negli Emirati Arabi Uniti, alla quale è stato concesso in licenza il sopra menzionato marchio europeo avente a oggetto lo pseudonimo "Luke Marani". Pertanto, Luca Marani sostiene che *"le parti naturali del presente procedimento dovrebbero essere O tro Co DMCC e C6H6 Sagl, licenziatricie, rispettivamente, del marchio europeo [...] e dei diritti relativi al nome e all'identità personale di Luca Marani"*¹⁴. Nella propria memoria, il Professionista dichiara, altresì, che, dal 1° gennaio 2022 fino alla data di avvio del presente procedimento, avrebbe ottenuto ricavi unicamente in riferimento ai corrispettivi percepiti tramite delle licenze del proprio pseudonimo, dei propri diritti di immagine e del proprio marchio.

⁷ Cfr. doc. 24 (integrazione impegni del 20 gennaio 2024).

⁸ Cfr. doc. 20 (trasmissione verbale audizione del 24 dicembre 2024).

⁹ Cfr. doc. 28 (comunicazione termine chiusura della fase istruttoria del 28 marzo 2025).

¹⁰ Cfr. docc. 30, 31 e 32 (richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni del 18 aprile 2025).

¹¹ Cfr. doc. 33 (arrivo parere dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni del 20 maggio 2025).

¹² Cfr. doc. 11, cit..

¹³ Cfr. *ibidem*.

¹⁴ Cfr. *ibidem*.

III.3. Gli impegni del professionista

11. Con comunicazione pervenuta in data 9 agosto 2024, il Professionista ha presentato una prima proposta di impegni. Con una successiva comunicazione, pervenuta in data 20 gennaio 2025, Luca Marani ha presentato - nella versione consolidata - la seguente proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento:

Impegno I) - Astensione dalle attività contestate nella Comunicazione di avvio

Il Professionista si impegna ad astenersi, in via definitiva e a tempo indeterminato, da qualsiasi attività di sponsorizzazione e/o promozione di qualsiasi prodotto e/o servizio identico o simile a quelli oggetto di contestazione, attraverso l'utilizzo della propria immagine, del proprio nome, del proprio pseudonimo o del proprio marchio "Luke Marani".

Impegno II) - Eliminazione dai profili social e dai siti web gestiti dalle società dei contenuti contestati nella Comunicazione di avvio

Il Professionista si impegna a rimuovere tutti i contenuti pubblicati precedentemente alla comunicazione di avvio e ivi contestati, che facciano riferimento ai siti di commercio elettronico e a modalità di guadagno, dai propri profili *social* e dal sito *web* lukemarani.com.

Impegno III) - Monitoraggio dell'utilizzo della propria immagine, del proprio nome e del marchio "Luke Marani" da parte di terzi

Il Professionista si impegna "a monitorare, per quanto in proprio potere e secondo i principi di ragionevolezza e proporzionalità, attuando i propri migliori sforzi, l'astensione da parte di terzi da qualsiasi utilizzo della propria immagine, del proprio nome e del marchio "Luke Marani", con particolare riferimento agli utilizzi che potrebbero essere fuorvianti per i consumatori". In particolare, Luca Marani si impegna: (a) a scrivere formale missiva alle società licenziatricie dei propri diritti di immagine e della personalità, nonché del marchio "Luke Marani", invitandole ad astenersi da qualsiasi utilizzo degli stessi, a impegnarsi a eseguire correttamente i contratti eventualmente conclusi con i consumatori per effetto di qualsiasi riferimento a Luca Marani stesso e, in caso di eventuali relative richieste di rimborso avanzate dai consumatori, alla valutazione attenta di queste nonché che esse siano effettuate, senza indugio, in tutti i casi conformi ai termini del contratto sottoscritto con ciascun cliente; (b) a scrivere formale missiva alle piattaforme social Instagram, Facebook, TikTok, YouTube e LinkedIn affinché rimuovano qualsiasi profilo *social fake* creato da terzi e riferito alla sua persona, senza la propria autorizzazione.

Impegno IV) - Verifica della presenza di eventuali follower non autentici del profilo Instagram @luke_marani ed eliminazione degli stessi

Il Professionista si impegna a verificare la presenza di eventuali *follower* non autentici del profilo Instagram attuando i propri migliori sforzi, utilizzando gli strumenti presenti sulla stessa piattaforma Instagram e messi a disposizione degli utenti.

Impegno V) - Compliance dell'attività sui social network alla normativa consumeristica

Il Professionista si impegna a distinguere in modo chiaro i contenuti di stampo personale, da quelli aventi finalità commerciale e/o pubblicitaria pubblicati sui propri profili *social*. Inoltre, nei casi ritenuti necessari, Luca Marani pubblicherà, altresì, secondo la modalità ritenuta più idonea nel caso concreto, considerando lo spazio e il tempo messi a disposizione dalla relativa piattaforma social, un disclaimer che comunicherà in modo chiaro e palese le seguenti informazioni:

- non esistono metodi e/o cd. "trucchi" atti a facilitare il sistema di guadagno, diversi dal lavoro;

- Luca Marani non promuove alcun tipo di prodotto e/o servizio riguardante la possibilità di ottenere c.d. “guadagni facili” e/o comunque entrate monetarie in modo semplice e/o agevole;
- Luca Marani non dispensa, né a titolo gratuito, né a titolo oneroso, consigli e/o consulenze relativi a modalità, strategie e, in generale, attività finalizzate, in qualsiasi modo, al guadagno di denaro;
- lo stile di vita e il c.d. “modello di successo” che alcuni terzi potrebbero supporre Luca Marani rappresenti e incarni resta una mera supposizione di tali soggetti e non rappresenta in alcun modo un invito, esplicito e/o implicito, all’imitazione dello stesso da parte di altri.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

12. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, in data 18 aprile 2025¹⁵ è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

13. Con comunicazione pervenuta in data 20 maggio 2025¹⁶, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo, ritenendo che, nel caso di specie, il Professionista “*è un personaggio pubblico di successo, popolare nei social network, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico*” e che, inoltre, “*il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app/social utilizzati dal Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate*”. Sulla base di tali considerazioni, l’Autorità ha, pertanto, rilevato che “*la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dal Professionista tramite Internet*” e ha ritenuto che “*Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità*”.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

14. L’Autorità ritiene che gli impegni presentati dal Professionista siano idonei a sanare i profili di possibile scorrettezza individuati con la comunicazione di avvio del procedimento.

15. Infatti, tali impegni prevedono sia la completa rimozione dei contenuti contestati nella comunicazione di avvio dai profili *social* e dai siti *web* oggetto di istruttoria sia la completa astensione da parte di Luca Marani dalle attività contestate nella comunicazione di avvio, risolvendo in radice le contestazioni sull’imputabilità delle condotte. Inoltre, il Professionista si è impegnato a richiedere ai soggetti titolari di licenza del proprio nome e del marchio “Luke Marani” di astenersi dall’utilizzo degli stessi e, in ogni caso, di dare corretta esecuzione ai contratti conclusi con i consumatori per effetto di qualsivoglia riferimento a Luca Marani.

16. Pertanto, gli impegni descritti, complessivamente considerati, sono tali da sanare i profili di possibile scorrettezza di cui alla comunicazione di avvio del procedimento.

¹⁵ Cfr. docc. 30, 31 e 32, cit..

¹⁶ Cfr. doc. 33, cit..

17. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati da Luca Marani, nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti di Luca Marani;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento, nei confronti di Luca Marani gli impegni dallo stesso presentati nella loro versione definitiva in data 20 gennaio 2025 come descritti nella dichiarazione allegata, che costituisce parte integrante del provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento;

c) che Luca Marani, entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Nuovo Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni assunti;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12815 - BIG LUCA-LUCA DE STEFANI-GUADAGNI FACILI*Provvedimento n. 31573*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 maggio 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, "Nuovo Regolamento");

VISTA la comunicazione del 10 luglio 2024, con la quale è stato avviato il procedimento PS12815 nei confronti del professionista Luca De Stefani;

VISTE le proprie decisioni del 28 gennaio 2025 e del 31 marzo 2025, con le quali, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Nuovo Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento e di completare gli adempimenti istruttori, garantendo il pieno contraddittorio, nonché in ragione della sussistenza di particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Luca De Stefani (codice fiscale [omissis]*), in qualità di professionista (di seguito anche "Professionista" o "Parte"), ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo (di seguito anche "Cdc"). Il Professionista risulta operare nel settore della consulenza di *online marketing*, svolgendo la propria attività mediante l'utilizzo di alcuni siti *web* e piattaforme *social*.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne le condotte del Professionista nei confronti degli utenti della rete consistenti nel pubblicare, in modo reiterato, in diverse piattaforme *social* e siti *internet*, foto e video in cui pubblicizza e offre a pagamento metodi per conseguire significativi risultati economici:

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

PRATICA A

- a) promuovendo la realizzazione di elevati guadagni facili e sicuri, asseritamente conseguibili a patto di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite (ad esempio, seguire determinati consigli, partecipare a sessioni formative/specifici eventi, contattare direttamente il Professionista, effettuare gli investimenti raccomandati);
- b) vantando risultati professionali e personali eccezionali, anche ricorrendo ad affermazioni di primato ed *endorsements* - questi ultimi da parte, ad esempio, di *brands*, testate giornalistiche, reti e programmi televisivi - non immediatamente verificabili;
- c) senza utilizzare alcuna dicitura di *advertisement* che renda edotto il consumatore circa la natura pubblicitaria di tali contenuti;
- d) omettendo o non evidenziando adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, elementi (quale, ad esempio, il costo dei beni e/o servizi offerti, l'identificazione e/o il recapito del professionista) rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore;

PRATICA B

- e) fornendo testimonianze e recensioni dei servizi offerti, esclusivamente positive, rilasciate da presunti clienti senza avere adottato misure ragionevoli e proporzionate per verificare che le recensioni provengano da consumatori che abbiano realmente fruito del servizio valutato;
- f) vantando su Instagram una popolarità basata su un numero di *followers* pari, alla data della comunicazione di avvio istruttorio, a circa 48.000 per l'account "bigluca.marketing" di cui, in base ai parametri di calcolo utilizzati da siti specializzati una parte risulterebbe essere composta da *fake followers*, ossia da profili Instagram di *followers* non autentici.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**III.1. L'iter del procedimento**

3. Sulla base di una segnalazione, pervenuta in data 12 febbraio 2024¹, e alla luce delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo², in data 10 luglio 2024, è stato comunicato a Luca De Stefani l'avvio del procedimento istruttorio PS12815 volto a verificare la sussistenza delle condotte sopra descritte in possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22, 23, comma 1, lettere *bb-ter* e *bb-quater*, del Cdc³.
4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione delle pratiche commerciali in esame, è stata formulata una richiesta di informazioni, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Cdc e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento.
5. Il Professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 26 luglio 2024 e ha risposto in data 9 agosto 2024 alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento⁴.

¹ Cfr. doc. 1 - Denuncia pervenuta in data 12 febbraio 2024.

² Cfr. doc. 2 - Verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 25 giugno 2024 (allegati da 1 a 32).

³ Cfr. doc. 3 - Comunicazione di avvio del procedimento istruttorio del 10 luglio 2024.

⁴ Cfr. doc. 19 - Memoria difensiva e risposta a richiesta di informazioni, pervenute in data 9 agosto 2024.

6. Il Professionista, sempre in data 9 agosto 2024, ha trasmesso una memoria difensiva⁵, successivamente integrata nelle date del 7 e 10 febbraio⁶, 9 aprile⁷ e 7 maggio 2025⁸.

7. Il Professionista è stato sentito in audizione dagli uffici dell'Autorità in data 16 gennaio 2025⁹.

8. In data 17 aprile 2025, è stata comunicata al Professionista la contestazione degli addebiti ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento¹⁰.

9. In data 9 maggio 2025, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche "AGCOM"), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Cds¹¹ che è pervenuto il successivo 28 maggio 2025¹².

III.2. Gli elementi acquisiti

10. Nel corso del procedimento istruttorio sono state acquisite evidenze documentali che confermano e precisano le contestazioni oggetto di avvio istruttorio relative alla condotta posta in essere da Luca De Stefani. Oltre alle acquisizioni d'ufficio di documenti agli atti del procedimento¹³, ulteriori elementi fattuali a supporto della valutazione finale sono stati forniti dal Professionista nei documenti presentati all'Autorità e in sede di audizione¹⁴.

11. In particolare, nel corso dell'istruttoria è emerso che i servizi di consulenza di *online marketing* a marchio "Big Luca" sono erogati dalla società statunitense Shadow Consulting LLC¹⁵ (di seguito anche "Società"), di cui Luca De Stefani (*alias* "Big Luca") è il fondatore, presidente, rappresentante legale nonché socio unico ma non amministratore¹⁶. La Shadow Consulting LLC svolge attività di consulenza di *online marketing* fornendo ai propri clienti assistenza su quali strategie adottare per promuovere e vendere su *Internet* i loro servizi e prodotti. Tale attività è realizzata attraverso convegni, eventi e corsi di formazione (un'ottantina tra gennaio 2020 e luglio 2024, di cui alcuni gratuiti altri a pagamento) fruibili unicamente *online* nonché consulenze individuali o di gruppo fruibili tanto *online*, quanto in presenza (abituamente negli Emirati Arabi Uniti).

12. I canali in rete utilizzati per promuovere la suindicata attività sono i seguenti:

- canali *social* (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok e LinkedIn), con un seguito complessivo di circa 173 mila followers¹⁷;

⁵ Cfr. *ibidem*.

⁶ Cfr. docc. 29 e 30 - Integrazioni memoria difensiva, pervenute in data rispettivamente 7 e 10 febbraio 2025.

⁷ Cfr. doc. 37 - Integrazione memoria difensiva, pervenuta in data 9 aprile 2025.

⁸ Cfr. doc. 40 - Memoria finale, pervenuta in data 7 maggio 2025.

⁹ Cfr. doc. 31 - Verbale dell'audizione svoltasi in data 16 gennaio 2025.

¹⁰ Cfr. doc. 39 - Comunicazione contestazione addebiti del 17 aprile 2025.

¹¹ Cfr. docc. 41 e 42 - Richiesta parere AGCOM del 9 maggio 2025.

¹² Cfr. doc. 43 - Parere AGCOM, pervenuto in data 28 maggio 2025.

¹³ Cfr. docc. 2, cit., allegati da n. 1 a n. 32); 36 - Verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 1° aprile 2025, allegati da n. 1 a n. 27); 38 - Verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 17 aprile 2025, allegati da n. 1 a n. 18).

¹⁴ Cfr. docc. 19, cit.; 29, cit.; 30, cit.; 37, cit.; 40, cit. e doc. 31, cit..

¹⁵ Società con sede legale in 16192 Coastal Highway, Lewes, Delaware, Stati Uniti d'America 19958 e registrata nel "Delaware Division of Corporations" con il numero 7461327.

¹⁶ Cfr. docc. 19, cit. e 31 cit..

¹⁷ Cfr. doc. 36, cit..

Instagram: <https://www.instagram.com/bigluca.marketing>;

Facebook: <https://www.facebook.com/BigLucaOfficial>;

YouTube: <https://www.youtube.com/@bigluca.marketing>;

TikTok: <https://www.tiktok.com/@biglucamarketing>;

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/bigluca>

- alcuni siti *internet*/piattaforme riconducibili al Professionista quali, a titolo esemplificativo:

www.biglucainternational.com;

www.onlinemarketingpermentecatti.com;

mindset-alpha.com;

<https://scuolaperricchi.com>.

13. Luca De Stefani ha dichiarato di aver pubblicato il primo *post* di natura professionale nel 2016 in lingua inglese su YouTube e che l'account Instagram <https://www.instagram.com/bigluca.marketing>, utilizzato per la promozione dei servizi a marchio "Big Luca", appartiene alla citata Società¹⁸.

14. I clienti del Professionista ammontano a oltre 20.000¹⁹ e il costo dell'offerta formativa, che include oltre 200 corsi *online*, oscilla tra i 300 euro del singolo corso ai 64 mila euro (attualmente scontato a 2.500 euro) del prezzo di acquisto del *bundle* "tutti i corsi"²⁰. Luca De Stefani in una pagina del sito www.biglucainternational.com dichiara di aver percepito guadagni netti superiori ai 10 mln di euro in 5 anni²¹.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

15. Con riferimento ai profili contestati in sede di avvio e sopra riportati, il Professionista sostiene, preliminarmente, la non riconducibilità delle attività svolte dalla Shadow Consulting LLC e da Luca De Stefani alla **categoria degli influencers** per la circostanza che né la società né Luca De Stefani vendono servizi di terzi. La Parte evidenzia, in particolare, che la Shadow Consulting LLC promuove e vende esclusivamente servizi propri; mentre Luca De Stefani costituirebbe il volto della medesima. Inoltre, la non riconducibilità alla categoria degli *influencer* discenderebbe dal fatto che i *followers* di Big Luca non raggiungono la soglia minima di un milione di cui alle linee guida adottate dall'AGCOM. La Parte eccepisce, anche un **difetto di competenza dell'Autorità sia territoriale** (in quanto i servizi forniti dal Professionista in lingua italiana sarebbero, tuttavia, prodotti all'estero e acquistati da un numero significativo di clienti di lingua italiana residenti o domiciliati all'estero), sia **per materia** (in quanto i servizi offerti sarebbero destinati a società, professionisti e imprenditori e non a consumatori).²²

16. Rispetto alla contestazione riguardante l'enfasi posta sui "facili guadagni", il profilo *sub a*, il Professionista sostiene che "*Shadow Consulting LLC non vende prodotti che promettono risultati economici e/o magici strumenti di guadagno online [...]. In nessun luogo Shadow Consulting LLC*

¹⁸ Cfr. docc. 2, cit. e 31, cit.. In particolare, il Professionista ha riferito che nella piattaforma "Scuola per ricchi" sono stati caricati oltre 200 corsi fino a oltre 60 ore di studio per singolo corso (cfr. citato verbale).

¹⁹ Cfr. doc. 2, cit., in particolare allegati n. 7 e n. 10.

²⁰ Cfr. docc. 36 31, cit..

²¹ Cfr. doc. 2, cit., allegato n. 10.

²² Cfr. doc 19 - Memoria difensiva e risposta a richiesta di informazioni, pervenute in data 9 agosto 2024.

ha mai promesso guadagni specifici, né l'ottenimento di particolari risultati senza duro lavoro, fatica, impegno e l'applicazione delle nozioni apprese anche attraverso il percorso formativo offerto.”²³. Luca De Stefani ritiene, in particolare, di utilizzare, nei contenuti pubblicati in rete, *disclaimer*, a suo avviso, idonei a informare gli utenti che la Società non venderebbe metodi per conseguire guadagni automatici o di facile realizzazione. Il Professionista ha evocato la propria disponibilità a modificare o rimuovere alcuni specifici *post*, qualora ritenuti eccessivamente enfatici e fuorvianti dall'Autorità.²⁴

17. Parimenti, con riferimento alla contestazione riguardante il vanto di risultati eccezionali (profilo **sub b**), Luca De Stefani ha evocato la propria disponibilità a modificare alcuni “*claim di primato*” utilizzati nel pubblicizzare la propria attività quali, ad esempio, “*azienda leader del settore*”, “*azienda leader mondiale*”, “*marketing advisor più pagato al mondo*”, “*raggiungere qualsiasi obiettivo monetario*” che verrebbero trasformati, rispettivamente, in “*una delle aziende leader del settore*”, “*una delle aziende leader mondiale*”, “*uno dei marketing advisor più pagati al mondo*”, “*raggiungere il tuo obiettivo monetario*”²⁵.

18. Rispetto alla contestazione del mancato utilizzo delle diciture di advertisement (profilo **sub c**), Luca De Stefani, oltre a ribadire di non poter essere qualificabile come *influencer*, evidenzia di rappresentare semplicemente il volto della propria Società e che “[l]o strumento di promozione e vendita online dei servizi della Shadow Consulting LLC non differisce da quello di qualunque altra società attiva sui medesimi canali”. La Parte sostiene, inoltre, che debba escludersi, in ogni caso, l'ipotesi di un rapporto d'agenzia commerciale ai sensi dell'articolo 1742 del codice civile, stante l'assenza di una retribuzione e di un incarico in tal senso a favore di Luca De Stefani. D'altro canto, il Professionista conferma lo svolgimento di attività promozionale *online* da parte della Shadow Consulting LCC, riferendo che la Società “*promuove i propri servizi esclusivamente online, anche attraverso i principali social network [...] e mediante pubblicità a pagamento rivolte globalmente a imprenditori e professionisti di lingua italiana, così come di lingua inglese, attraverso Meta Advertising e Google Advertising*”. La Parte, con specifico riferimento a Instagram, precisa che “[i] *post, dunque, includono una cosiddetta 'call to action', ossia l'invito, rivolto alla clientela potenziale composta da società, imprenditori e liberi professionisti (e non consumatori) di visionare il contenuto dell'offerta commerciale in ogni suo dettaglio [...]*”²⁶,

19. Riguardo alla completezza delle informazioni rilevanti da fornire ai potenziali clienti (profilo **sub d**), Luca De Stefani rappresenta, in particolare, che i prodotti offerti dalla Società dispongono tutti di una “*sale's page*” che ne chiarirebbe contenuti, obiettivi e costi. Il Professionista precisa che i corsi caricati sul proprio canale di YouTube sono tutti gratuiti con possibilità di accedere a ulteriori contenuti a pagamento dei cui costi l'utente sarebbe, sin da subito, reso edotto²⁷.

20. Con riferimento alle recensioni/testimonianze (profilo **sub e**), il Professionista riferisce di non aver mai pagato nessun soggetto o offerto alcunché in cambio di opinioni positive e specifica che la Società si sarebbe solo recentemente affidata al servizio reso da TrustPilot. In apposita pagina del

²³ Cfr. docc 19, cit. e 31 cit..

²⁴ Cfr. docc. 31, cit. e 29-30, cit., in particolare, allegato n. 6.

²⁵ Cfr. docc. 29-30, cit..

²⁶ Cfr. doc. 19, cit..

²⁷ Cfr. doc. 31, cit..

sito *biglucainternational.com* sono, invece, pubblicate, nella forma, principalmente, di *screenshot*, le centinaia di testimonianze positive trasmesse via *e-mail* o *messenger* o pubblicate su LinkedIn, altre testimonianze provengono direttamente dalla piattaforma alla quale hanno accesso solo i clienti; per ogni testimonianza sono, generalmente, indicati foto e/o video, nome e cognome di chi la rilascia. Il Professionista precisa di non pubblicizzare il “cliente scontento”²⁸.

21. Riguardo ai presunti *fake followers* (profilo *sub f*), la Parte dichiara di non aver effettuato alcun acquisto di *followers* e di seguire la prassi di rimuovere manualmente i *followers* sospetti in quanto, peraltro, dannosi per la c.d. “copertura” del proprio profilo Instagram.²⁹ Il Professionista ha, altresì, utilizzato la funzione di Instagram “*flagged for review*”, della cui esistenza ha appreso solo nel corso dell’audizione con gli Uffici, rimuovendo i 1.223 *followers* indicati da tale strumento³⁰.

22. La Parte rappresenta, inoltre, di non poter comunicare il **fatturato** derivante dall’attività oggetto di istruttoria, in quanto, oltre a trattarsi di dati asseritamente non divulgabili in base alla legge del Delaware - USA in cui risiede la Shadow Consulting LLC, non disporrebbe di qualsivoglia documento ufficiale che possa attestare il valore delle vendite realizzato nell’ultimo anno dalla Società. La Parte si limita, pertanto, a fornire esclusivamente i guadagni totali (e, dunque, non solo riferiti all’Italia) personali di Luca De Stefani derivanti dall’attività della Shadow Consulting LLC negli anni dal 2020 al 2024³¹.

23. Infine, nel corso dell’audizione svoltasi in data 16 gennaio 2025, Luca De Stefani rappresenta: “*da imprenditore conscio di questo problema di mercato ho deciso da due o tre mesi di interrompere le nostre operazioni di formazione, interrompere le vendite della Big Luca International, non vendere più corsi, non vendere più percorsi*”. L’asserita interruzione dell’attività a far data dal 22 ottobre 2024 sarebbe stata preceduta da una decisione in tal senso assunta in data 6 agosto 2024. Il Professionista allega, in relazione a tali dichiarazioni, uno scambio di *e-mail* all’interno dello *staff* della Società e chiarisce che la piattaforma sarebbe rimasta operativa solo per l’erogazione di servizi alla clientela già contrattualizzata³². La Parte sostiene, al riguardo, che “[v]ero, dunque, che non è stato inviato l’allegato delle ‘intenzioni’ (Allegato 1 alla delibera AGCM 5 novembre 2024, n. 31356), ma, di fatto, non si trattava di una disponibilità a fare, bensì di una precisa volontà di smettere prima ancora che l’Autorità glielo imponesse”³³.

²⁸ Cfr. *ibidem*.

²⁹ Cfr. doc. 19, cit...

³⁰ Cfr. docc. 29-30, cit., in particolare, allegato n. 6.

³¹ Luca De Stefani fornisce un certificato rilasciato da un commercialista americano in cui si attesta che “*The Corporation distributed the following amounts in the respective years: 2020: \$ [35.000-200.000] ; 2021: \$ [45.000-270.000]; 2022: \$ [50.000-300.000]; 2023: \$ [50.000-300.000]; 2024: \$ [25.000-150.000]*” (cfr. docc. 29-30, cit., in particolare, allegato n. 7).

³² Cfr. docc. 31, cit. e 29-30, cit..

³³ Cfr. docc. 29-30, cit..

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI³⁴

24. Il Professionista, richiamando integralmente le precedenti memorie e il contenuto dell'audizione svoltasi in data 16 gennaio 2025, precisa quanto di seguito riportato.

Claims enfatici

25. Il Professionista asserisce che affermazioni “*che rimarcano quanto l’offerta Big Luca sia destinata a imprese e imprenditori e che essa non costituisca un metodo di facili guadagni, sicuri, ricorrenti e senza sforzo, sono state effettuate in molteplici occasioni, tanto nei post, quanto in comunicazioni dal vivo, in consulenza e nei corsi stessi*” e precisa che “*il post su Instagram non è il luogo di acquisto, che invece è rappresentato dalla sales page*” e aggiunge che “*in alcuni contesti, le espressioni che sembrano esagerate o assolute, sono viste come ‘claim pubblicitari’ (dichiarazioni pubblicitarie), che rientrano nel linguaggio espressivo e creativo del marketing. In questi casi, tali affermazioni non sono interpretate in senso letterale, ma piuttosto come parte della ‘sublimazione’ o iperbole, che è una tecnica comune per attirare l’attenzione e suscitare emozioni nei potenziali clienti e aziende in target*”.

Disclaimer e indicazioni di advertising

26. Il Professionista asserisce che “[...] *un’immagine o un breve video non può contenere in maniera esaustiva tutte le informazioni elencate dall’Autorità. Instagram non è il luogo di acquisto del servizio. Tuttavia, tutte le informazioni sono ampiamente disponibili in parte già nei post e soprattutto nelle sales pages a essi connesse, che riportano integralmente prezzi, condizioni di acquisto, privacy e cookie policies, indicazione dei dati completi del venditore (Shadow Consulting LLC). [...] il potenziale cliente deve recarsi sulla sales page del servizio, dove sono presenti tutti gli elementi che gli consentono una scelta consapevole, e deve dichiarare l’espressa presa visione dei termini e condizioni, che esplicitamente descrivono le modalità del rimborso*”. Il Professionista aggiunge che “[a]nche la considerazione relativa al fatto che il dott. De Stefani potrebbe creare confusione nei consumatori perché percepito come testimonial a titolo personale e non professionale è fuorviante: il marchio Big Luca riporta anche il volto stilizzato proprio di Luca De Stefani, che è ampiamente riconosciuto dal pubblico di riferimento come il volto della propria azienda”.

Endorsements, recensioni e fake followers

27. Il Professionista ritiene che gli *endorsements* siano “*ampiamente verificati e verificabili*” richiamando un allegato alla memoria³⁵ in cui sono riportati alcuni screen della pagina “Testimonianze” del sito *internet BigLucaInternational* e viene spiegata “*la relazione tra l’entità (persona fisica e/o attività) che ci fornisce una testimonianza spontanea e la nostra azienda*”.

28. Quanto alle recensioni, il Professionista asserisce che “*esistono recensioni fornite sui canali Big Luca, così come recensioni su piattaforme terze e pubbliche (su tutte, TrustPilot), fuori dal controllo di Shadow Consulting LLC. È bizzarro che un’impresa sia tenuta a mostrare sui propri canali anche le recensioni negative, che invece compaiono (pur in forma quasi sempre delatoria e non oggettiva, come spiegato in più sedi) sulle piattaforme pubbliche. Le recensioni sui canali Big Luca sono state*

³⁴ Cfr. doc. 40, cit..

³⁵ Cfr. doc 19, cit., allegato n. 4.

rilasciate da clienti della Shadow Consulting LLC, ergo esse sono pienamente verificate e verificabili e sovente corredate da video rilasciati dai clienti stessi. In alcuni casi, alcune recensioni sono state anonimizzate per espressa richiesta del cliente, in ottemperanza alla normativa sulla protezione dei dati personali. È tuttavia possibile risalire ai clienti che le hanno rese e dunque anch'esse sono verificate e verificabili".

29. Riguardo ai *fake followers* il Professionista ribadisce che “[m]ai nessuna azione di acquisizione di *fake followers* è stata posta in essere [...] sono comunque state prese tempestivamente tutte le misure necessarie per far fronte a questo aspetto e [...] i collaboratori di Big Luca hanno sempre effettuato ‘pulizia’ in maniera ricorrente, proprio allo scopo di minimizzare l’impatto negativo che risulterebbe comunque negativo per il Professionista”.

Durata delle pratiche

30. Il Professionista ritiene che le attività contestate siano cessate alla data indicata in audizione e nelle successive integrazioni informative in quanto “[i] messaggi apparsi nei giorni 27-31 marzo 2025 non rappresentano una prosecuzione dell’attività, ma, al contrario, solo la conferma di un ‘fuori tutto’ limitato a una singola proposta, a dimostrazione della cessazione”.

VI. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

31. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, in data 9 maggio 2025 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo. 27, comma 6, del Cdc.

32. Con comunicazione pervenuta in data 28 maggio 2025, l’AGCOM ha espresso il proprio parere ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Cdc e ha, in particolare, ritenuto che, nel caso di specie, il Professionista “è un personaggio pubblico di successo, popolare nei social network, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico” e che, inoltre, “il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app/social utilizzati dal Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate”. L’AGCOM rilevando, quindi, che “la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dal Professionista tramite Internet”, ha ritenuto che “Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità”.

VII. VALUTAZIONI

33. Le condotte poste in essere dal Professionista in presunta violazione del Codice del consumo appaiono integrare due distinte pratiche commerciali, di cui la prima pratica (**pratica A**) (profili **sub a, b, c, d**) consiste nel promuovere enfaticamente, nei canali sopra indicati, guadagni facili, ricorrenti, sicuri e con un limitato impegno richiesto da parte dell’utente sulla falsariga del modello asseritamente vincente che lo stesso Luca De Stefani incarnerebbe, anche ricorrendo ad affermazioni di primato ed *endorsements* - questi ultimi da parte, ad esempio, di *brands*, testate giornalistiche, reti e programmi televisivi - non immediatamente verificabili. Inoltre, nelle proprie comunicazioni

commerciali, il Professionista ometterebbe o non evidenzerebbe adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, elementi rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore (quali il costo del bene e/o servizio, l'identificazione e/o il recapito del Professionista), omettendo altresì di inserire indicazioni circa la natura promozionale dei contenuti. La seconda pratica (**pratica B**) (profili **sub e, f**) consiste nel vantare, nel contesto delle medesime comunicazioni commerciali, una popolarità falsata dalla presenza di *followers* non autentici sul profilo Instagram utilizzato da Luca De Stefani, nonché di testimonianze e recensioni esclusivamente positive e non immediatamente verificabili.

34. In particolare, in base alle risultanze istruttorie acquisite, si ritiene che sia possibile confermare e ulteriormente precisare le contestazioni delineate nella comunicazione di avvio.

Pratica A

35. Con specifico riferimento a quanto sostenuto, preliminarmente, dalla Parte in corso di istruttoria rispetto alla definizione di influencer, si osserva che, la definizione *influencer* che in tale sede rileva è unicamente quella finalizzata a qualificare chi svolge “marketing di influenza” come “Professionista” ai sensi della Direttiva 2005/29 e, quindi, dell’articolo 18 del Cdc. In particolare, in base agli orientamenti interpretativi della Commissione europea in materia di pratiche commerciali scorrette³⁶, il termine “influencer” identifica “una persona fisica o un’entità virtuale che ha un pubblico più vasto della media in una piattaforma pertinente”; la qualifica di professionista compete, a prescindere dalle dimensioni del loro seguito, alle “persone che svolgono frequentemente attività promozionali rivolte ai consumatori sui loro account di media sociali”; agli *influencer* che raccomandano propri prodotti o la propria attività si applicano le medesime norme previste per coloro che pubblicizzano beni e servizi di terzi. Rispetto al possibile difetto di competenza di questa Autorità si conferma la legittimazione dell’Autorità a intervenire nel caso in esame, in quanto: *i*) oggetto del procedimento è un’attività commerciale svolta in lingua italiana e quindi diretta agli utenti italiani; *ii*) l’attività svolta dal Professionista è diretta a tutti gli utenti della rete e non solo alle imprese e, peraltro, anche le microimprese rientrano nel campo di applicazione della disciplina delle pratiche scorrette contenuta nel Codice del consumo.

36. Nel merito dei profili contestati in sede di avvio istruttorio, con riferimento all’enfasi posta sulla garanzia di guadagni facili e sicuri (profilo **sub a**), gli esempi di *disclaimer* forniti dal Professionista per dimostrare di aver informato gli utenti dell’inesistenza di una tale garanzia appaiono inadeguati, con riferimento sia al loro contenuto che al contesto comunicazionale complessivo in cui sono inseriti, oltre che utilizzati sporadicamente. L’inadeguatezza dei *disclaimer*, in particolare, emerge rispetto alla notevole visibilità, per posizionamento e tenore letterale, di cui, per contro, godono i numerosi *claim* che enfatizzano la ‘facilità’ dei guadagni e l’“infallibilità” del metodo per diventare ricchi (cfr. figure nn. 1 e 2).

³⁶ Cfr. “Comunicazione della Commissione - Orientamenti sull’interpretazione e sull’applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno” (2021/C 526/01), pagg. 97-99.

Figura n. 1

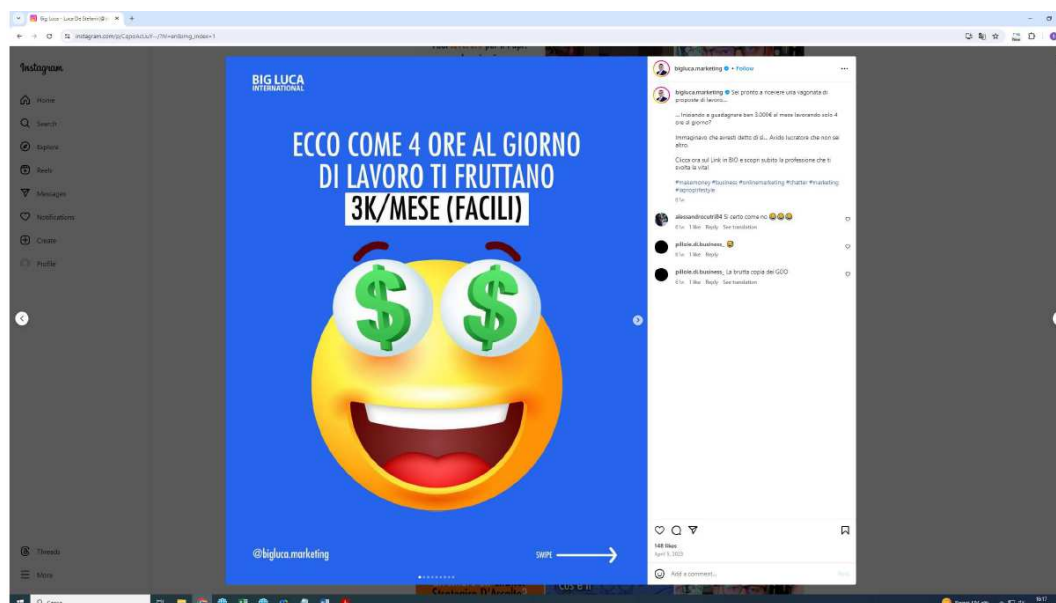
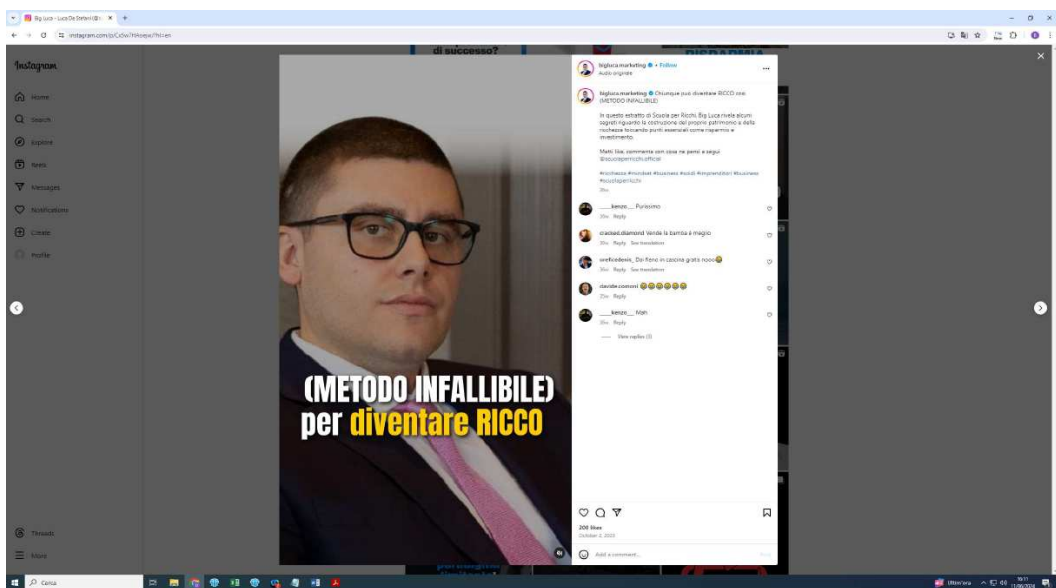


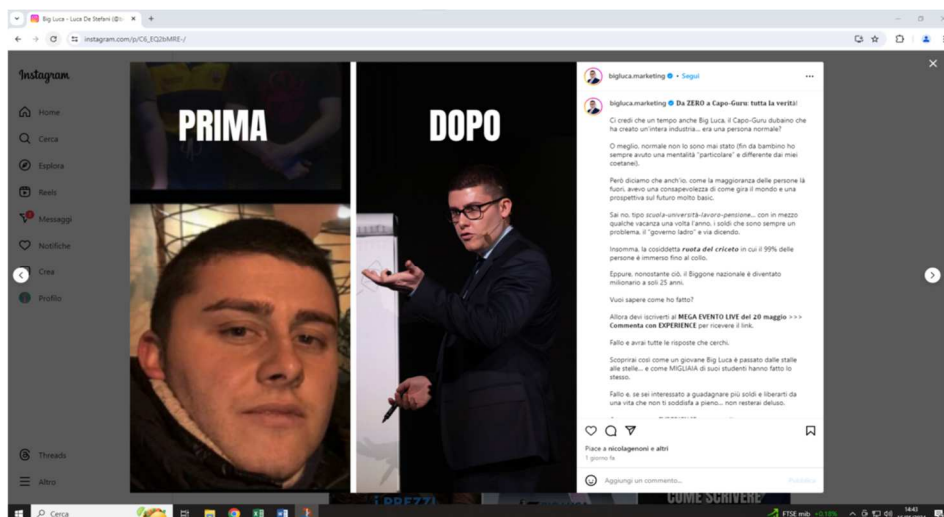
Figura n. 2



A comprova dell'inadeguatezza dei *disclaimer* utilizzati si riporta, a titolo esemplificativo, una comunicazione promozionale del Professionista caratterizzata, in fase di primo aggancio, da indicazioni - quali "il prima e il dopo", "da zero a capo-Guru", "milionario a soli 25 anni", "fallo e

avrà tutte le risposte che cerchi”, “dalle stalle alle stelle” - che chiaramente enfatizzano la facilità e certezza di conseguire guadagni (cfr. figura n. 3)³⁷.

Figura n. 3



bigluca.marketing • Da ZERO a Capo-Guru: tutta la verità!

Ci credi che un tempo anche Big Luca, il Capo-Guru dubaino che ha creato un'intera industria... era una persona normale?

O meglio, normale non lo sono mai stato (fin da bambino ho sempre avuto una mentalità "particolare" e differente dai miei coetanei).

Però diciamo che anch'io, come la maggioranza delle persone là fuori, avevo una consapevolezza di come gira il mondo e una prospettiva sul futuro molto basic.

Sai no, tipo *scuola-università-lavoro-pensione*... con in mezzo qualche vacanza una volta l'anno, i soldi che sono sempre un problema, il "governo ladro" e via dicendo.

Insomma, la cosiddetta *ruota del criceto* in cui il 99% delle persone è immerso fino al collo.

Eppure, nonostante ciò, il Biggone nazionale è diventato milionario a soli 25 anni.

Vuoi sapere come ho fatto?

Allora devi iscriverti al **MEGA EVENTO LIVE del 20 maggio** >>>
Commenta con EXPERIENCE per ricevere il link.

Fallo e avrai tutte le risposte che cerchi.

Scoprirai così come un giovane Big Luca è passato dalle stalle alle stelle... e come MIGLIAIA di suoi studenti hanno fatto lo stesso.

Fallo e, se sei interessato a guadagnare più soldi e liberarti da una vita che non ti soddisfa a pieno... non resterai deluso.

³⁷ Cfr. docc. 29-30, cit., allegato n.6.

Il Professionista, solo in un momento successivo - più precisamente nel corso del *webinar* gratuito³⁸ “MEGA EVENTO LIVE” accessibile dal *link* fornito nella stessa comunicazione di cui sopra - indica ai potenziali clienti che “*questo evento non è per chi vuole soldi facili con due click del mouse, chi cerca i guadagni automatici, chi è alla ricerca del trucco per fare soldi*” (cfr. figura n. 4).

Figura n. 4



Le specificazioni riportate nella figura n. 4 “*Questo evento non è per [...]*”, su cui si fonda la difesa del Professionista, risultano, in primo luogo, di assai minore rilievo e impatto rispetto ai *claim* contenuti nella pagina promozionale iniziale riportata in figura n. 3, anche perché visibili solo in un momento successivo al primo aggancio del potenziale cliente. Inoltre, l’uso ricorrente e diffuso di *claim* che garantiscono facili e certi guadagni milionari, con il significato e l’evidenza grafica degli esempi riportati nelle figure nn. 1 e 2, rende, in ogni caso, del tutto inefficace un tale *disclaimer* laddove presente³⁹.

37. Con riferimento al vanto di risultati professionali eccezionali così come dei numerosi *endorsements*⁴⁰ - da parte di *brands*, testate giornalistiche, reti e programmi televisivi - esibiti da Luca De Stefani nelle proprie comunicazioni commerciali *online* (profilo *sub b*), si osserva che quest’ultimo, in corso di istruttoria, ha modificato alcuni dei *claim* di primato con affermazioni del tipo “*una delle aziende leader del settore*”, “*una delle aziende leader mondiali*”, “*uno dei marketing advisor più pagati al mondo*”⁴¹. Tali affermazioni così come i citati *endorsements* restano, tuttavia, non immediatamente verificabili.

³⁸ Lo stesso Professionista specifica che il *webinar* gratuito si conclude con l’invito ad acquistare un percorso formativo pagamento (cfr. docc. 29-30, cit.).

³⁹ Cfr. docc. 2, cit., allegato n. 9; 36 cit. e 38, cit..

⁴⁰ Cfr. docc. 38, cit., allegati nn. 3 e 4; 2 cit., allegato n. 11.

⁴¹ Cfr. docc. 29-30 cit. e. 38, cit., allegati nn. 5 e 6.

38. Rispetto all'assenza di indicazioni di *advertisement* (profilo *sub c*), le risultanze istruttorie confermano la natura pubblicitaria delle comunicazioni in rete oggetto di contestazione in sede di avvio e l'assenza di un'adeguata informativa al consumatore in tal senso⁴². Ciò rileva, in particolare, se si considera la commistione che Luca de Stefani opera tra *post* (foto e video) di tipo in apparenza meramente personale e contenuti *online* relativi ai corsi offerti a pagamento, di talché i consumatori potrebbero supporre che il contenuto sia presentato come una raccomandazione personale invece che commerciale.

39. Riguardo alla completezza delle informazioni rilevanti da fornire ai potenziali clienti (profilo *sub d*), la presenza di una "*sale's page*" del prodotto venduto non appare di per sé sufficiente a informare adeguatamente gli utenti sulle caratteristiche rilevanti dell'offerta (*in primis* i prezzi dei corsi di formazione). L'esistenza di una tale pagina informativa non risulta, infatti, immediatamente percepibile dai *post* (foto e video) che, anche indirettamente, promuovono l'attività formativa della Società, circostanza, questa, ancor più lesiva per l'utente nei casi in cui l'attività promozionale faccia leva sull'offerta di prodotti (ad esempio, *webinar* o singoli eventi) gratuiti in fase di primo aggancio della clientela, a cui fa seguito un percorso a pagamento. In particolare, alcuni *post* indicano di cliccare sul "*link in BIO*" per accedere al quale occorre scrollare le pagine fino a quella iniziale, senza che venga, peraltro, specificato fin da subito che trattasi del rinvio a un tariffario⁴³. Inoltre, in rete, non appare chiaro il soggetto giuridico che eroga i servizi pubblicizzati ingenerando confusione a tale riguardo⁴⁴.

Pratica B

40. Rispetto alle testimonianze e recensioni (profilo *sub e*), lo stesso Professionista ha ammesso di pubblicare solo le recensioni positive, ma tale scelta non è resa nota all'utente. Data l'importanza delle recensioni per le decisioni di acquisto dei consumatori appare necessario che questi siano resi edotti della parzialità o meno dei giudizi pubblicati *online*⁴⁵. Una parte di tali recensioni e testimonianze appaiono, peraltro, non attendibili in quanto provenienti da fonti non verificabili, nella misura in cui risultano da un mero "copia e incolla" del contenuto di presunti messaggi ricevuti da presunti clienti (cfr. figure nn. 5 e 6)⁴⁶.

⁴² Cfr. docc. 38, cit.; 36, cit. e 2, cit..

⁴³ Cfr. docc. 38, cit., allegati nn. 1, 1a, 1b); 36, cit. e 2, cit..

⁴⁴ In particolare l'attività svolta non appare immediatamente riconducibile alla società Shadow Consulting bensì piuttosto a BigLuca e alla Big Luca International (che in realtà è solo l'indirizzo del sito *internet* della società).

⁴⁵ Cfr. "Comunicazione della Commissione — Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno", cit., pag. 94 dove si afferma che: "[...] le informazioni devono riguardare non solo le misure specifiche per verificare che le recensioni provengano da consumatori che hanno effettivamente acquistato o utilizzato il prodotto, **ma anche l'elaborazione delle recensioni più in generale**. Per esempio occorre indicare se sono pubblicate tutte le recensioni, come sono ottenute, come sono calcolati i punteggi medi delle recensioni e se questi sono influenzati da recensioni sponsorizzate o da rapporti contrattuali con i professionisti ospitati sulla piattaforma".

⁴⁶ Cfr. doc. 36, cit., allegati nn. 9e, 24, 25, 26 e 27.

Figura n. 5



Figura n. 6



41. Riguardo ai *fake followers* (profilo *sub f*) si può ritenere che il Professionista abbia dimostrato di aver opportunamente applicato, a far data dal 16 gennaio 2025, lo strumento “*flagged for review*” reso disponibile da Instagram per la verifica ed eliminazione dei *followers* non autentici⁴⁷. Si osserva, in particolare, che, rispetto ai dati rilevati in sede di avvio, i *followers* dell’account Instagram del Professionista “bigluca.marketing” sono diminuiti da circa 48.000 a 45.300 e la percentuale di *fake followers* risultante da Collabstr è diminuita dal 39% al 37%⁴⁸.

42. Infine, rispetto alla **durata**, entrambe le pratiche hanno avuto inizio almeno a partire da **aprile 2020**⁴⁹ e risultano ancora **in essere**⁵⁰. Con riferimento alla durata, rileva, in particolare, che - nonostante la Parte abbia dichiarato la cessazione, a far data dal 22 ottobre 2024, di ogni sua attività - i *post* (foto e video) promozionali contenenti i profili contestati continuano a essere visibili in rete, anche in posizione preminente⁵¹ (cfr. figura n. 7), contestualmente all’attività di promozione e

⁴⁷ Cfr. doc. 29-30, cit., in particolare, allegato n. 6.

⁴⁸ Cfr. doc. 36, cit..

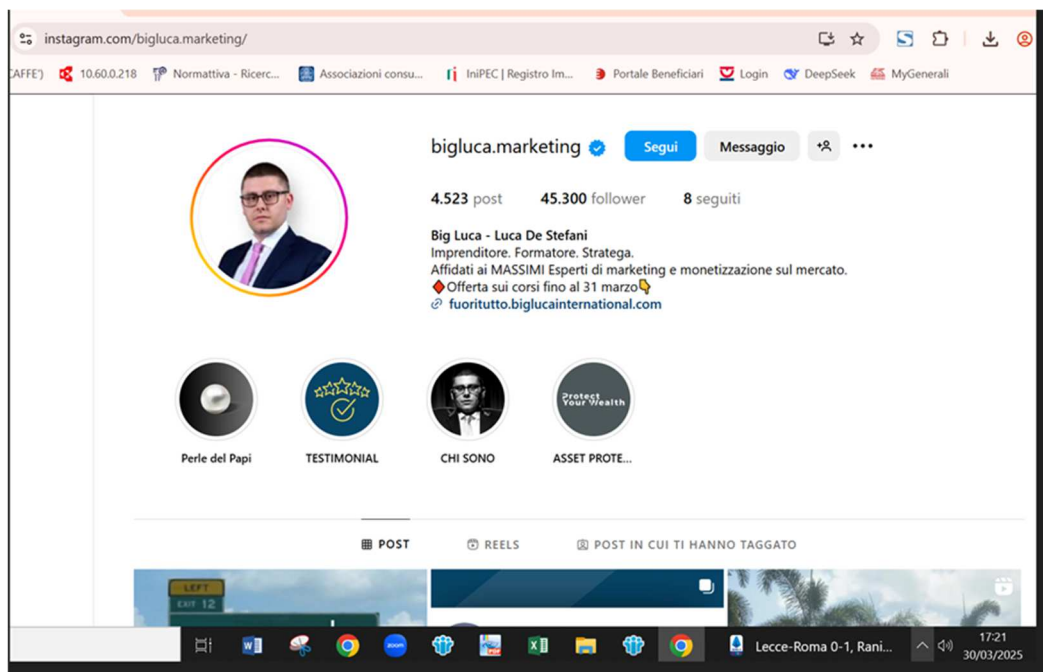
⁴⁹ Cfr. docc. 2, cit.; 36 cit. e doc. 38 cit..

⁵⁰ Cfr. docc. 36, cit. e 38, cit.. La pratica B) risulta ancora in essere, atteso che le testimonianze e recensioni non verificabili sono ancora visibili nei siti e nelle piattaforme oggetto di istruttoria. La sola condotta di cui al profilo *sub f*) relativo ai *fake followers* può ritenersi cessata in data 16 gennaio 2025, quando il Professionista ha provveduto a rimuovere i *followers* indicati come sospetti da Instagram (cfr. docc. 29-30, cit., allegato n. 6).

⁵¹ Cfr. doc. 38, cit..

vendita di corsi e consulenze che sta continuando, nei canali *social* e siti *internet* riconducibili al Professionista, tramite campagne di "svendita" dei prodotti⁵² (cfr. figura n. 8) e la possibilità, per i potenziali clienti interessati ai corsi del Professionista, di prenotare una consulenza sul sito biglucainternational.com⁵³ (cfr. figura n. 9).

Figura n. 7



⁵² Si considerino, al riguardo, le numerose offerte di corsi *online* promosse nell'ambito delle campagne pubblicitarie - diffuse tramite il canale Instagram *bigluca.marketing* – denominate 'fuoritutto' (valida fino al 31 marzo 2025) e "Black Friday" del 24 novembre 2024 (cfr. doc. 36, cit.).

⁵³ Cfr. doc. 36, cit., allegato n. 16.

Figura n. 8

The screenshot shows a web browser window with the URL fuoritutto.biglucainternational.com/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAabrXPFqYBpfOkfKJgvmplOtu2Yf4SvDd6EC1YxOld-Q3w.... The browser's address bar and tabs are visible at the top. The main content is a dark-themed promotional banner for a course. The banner features a video player on the left showing a man in a suit, with the text '3.0 ONLINE MARKETING PER MENTEGATTI' and 'TUTTO CIÒ CHE SERVE, DALLA A ALLA Z'. To the right, the text 'BUNDLE MARKETING' is prominently displayed. Below this, it says '65 corsi completi, oltre 841 ore a soli...'. At the bottom, two buttons are visible: 'VOGLIO IL CORSO SINGOLO' and 'VOGLIO TUTTO IL BUNDLE'. The prices '297€' and '1400€' are also shown. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 17:31 on 30/03/2025.

Figura n. 9

The screenshot shows the contact page of Big Luca International, with the URL biglucainternational.com/contatti/ in the browser's address bar. The page has a clean, white background. At the top, there is a navigation bar with the Big Luca International logo and links for 'Big Luca Int.', 'Chi Siamo', 'Testimonianze', and 'Contatti'. The main heading is 'Vuoi entrare in contatto con noi?'. Below this, a subheading reads 'Compila il breve form qui sotto e scrivi un messaggio riguardo a ciò di cui hai bisogno. Ti risponderemo nel più breve tempo possibile.' The central part of the page features a white box with the text 'Parla con un consulente' and 'Sei interessato ai corsi o ai servizi della Big Luca International?'. To the right of this text is a contact form with fields for 'Nome', 'Cognome', 'Email', 'Contatto ufficio', and 'Messaggio'. Below the form is a checkbox for 'HO PRESO VISIONE DELLA PRIVACY POLICY RELATIVA AL TRATTAMENTO DEI DATI' and a 'INVIA' button. The footer of the page contains the Big Luca International logo, social media icons, and contact information. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 00:29 on 01/04/2025.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

43. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Cdc, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

44. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Cdc: 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.

45. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, per ciascuna pratica, dei parametri di seguito indicati:

pratica A)

i) della dimensione economica del Professionista, che, tuttavia, non ha presentato il fatturato della Shadow Consulting LLC ma si è limitato a dichiarare di aver percepito da tale società, tra il 2020 e il 2024, un guadagno annuale oscillante tra i [25.000-150.000] e i [50.000-300.000] dollari. Inoltre, dalle informazioni acquisite in corso di istruttoria risulta che i clienti del professionista ammontano a oltre 20.000 e il costo dell'offerta formativa, che include oltre 200 corsi *online*, oscilla tra i 300 euro del singolo corso ai 64 mila euro del prezzo di acquisto del *bundle* "tutti i corsi". Luca De Stefani, inoltre, in una pagina del sito www.biglucainternational.com dichiara di aver percepito guadagni netti superiori ai 10 mln di euro in cinque anni;

ii) della natura della violazione, connotata da offensività, in ragione della molteplicità dei profili contestati e dei contenuti particolarmente decettivi dei messaggi diffusi;

iii) della pervasività del mezzo utilizzato e conseguentemente della diffusione delle condotte, le quali sono state veicolate in rete tramite numerosi canali *social* e siti *internet* che consentono di raggiungere un'ampissima platea di utenti.

pratica B)

i) della dimensione economica del Professionista nei termini suindicati con riferimento alla pratica A);

ii) della natura della violazione, connotata da offensività, in ragione dell'importanza delle recensioni e, più in generale, degli apprezzamenti espressi in rete per le decisioni di acquisto dei consumatori;

iii) della pervasività del mezzo utilizzato e conseguentemente della diffusione delle condotte nei termini suindicati con riferimento alla pratica A);

iv) della circostanza che il Professionista ha dimostrato di aver utilizzato, a far data dal 16 gennaio 2025, lo strumento "*flagged for review*" reso disponibile da Instagram per la verifica ed eliminazione dei *followers* non autentici.

46. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le due pratiche commerciali sono state poste in essere dal Professionista almeno a partire da aprile 2020 e non risultano cessate.

47. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Luca De Stefani nella misura pari a 60.000 € (sessantamila euro) così suddivisa: 40.000 € (quarantamila euro) pratica A; 20.000 € (ventimila euro) pratica B.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che: la pratica commerciale A) (profili *sub* a, b, c, d), in quanto suscettibile di configurare fattispecie di omissioni e azioni ingannevoli, risulti scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo; la pratica commerciale B) (profili *sub* e, f), consistente nel vantare, nel contesto delle medesime comunicazioni commerciali di cui alla pratica A), una popolarità falsata dalla presenza di testimonianze e recensioni esclusivamente positive e non immediatamente verificabili nonché di *followers* in parte non autentici, risulti scorretta ai sensi degli articoli 20, e 23, comma 1, lettere *bb-ter* e *bb-quater*, del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che le pratiche commerciali A e B descritte al punto II del presente provvedimento, poste in essere da Luca De Stefani, costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, due pratiche commerciali scorrette, rispettivamente, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo (pratica A) e degli articoli 20, e 23, comma 1, lettere *bb-ter* e *bb-quater*, del Codice del consumo (pratica B), e ne vieta la diffusione o continuazione.

b) di irrogare al Luca De Stefani, in relazione alla pratica di cui al punto II, lett. A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 40.000 € (quarantamila euro); in relazione alla pratica di cui al punto II, lett. B), una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 € (ventimila 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 alla lettera 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.

In caso di pagamento da parte di un soggetto avente sede legale estera la sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT17H0100003245BE00000002RO. Per i pagamenti in valuta diversa dall'euro e in euro in paesi non aderenti all'area SEPA, la disposizione di pagamento dovrà contenere tutte le informazioni necessarie ai fini della corretta finalizzazione del pagamento, inclusi la divisa di pagamento, l'identificativo del conto e l'identificazione della banca del beneficiario (la banca del beneficiario può essere identificata con un codice BIC oppure con la rispettiva denominazione e indirizzo), nonché l'indicazione della banca o delle banche intermediarie laddove necessarie per la finalizzazione del pagamento.

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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, 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'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12816 - ALESSANDRO BERTON-GUADAGNI FACILI*Provvedimento n. 31574*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 maggio 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

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

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, "Nuovo Regolamento");

VISTA la comunicazione del 10 luglio 2024, con la quale è stato avviato il procedimento PS12816 nei confronti del professionista Alessandro Berton;

VISTE le proprie decisioni del 28 gennaio 2025 e del 31 marzo 2025, con le quali, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Nuovo Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento e di completare gli adempimenti istruttori, garantendo il pieno contraddittorio nonché in ragione della sussistenza di particolari esigenze istruttorie;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 23 settembre 2024, con la quale il professionista Alessandro Berton ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nelle date 23 dicembre 2024, 12 e 24 marzo 2025, trasmettendo in quest'ultima data la versione definitiva e consolidata;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Alessandro Berton, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo ([*omissis*]*). Il Professionista risulta operare come divulgatore di metodi per guadagnare mediante il caricamento di video - realizzati con l'utilizzo dell'intelligenza artificiale - sulla piattaforma YouTube; egli inoltre promuove corsi di formazione ed eventi mediante il sito web "bertonalessandro.com".

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

II. LE PRATICHE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne le condotte del Professionista consistenti nel pubblicare mediante un canale YouTube, creato e gestito personalmente, e mediante l'account Instagram "alessandroberton", in maniera reiterata foto e/o video in cui pubblicizza e offre a pagamento un metodo per conseguire significativi risultati economici.

3. Tali condotte riguardano, specificamente:

- a) la promessa della realizzazione di elevati guadagni facili e sicuri, conseguibili a patto di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite. Ad esempio, il Professionista propone l'iscrizione a corsi ed eventi volti all'apprendimento di un metodo per realizzare video da caricare su YouTube in grado di generare un "*guadagno automatico mensile online*", senza la necessità di acquistare e rivendere prodotti. In particolare, in alcune dirette video il Professionista afferma che il "metodo" proposto consente di "*generare uno stipendio extra tutti i mesi SEMPLICEMENTE CARICANDO DEI VIDEO SU YOUTUBE*", senza la necessità di produrre personalmente i video, prospettando così alla propria *audience* - attraverso ripetute espressioni enfatiche e senza concrete dimostrazioni del metodo promosso - la certezza di un facile e ingente guadagno idoneo a garantire un'entrata fissa e stabile senza disporre di particolari competenze;
- b) il vanto di risultati professionali e personali eccezionali non verificabili;
- c) l'omessa utilizzazione della dicitura di *advertisement*, che renda edotto il consumatore circa la natura pubblicitaria di tali contenuti;
- d) l'omissione o inadeguata evidenziazione, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, di elementi, quale, ad esempio, il costo, l'identificazione e/o il recapito del Professionista, rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore. In particolare, risulta che durante una specifica diretta YouTube, il Professionista ha rivelato l'onerosità del servizio prestato solo a seguito di una richiesta esplicita di un *follower*;
- e) il vanto, nella piattaforma di Instagram, di una popolarità basata su un numero di *follower* pari - nella prima metà del 2024 - a circa 26.800 per l'account "@alessandroberton", di cui, in base ai parametri di calcolo utilizzati da siti specializzati (www.inbeat.co), circa il 75% è risultato essere composto da *fake follower*, ossia da profili Instagram di *follower* non autentici.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. In relazione alle condotte descritte, in data 10 luglio 2024, è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS12816, per la possibile violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23, comma 1, lettera bb-*quater* del Codice del consumo.

Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione delle pratiche commerciali in esame, è stata formulata una richiesta di informazioni, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento.

5. Il Professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 9 agosto 2024 e ha risposto alla richiesta di informazioni in data 9 settembre 2024.

6. In data 23 settembre 2024, Alessandro Berton ha presentato una proposta di impegni, integrata in data 23 dicembre 2024, 12 e 24 marzo 2025, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento.

7. Il Professionista è stato sentito in audizione dagli uffici dell'Autorità in data 29 novembre 2024.

8. In data 27 marzo 2025, è stata comunicata al Professionista la chiusura della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento.

III.2. Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

9. Nella risposta alla richiesta di informazioni¹, nonché nel corso dell'audizione del 29 novembre 2024 dinanzi agli Uffici, il Professionista ha fornito alcuni elementi utili a comprendere le caratteristiche dell'attività svolta dallo stesso, nonché a integrare gli impegni proposti.

10. L'attività svolta dal Professionista consiste nella promozione e vendita di servizi di formazione e consulenza, volti a fornire agli utenti interessati - attraverso un gruppo di lavoro composto da esperti del settore della produzione di video digitali - informazioni utili ad avviare un'attività remunerativa di creatore di contenuti sulla piattaforma YouTube, utilizzando l'Intelligenza Artificiale (di seguito anche "IA").

11. Di conseguenza, secondo il Professionista, contrariamente a quanto ipotizzato nella comunicazione di avvio del procedimento, egli non potrebbe essere ricondotto nella categoria dei cosiddetti *influencer*, così come individuata dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, nelle proprie "Linee-guida" in materia², secondo cui per *"influencer si intendono quei soggetti che svolgono un'attività analoga o comunque assimilabile a quella dei fornitori di servizi di media audiovisivi sotto la giurisdizione nazionale [...]"*, in quanto, lungi dallo svolgere attività assimilabile a quella dei fornitori di servizi media audiovisivi, si "limita" a offrire i servizi di formazione sopra descritti.

12. Inoltre, il Professionista, pur ribadendo che né lui stesso né il suo gruppo di lavoro hanno mai utilizzato il profilo Instagram "@alessandroberton" quale strumento di promozione dei servizi offerti su YouTube oggetto del presente procedimento, in quanto si tratterebbe di un profilo di carattere personale e, come tale, non più accessibile al pubblico già dal settembre 2024. In ogni caso, il Professionista, pur non avendo mai ricevuto comunicazioni/avvisi da Instagram riguardo al presunto utilizzo di *fake follower*, né acquistato *fake follower*, utilizzando l'apposita funzione fornita da Instagram, ha riferito di aver provveduto già nel corso del procedimento a eliminare 385 *follower* considerati dalla stessa rete sociale quale "*spam*" o "*sospetti*".

13. Con nota pervenuta in data 23 settembre 2024, il Professionista ha presentato una prima proposta di impegni. Con successiva nota, pervenuta in data 23 dicembre 2024, Alessandro Berton ha presentato una versione consolidata degli impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento, trasmettendone la versione non confidenziale in data 24 marzo 2025.

¹ Cfr. nota pervenuta il 9 settembre 2024, prot. 83575.

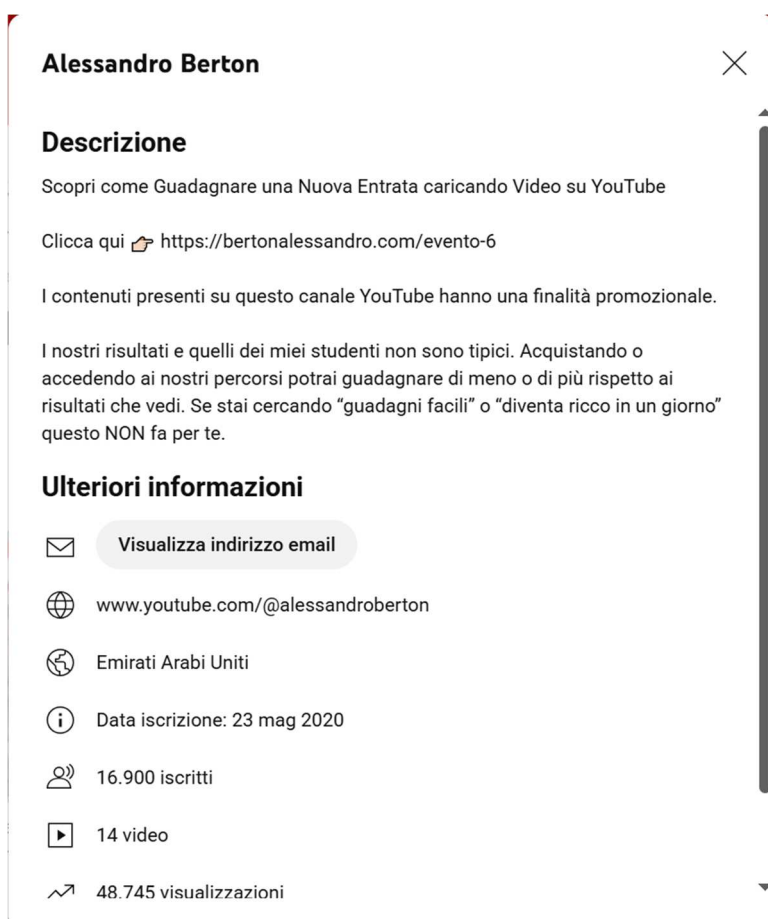
² Cfr. allegato A della delibera AGCom n. 7/24/CONS del 10 gennaio 2024, recante "*Linee-guida volte a garantire il rispetto delle disposizioni del testo unico da parte degli influencer e istituzione di un apposito tavolo tecnico*".

Impegno I - Miglioramento della comunicazione e implementazione delle informazioni in merito ai guadagni derivanti dal caricamento dei video su YouTube

14. A partire dal mese di dicembre 2024, il Professionista ha provveduto a integrare il contenuto delle dirette e degli eventi gratuiti con degli interventi volti a spiegare agli utenti i criteri di guadagno e di monetizzazione dei video previsti da YouTube. Sempre a partire dal dicembre 2024, è stata inoltre rimossa ogni enfasi, nonché riferimento, all'automaticità del guadagno derivante dal caricamento dei video su YouTube.

15. In particolare, come riportato nella descrizione presente sulla pagina principale del canale YouTube del Professionista (Figura 1, seguente), sono stati inseriti i seguenti messaggi: *“I contenuti presenti su questo canale YouTube hanno una finalità promozionale”*; *“I nostri risultati e quelli dei miei studenti non sono tipici. Acquistando o accedendo ai nostri percorsi potrai guadagnare di meno o di più rispetto ai risultati che vedi. Se stai cercando “guadagni facili” o “diventa ricco in un giorno” questo NON fa per te”*.

Figura 1 – Descrizione inserita nella pagina iniziale del canale www.youtube.com/@alessandroberton



16. Il Professionista ha integrato la descrizione di tutti i video presenti su YouTube dando enfasi alla non automaticità dei guadagni derivanti dal caricamento di video sulla medesima piattaforma. Il Professionista ha già attuato tale impegno e lo manterrà fintantoché svolgerà l'attività oggetto del procedimento.

Impegno II - Miglioramento della comunicazione in merito ai guadagni ottenuti dal Professionista e dal suo gruppo di lavoro

17. A partire dal mese di dicembre 2024, ogni qualvolta il Professionista farà riferimento ai risultati ottenuti da lui stesso e dal suo gruppo di lavoro, si impegna a integrare la relativa comunicazione, con modalità e forme adeguate, volte a spiegare agli utenti che tali risultati non derivano dalla mera attività di caricamento di video su YouTube, bensì sono legati al raggiungimento di determinati livelli di visualizzazioni e di interazioni sulla piattaforma.

Il Professionista ha già attuato tale impegno e lo manterrà fintantoché svolgerà l'attività oggetto del procedimento.

Impegno III - Inserimento di disclaimer pubblicitari

18. A partire dal mese di dicembre 2024, il Professionista presenta ogni diretta o evento gratuito evidenziando, con modalità e forme adeguate (ad esempio, con l'inserimento di una scritta/immagine in sovrimpressione, un cosiddetto *super*), anche la loro natura promozionale, rappresentando agli utenti che lo scopo di tali incontri gratuiti è quello di fornire alcune nozioni sull'attività di caricamento di video su YouTube volti a trarre un eventuale profitto, nonché promuovere uno specifico corso a pagamento e i relativi servizi di consulenza.

Il Professionista ha già attuato tale impegno e lo manterrà fintantoché svolgerà l'attività oggetto del procedimento.

Impegno IV - Integrazione delle comunicazioni concernenti il costo dei servizi e i recapiti del professionista

19. Il Professionista si impegna a rendere maggiormente visibili i propri recapiti già presenti nella descrizione testuale sottostante le dirette e gli eventi su YouTube, oltre a comunicarli nel corso degli incontri in diretta. Inoltre, il prezzo dei Servizi (ad esempio, del corso e delle consulenze, indicando i prezzi finali ai consumatori, ovvero includendo anche l'IVA, se dovuta) verrà indicato, oltre che durante le dirette, anche nelle condizioni generali di contratto visibili in calce nella pagina di registrazione agli eventi e nella descrizione dei video caricati su YouTube. Infine, il Professionista ha integrato le suddette condizioni generali di contratto, impegnandosi, tra le altre cose, a:

- i)* definire con maggiore chiarezza i servizi offerti, specificandone le caratteristiche, i limiti e le aspettative realistiche dei risultati;
- ii)* esplicitare ancor più i costi nel corso delle consulenze (eventuali), i termini di pagamento e le modalità di fatturazione;
- iii)* descrivere le procedure di assistenza, indicando i contatti del servizio clienti, già rappresentati durante le dirette e gli eventi;
- iv)* individuare con maggiore chiarezza le condizioni di recesso per entrambe le parti, specificando eventuali penali o condizioni per l'interruzione dei Servizi.

Il Professionista ha già attuato tale impegno e lo manterrà fintantoché svolgerà l'attività oggetto del procedimento.

Impegno V - Verifica dei c.d. fake follower sul profilo Instagram del Professionista e la loro eventuale rimozione

20. Il Professionista verificherà periodicamente l'autenticità dei *follower* del suo profilo Instagram, anche chiedendo il necessario supporto alla predetta piattaforma e provvederà alla rimozione di eventuali *fake follower*.

Sulla base della prima verifica effettuata nel corso del procedimento, il Professionista ha già individuato 385 *follower* considerati "sospetti".

Il Professionista riporterà all'Autorità i primi risultati di tale attività entro sessanta giorni dall'eventuale accettazione della proposta di Impegni, e darà corso a tale verifica fintantoché svolgerà l'attività oggetto del procedimento.

Impegno VI - Rifacimento del sito internet www.bertonalessandro.com

21. Il Professionista si impegna a riorganizzare l'attuale sito *web* in cui gli utenti possono registrarsi agli eventi organizzati dallo stesso, fornendo una struttura chiara e facilmente navigabile per i consumatori. In particolare, il Professionista si impegna a:

- i) inserire un'apposita sezione con la descrizione dettagliata dell'attività svolta, dei servizi offerti e delle modalità di erogazione;
- ii) inserire un'apposita sezione sui prezzi dei corsi e dei servizi di consulenza aggiuntiva (indicandoli come prezzi finali ai consumatori, ovvero includendo anche l'IVA, se dovuta);
- iii) dare maggiore evidenza ai termini e condizioni generali di contratto.

Il Professionista attuerà tale Impegno entro centoventi giorni dall'eventuale accettazione della proposta di Impegni, e lo manterrà fintantoché svolgerà l'attività oggetto del procedimento.

Impegno VII - Adozione di strumenti di compliance in materia di tutela del consumatore

22. Il Professionista si impegna ad adottare strumenti interni alla sua organizzazione volti ad assicurare la conformità dell'attività commerciale in questione alla disciplina in materia consumeristica. A tal fine, il Professionista si impegna a:

- i) istituire un *team* interno dedicato alla *compliance* consumeristica, incaricato di monitorare le comunicazioni commerciali e assicurarsi che tutte le attività promozionali siano conformi alla normativa sulla tutela del consumatore;
- ii) introdurre un processo di revisione preventiva per tutti i contenuti commerciali, inclusi video, *post* sulle reti sociali e materiali promozionali che, ove necessario, preveda il coinvolgimento di consulenti legali esterni.

Il Professionista attuerà tale Impegno entro centoventi giorni dall'eventuale accettazione della proposta di Impegni, e lo manterrà fintantoché svolgerà l'attività oggetto del procedimento.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

23. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo internet, in data 18 aprile 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

24. Con comunicazione pervenuta in data 20 maggio 2025, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo. L'Autorità, in particolare, ha considerato che, nel caso di specie, il Professionista "*è un personaggio pubblico di successo,*

popolare nei social network, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico” e che, inoltre, “il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app/social utilizzati dal Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate”. Sulla base di tali considerazioni, l’Autorità ha, pertanto, rilevato che “la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dal Professionista tramite Internet” e ha ritenuto che “Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità”.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

25. Preliminarmente, con specifico riferimento a quanto sostenuto, dalla Parte in corso di istruttoria rispetto alla definizione di *influencer*, si osserva che la definizione che in tale sede rileva è unicamente quella finalizzata a qualificare chi svolge “marketing di influenza” come “Professionista ai sensi della Direttiva 2005/29/CE e, quindi, dell’articolo 18 del Codice del consumo. In particolare, in base agli orientamenti interpretativi della Commissione europea in materia di pratiche scorrette³, con il termine “influencer” si identifica “una persona fisica o un’entità virtuale che ha un pubblico più vasto della media in una piattaforma pertinente”; la qualifica di professionista compete, a prescindere dalle dimensioni del loro seguito, alle “persone che svolgono frequentemente attività promozionali rivolte ai consumatori sui loro account di media sociali”; agli *influencer* che raccomandano propri prodotti o la propria attività si applicano le medesime norme previste per coloro che pubblicizzano beni e servizi di terzi. Pertanto, alla luce di tale definizione, Alessandro Berton può essere qualificato come *influencer*, ai sensi del Codice del consumo.

26. Tanto premesso, l’Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità delle pratiche commerciali contestate nella comunicazione di avvio del 10 luglio 2024, considerato che tengono conto di tutte le contestazioni oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e appaiono risolutivi delle relative problematiche.

27. Con riferimento alle comunicazioni e alle informazioni fornite ai consumatori (Impegno I), appare rilevante la circostanza che il Professionista abbia già provveduto a integrare il contenuto delle dirette e degli eventi gratuiti, specificando che “il guadagno derivante dal caricamento dei video su YouTube non è automatico, bensì eventuale e subordinato al raggiungimento di determinate visualizzazioni e interazioni”; in particolare, già negli annunci e nelle dirette tenute dal Professionista a partire dal mese di dicembre 2024 (Impegno II), viene esplicitato che per ottenere una “monetizzazione” dei video, è in primo luogo necessario raggiungere una dimensione minima del proprio canale YouTube, corrispondente a 1.000 iscritti e 4.000 ore di visualizzazione.

28. Peraltro, il Professionista ha già provveduto a eliminare la gran parte delle affermazioni enfatiche relative alla facilità e agli automatismi di guadagno quali, ad esempio, “guadagno automatico mensile online”, “generare uno stipendio extra tutti i mesi **SEMPLICEMENTE**

³ Cfr. Comunicazione della Commissione europea “Orientamenti sull’interpretazione e sull’applicazione della direttiva 2005/29/CE (2021/C 526/01), pagg. 97-99.

CARICANDO DEI VIDEO SU YOUTUBE”, impegnandosi a non utilizzare neanche in futuro affermazioni dal medesimo tenore, eliminando in tal modo l’impressione di facilità e immediatezza dei guadagni conseguibili sulla piattaforma YouTube.

Inoltre, è stata rimossa l’enfasi e il riferimento all’automaticità del guadagno derivante dal caricamento dei video su YouTube, anche attraverso l’inserimento in sovrimpressione nei video promozionali e nella descrizione degli stessi video presenti su YouTube, del *disclaimer* “*Se cerchi guadagni facili questa diretta non fa per te*”. Il Professionista ha inserito, anche attraverso pannelli in sovrimpressione, il riferimento alla natura promozionale delle presentazioni (Impegno III).

29. Il costo dei summenzionati servizi di formazione e consulenza è stato inserito sia come testo in sovraimpressione durante le dirette promozionali, sia nella versione delle condizioni di vendita, allegata alla comunicazione del 23 dicembre 2024 (Impegno IV). Tali Condizioni, pertanto, adesso specificano maggiormente i costi del corso e delle consulenze, i termini di pagamento e le modalità di fatturazione, le procedure di assistenza, le condizioni di recesso per entrambe le parti, le penali o condizioni per l’interruzione dei servizi, e riportano i recapiti del Professionista (posta elettronica e numero di cellulare).

30. Infine, la complessiva riorganizzazione del sito con l’inserimento di un’apposita sezione con la descrizione dettagliata dell’attività svolta, dei servizi offerti, delle modalità di erogazione, nonché dei costi (indicando il prezzo inclusivo dell’IVA, se dovuta), e l’adozione di strumenti di *compliance* all’interno della propria organizzazione, che saranno completati entro centoventi giorni dall’accettazione degli impegni da parte dell’Autorità (Impegni VI e VII), contribuiranno a offrire un’informativa più idonea e in linea con la disciplina consumeristica, atta a rendere il consumatore edotto circa le effettive caratteristiche dei corsi e delle consulenze offerti dal Professionista e dal suo gruppo di lavoro.

31. Alla luce delle predette considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dal professionista Alessandro Berton, nei termini esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l’obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti del professionista Alessandro Berton;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l’infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento, nei confronti del professionista Alessandro Berton gli impegni dallo stesso presentati nella loro versione definitiva in data 24 marzo 2025 come descritti nella dichiarazione allegata, che costituisce parte integrante del provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l’infrazione, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento;

c) che il professionista Alessandro Berton, informi l'Autorità, entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera dell'avvenuta attuazione dell'Impegno V, ed entro centoventi giorni dell'avvenuta attuazione degli Impegni VI e VII.

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Nuovo Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il professionista non dia attuazione agli impegni assunti;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto a uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12817 - HAMZA MOURAI-GUADAGNI FACILI*Provvedimento n. 31575*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 maggio 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, "Nuovo Regolamento");

VISTA la comunicazione del 10 luglio 2024, con la quale è stato avviato il procedimento PS12817 nei confronti del Professionista Hamza Mourai;

VISTE le proprie decisioni del 26 novembre 2024, 28 gennaio 2025 e del 31 marzo 2025, con le quali, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Nuovo Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti e gli impegni presentati ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento e di completare gli adempimenti istruttori, garantendo il pieno contraddittorio nonché in ragione della sussistenza di particolari esigenze istruttorie;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 16 agosto 2024, con la quale il professionista Hamza Mourai ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nella versione definitiva e consolidata in data 5 febbraio 2025, ai sensi del medesimo articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Hamza MOURAI (codice fiscale [omissis]*), in qualità di Professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo (. Il Professionista risulta operare nel settore del *trading online* e come divulgatore di metodi per guadagnare mediante il sito web <https://hunterscryptohub.com/>, nonché tramite l'utilizzo di canali *social*.

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

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne le condotte del Professionista consistenti nel pubblicare, in modo reiterato, tramite la piattaforma Instagram, foto e video in cui pubblicizza ed offre indicazioni e/o metodi per conseguire significativi risultati economici:

- a) promuovendo la realizzazione di elevati guadagni facili e sicuri, asseritamente conseguibili investendo in determinate criptovalute, a patto di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite (ad esempio, contattare direttamente il Professionista, iscriversi e partecipare a determinati gruppi/*community*, seguire determinate raccomandazioni su come e dove investire, con quali strumenti e su quali piattaforme *online*, alle quali, pure, l'utente è invitato a iscriversi);
- b) senza utilizzare alcuna dicitura di *advertisement* che renda edotto il consumatore circa la natura pubblicitaria di tali contenuti;
- c) omettendo o non evidenziando adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati e/o offerti, elementi (quali, ad esempio, il costo del bene e/o servizio, l'identità e/o il recapito del professionista) rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. *L'iter del procedimento*

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 10 luglio 2024, è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS/12817, volto a verificare la possibile violazione degli articoli 20, 21, 22 del Codice del consumo.

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione delle pratiche commerciali in esame, è stata formulata una richiesta di informazioni, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento.

5. Il Professionista, in data 16 agosto 2024, ha trasmesso una memoria difensiva e la risposta alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento.

6. Alla medesima data del 16 agosto 2024, il Professionista ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, integrata in data 5 febbraio 2025, ai sensi del medesimo articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento.

7. Il Professionista è stato sentito in audizione dagli uffici dell'Autorità in data 3 dicembre 2024.

8. In data 1° aprile 2025, è stata comunicata al Professionista la chiusura della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento.

9. In data 18 aprile 2025, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo che è pervenuto il successivo 20 maggio 2025.

III.2. Gli elementi acquisiti¹

10. Il Professionista, nel corso dell'istruttoria, ha fornito elementi utili a chiarire le condotte oggetto del presente procedimento. Il Professionista riferisce di aver iniziato l'attività di *content creation* nel gennaio 2022, con l'obiettivo di costruire una *community* di appassionati di criptovalute e tecnologia Web 3, nonché fornire agli utenti strumenti di analisi gratuiti. Egli sottolinea di non aver mai pubblicizzato e/o venduto corsi di formazione o consulenze di alcun tipo e precisa di aver pubblicato in rete contenuti informativi in materia di criptovalute, *trading online* e tecnologia Web 3 utilizzando frasi quali, ad esempio, “*i ricchi non vogliono che tu conosca questo sito*” con la mera finalità di attirare l'attenzione del pubblico su video divulgativi (e non professionali) di breve durata, da lui stesso postati in rete. Il Professionista ha spiegato di aver, in particolare, utilizzato i canali *social* nel tentativo di aumentare il numero di visualizzazioni dei contenuti pubblicati su YouTube e, da queste, ottenere un effettivo ritorno economico (c.d. 'monetizzazione'). Il Professionista ha precisato di aver utilizzato Instagram e TikTok, dove vengono postati contenuti identici, e YouTube per pubblicare contenuti di analisi e commento più lunghi, sempre attraverso lo stesso nickname 'hunterscryptohub'.

11. Il Professionista ha dichiarato di aver utilizzato i c.d. *links di referral* a piattaforme di *trading online* (ad esempio, BingX e BitGet) ricavandone alcune commissioni.

12. Nel corso dell'istruttoria, il Professionista ha, altresì, dichiarato di aver interrotto, temporaneamente, dalla data di avvio del procedimento istruttorio (luglio 2024), la pubblicazione di qualsiasi contenuto in rete.

III.3. Gli impegni del Professionista

13. Il Professionista, con comunicazione del 16 agosto 2024, ha dichiarato il proprio impegno a cancellare i contenuti contestati, modificare il proprio sito *web*; proseguire la propria attività solo sul canale YouTube, chiarendo nei propri video che non si tratta di contenuti sponsorizzati.

14. Con successiva comunicazione del 5 febbraio 2025, il Professionista ha integrato la precedente proposta, impegnandosi ad attuare le misure di seguito descritte, entro trenta giorni dalla comunicazione del relativo accoglimento da parte dell'Autorità.

Impegno I - Rimozione contenuti

Impegno I, a)

Il Professionista si impegna a rimuovere definitivamente da tutte le piattaforme *social* utilizzate (Instagram, TikTok, YouTube) le espressioni che enfatizzano guadagni facili o privi di rischi.

Impegno I, b)

Il Professionista si impegna a rimuovere definitivamente da tutte le piattaforme *social* utilizzate (Instagram, TikTok, YouTube) le informazioni potenzialmente ambigue o non chiare relative agli investimenti finanziari.

¹ Cfr. docc. 6 (memoria difensiva e risposta a richiesta di informazioni, prot. 79011/2024) e 11 (verbale dell'audizione svoltesi in data 3 dicembre 2024, p. 6749/2025).

Impegno II - Verifica contenuti

Il Professionista si impegna a verificare i contenuti ancora disponibili *online* per assicurare il rispetto della normativa vigente.

Impegno III - Disclaimer

Impegno III, a)

Il Professionista si impegna a inserire in ogni video o *post* promozionale un *disclaimer* ben visibile che specifichi chiaramente la natura promozionale del contenuto (ad esempio, “*Contenuto sponsorizzato*”).

Impegno III, b)

Il Professionista si impegna a inserire in ogni video o *post* promozionale un *disclaimer* ben visibile che specifichi chiaramente i rischi legati agli investimenti finanziari.

Impegno IV - Trasparenza rapporti economici

Il Professionista si impegna a garantire la trasparenza riguardo ai rapporti economici che intercorrono con le piattaforme di *trading online*. Egli si impegna, in particolare, a dichiarare esplicitamente i ricavi generati tramite *referral links* inserendo un *disclaimer* visibile in ogni contenuto sponsorizzato.

Impegno V - Codice di condotta

Il Professionista si impegna ad adottare un codice di condotta per la creazione e pubblicazione di contenuti che promuova una comunicazione corretta e trasparente.

Impegno VI – Espressioni enfatiche

Il Professionista si impegna a non utilizzare in futuro espressioni enfatiche che possano ingenerare confusione nel consumatore.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

15. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, è stato richiesto, in data 18 aprile 2025, il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

16. Con comunicazione pervenuta in data 20 maggio 2025, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere, e ritenendo che, nel caso di specie, il Professionista “*è un personaggio pubblico di successo, popolare nei social network, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico*” e che, inoltre, “*il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app/social utilizzati dal Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate*”. L'Autorità rilevando, quindi, che “*la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dal Professionista tramite Internet*”, ha concluso che “*Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità*”.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

17. L'Autorità ritiene che gli impegni presentati dal Professionista siano, complessivamente considerati, idonei a sanare i profili di possibile scorrettezza individuati con la comunicazione di avvio del procedimento, brevemente riassumibili in *a)* enfasi sui guadagni 'facili e sicuri'; *b)* assenza delle indicazioni di *advertisement*; *c)* mancata o non adeguata evidenziazione di elementi rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore.

18. Infatti, le misure proposte prevedono, da un lato, la completa rimozione dei contenuti pubblicati *online* oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio e l'impegno a non utilizzare più espressioni enfatiche con effetto confusorio per l'utente, dall'altro, l'impegno a utilizzare specifici *disclaimer* idonei ad evidenziare l'eventuale natura promozionale dei contenuti pubblicati in rete, i rischi connessi agli investimenti finanziari nonché il rapporto economico intercorrente con le piattaforme di *trading online*. Tali misure saranno rafforzate dall'adozione, da parte del Professionista, di un apposito codice di condotta in tema di trasparenza dei contenuti pubblicati *online*.

19. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dal professionista Hamza Mourai, nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti del professionista Hamza Mourai;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera *a)*, del Nuovo Regolamento, nei confronti del Professionista Hamza Mourai gli impegni dallo stesso presentati nella loro versione definitiva in data 5 febbraio 2025, come descritti nella dichiarazione allegata, che costituisce parte integrante del provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera *a)*, del Nuovo Regolamento;

c) che il Professionista Hamza Mourai, entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Nuovo Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a)* il Professionista non dia attuazione agli impegni assunti;
- b)* si modifichi la situazione di fatto rispetto a uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c)* la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12818 - MICHELE LEKA-GUADAGNI FACILI*Provvedimento n. 31576*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 maggio 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, "Regolamento"), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*" (di seguito, "Nuovo Regolamento"), adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356;

VISTA la comunicazione del 10 luglio 2024, con la quale è stato comunicato a Michele Leka l'avvio del procedimento istruttorio PS12818 per possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo;

VISTE le proprie decisioni del 27 novembre 2024, del 29 gennaio 2025 e del 1° aprile 2025 con le quali, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Nuovo Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento e di completare gli adempimenti istruttori, garantendo il pieno contraddittorio, nonché in ragione della sussistenza di particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Michele Leka (di seguito anche "Professionista", codice fiscale: *[omissis]*^{*}), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo. Il Professionista risulta operare nel settore del *trading online* e come divulgatore di metodi per guadagnare mediante il caricamento di video su piattaforme *social*.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento riguarda la pubblicazione in modo reiterato, da parte del Professionista sulla piattaforma *social* TikTok, di foto e/o video volti a pubblicizzare e/o offrire indicazioni e/o metodi asseritamente infallibili e di facile attuazione per conseguire significativi risultati economici.

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

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. *L'iter del procedimento*

3. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo¹, in data 10 luglio 2024 è stato comunicato a Michele Leka l'avvio del procedimento istruttorio PS12818 volto a verificare la sussistenza delle condotte sopra descritte in possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo².
4. In data 6 agosto 2024, il Professionista ha trasmesso una memoria difensiva e ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento³.
5. In data 23 gennaio 2025, Michele Leka è stato sentito in audizione⁴. Nel corso dell'audizione è stata formulata a Michele Leka una richiesta di informazioni, riscontrata in data 17 febbraio 2025⁵.
6. Il Professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 31 gennaio 2025⁶.
7. In data 28 marzo 2025, è stata comunicata alla Parte la contestazione degli addebiti ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento⁷.
8. In data 7 aprile 2025, Michele Leka ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo, volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di contestazione.
9. Nell'adunanza del 15 aprile 2025, l'Autorità ha esaminato gli impegni presentati dal Professionista e ne ha deliberato il rigetto, tenuto conto dei principi di efficienza ed economicità dell'azione amministrativa cui l'istituto degli impegni è improntato⁸.
10. In data 18 aprile 2025, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Nuovo Regolamento⁹ che è pervenuto il successivo 20 maggio 2025¹⁰.

III.2. *Gli elementi acquisiti*

11. Dalle informazioni agli atti e, in particolare, dai documenti acquisiti nell'ambito del procedimento¹¹, è emerso che Michele Leka, a far data almeno dal 28 novembre 2021, ha pubblicato in modo reiterato sulla piattaforma di TikTok, tramite il proprio *account* "mchleka", foto e video in cui offre indicazioni e metodi per conseguire significativi risultati economici:

- a) promuovendo la realizzazione di elevati guadagni facili e sicuri, asseritamente conseguibili investendo in determinate criptovalute, a patto di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite

¹ Cfr. doc. 1 (acquisizione agli atti del 25 giugno 2024).

² Cfr. doc. 2 (avvio procedimento del 10 luglio 2024).

³ Cfr. doc. 5 (arrivo informazioni varie dell'8 agosto 2024).

⁴ Cfr. doc. 12 (trasmissione verbale del 3 febbraio 2025).

⁵ Cfr. doc. 13 (arrivo informazioni richieste del 17 febbraio 2025).

⁶ Cfr. doc. 11 (comunicazione esito istanza di accesso agli atti del 31 gennaio 2025).

⁷ Cfr. doc. 14 (comunicazione di contestazione degli addebiti del 28 marzo 2025).

⁸ Cfr. doc. 17 (comunicazione rigetto impegni del 16 aprile 2025).

⁹ Cfr. docc. 18 e 19 (richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni del 18 aprile 2025).

¹⁰ Cfr. doc. 20 (arrivo parere dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni del 20 maggio 2025).

¹¹ Cfr. doc. 1, cit..

(ad esempio, contattare direttamente il Professionista, iscriversi e partecipare a determinati gruppi/*community*, seguire determinati raccomandazioni su come e dove investire, con quali strumenti e su quali piattaforme *online*, alle quali, pure, l'utente è invitato a iscriversi);

b) senza utilizzare alcuna dicitura di *advertisement* che renda edotto il consumatore circa la natura pubblicitaria di tali contenuti;

c) omettendo o non evidenziando adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati e/o offerti, elementi (quale, ad esempio, il costo del bene e/o servizio, l'identificazione e/o il recapito del professionista) rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore.

12. Dalle informazioni fornite dal Professionista, è emerso che Michele Leka ha chiuso il proprio profilo "mchleka" sulla piattaforma TikTok in data 23 gennaio 2025¹².

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

13. Nella propria memoria¹³ il Professionista afferma, innanzitutto, di non aver mai tratto alcun guadagno degno di nota dall'attività oggetto di istruttoria. Più in particolare, asserisce che l'apertura del proprio profilo sulla piattaforma TikTok "*non ha mai avuto la finalità di promuovere investimenti e/o l'utilizzo, da parte degli altri utenti, di particolari siti e piattaforme dedicate all'acquisto di cryptovalute*", bensì avrebbe solamente finalità divulgative in merito ad argomenti affrontati da egli stesso durante la propria formazione universitaria. Michele Leka afferma, inoltre, che spesso faceva uso nei propri *post* di "*titoli «accattivanti»*" al solo scopo di generare un maggior numero di visualizzazioni sul proprio profilo e, dunque, aumentare la propria visibilità sui *social*. In particolare, egli dichiara di non aver ricevuto alcun tipo di compenso dalle aziende citate nei propri *post*, di non avere "*mai ricevuto richieste di contatti da parte di aziende interessate ad essere pubblicizzate sul suo profilo Tik Tok*" e che l'unico introito percepito in relazione al suo *account* su TikTok è relativo alla monetizzazione di un video motivazionale privo di contenuti riguardanti investimenti economico-finanziari. Il Professionista sottolinea, peraltro, di non essersi mai definito un *influencer*.

14. In secondo luogo, il Professionista evidenzia che "*è la stessa piattaforma TikTok a presentare regole molto stringenti per la pubblicazione di contenuti brandizzati*" e che, pertanto, "*l'eventuale condivisione di una sponsorizzazione fittizia, avrebbe avuto l'inevitabile conseguenza della cancellazione dei video promossi sul profilo @mchleka per «SPAM» o, addirittura, la chiusura stessa del profilo*" ¹⁴.

15. Nelle medesime memorie, Michele Leka sottolinea, inoltre, che "*l'attività di pubblicazione a contenuto finanziario/economico sul profilo TikTok del Leka, è terminata nell'estate 2022*" e che "*la successiva comparsa, sulla piattaforma TikTok, dei video a contenuto economico/finanziario in precedenza condivisi dal Leka [...], in un periodo successivo a quello indicato, è riconducibile esclusivamente alla funzione «repost» offerta da TikTok e agli algoritmi seguiti da utenti terzi*" ¹⁵. Michele Leka afferma, infatti, che, successivamente all'estate del 2022, egli avrebbe "*prediletto esclusivamente la condivisione dei video motivazionali*", dai quali dipenderebbero "*almeno il 95%*

¹² Cfr. doc. . 13, cit..

¹³ Cfr. doc. 5, cit..

¹⁴ Cfr. *ibidem*.

¹⁵ Cfr. *ibidem*.

degli attuali followers”, e che ormai “*sono mesi che [...] non pubblica contenuti di sorta sul suo profilo TikTok*”¹⁶.

16. Le sopraesposte osservazioni sono state, inoltre, ribadite dal Professionista nel corso dell’audizione del 23 gennaio 2025¹⁷, nonché nelle informazioni fornite in riscontro alle domande poste nell’ambito di tale audizione¹⁸. In particolare, nel corso dell’audizione del 23 gennaio 2025, Michele Leka ha dichiarato che la sua attività sui canali *social* aveva come esclusivo obiettivo quello di effettuare divulgazione e generare, in tal modo, un *Personal Brand* con un seguito di utenti interessati al mondo finanziario. A tale riguardo, Michele Leka ha rappresentato che i video pubblicati con riferimento al mondo finanziario ed agli investimenti in criptovalute non avrebbero generato un seguito significativo (non oltre i 1.000 *followers* su TikTok). Al contrario, un sensibile incremento di *followers* sarebbe stato raggiunto da Michele Leka solo dopo la pubblicazione di video motivazionali, i quali gli avrebbero permesso di percepire in una sola occasione una somma assolutamente irrisoria (inferiore ai 100 euro), in ragione della monetizzazione di uno specifico video di tale tipologia pubblicato da Leka su TikTok.

Il Professionista non ha presentato al Collegio controdeduzioni ai sensi dell’articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento.

V. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

17. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, in data 18 aprile 2025¹⁹ è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

18. Con comunicazione pervenuta in data 20 maggio 2025²⁰, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo. L’Autorità, in particolare ha considerato che, nel caso di specie, il Professionista “*è un personaggio pubblico di successo, popolare nei social network, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico*” e che, inoltre, “*il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app/social utilizzati dal Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate*”. Sulla base di tali considerazioni, l’Autorità ha, pertanto, rilevato che “*la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dal Professionista tramite Internet*” e ha ritenuto che “*Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità*”.

¹⁶ Cfr. *ibidem*.

¹⁷ Cfr. doc. 12, cit..

¹⁸ Cfr. doc. 13, cit..

¹⁹ Cfr. docc. 18 e 19. Cit..

²⁰ Cfr. doc. 20, cit..

VI. VALUTAZIONI

19. Il procedimento in esame concerne l'illiceità della condotta sopra descritta, posta in essere dal Professionista, in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo.

20. A tale riguardo, si ritiene di confermare le contestazioni relative alle condotte consistenti nel promuovere enfaticamente, tramite la pubblicazione di foto e video sulla piattaforma TikTok, guadagni ottenibili attraverso l'investimento in criptovalute, senza anche fare riferimento ai relativi rischi connessi, prospettando, a fronte di tale investimento, entrate monetarie facili e sicure per l'utente, senza peraltro fornire elementi rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore (quali, ad esempio, l'identificazione e/o il recapito del professionista).

21. Con riferimento a quanto sostenuto dal Professionista nella propria memoria, l'asserita circostanza secondo la quale i video e le immagini pubblicate da Michele Leka sulla piattaforma TikTok avrebbero solamente finalità divulgative, si osserva che l'attività svolta da Michele Leka deve essere qualificata come attività professionale, in ragione del fatto che, per sua stessa ammissione, tale attività era svolta al fine di incrementare il proprio seguito sui *social*, così da poter ottenere una più ampia base di utenti e creare un proprio "*Personal Brand*". Pertanto, anche considerato che le piattaforme *social*, inclusa TikTok, prevedono la possibilità di ottenere introiti in base alle visualizzazioni e al numero di *followers*, si ritiene che Michele Leka possa essere qualificato alla stregua di professionista, ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, in ragione del fatto che i *post* oggetto di istruttoria, in quanto dichiaratamente volti all'incremento del numero di *followers* e altresì funzionali ad accedere ai meccanismi di monetizzazione previsti dalle piattaforme stesse, costituiscono *post* diffusi nell'ambito di un'attività commerciale e/o professionale. A tale riguardo, risulta peraltro rilevante evidenziare che, in base agli orientamenti interpretativi della Commissione europea in materia di pratiche commerciali scorrette²¹, con il termine "*influencer*" si identifica "*una persona fisica o un'entità virtuale che ha un pubblico più vasto della media in una piattaforma pertinente*"; la qualifica di professionista compete, a prescindere dalle dimensioni del loro seguito, alle "*persone che svolgono frequentemente attività promozionali rivolte ai consumatori sui loro account di media sociali*"; agli *influencer* che raccomandano propri prodotti o la propria attività si applicano le medesime norme previste per coloro che pubblicizzano beni e servizi di terzi.

22. Appare, inoltre, influente quanto sostenuto da Michele Leka in ordine al fatto che egli avrebbe percepito degli introiti tramite i meccanismi di monetizzazione previsti da TikTok esclusivamente per contenuti di tipo motivazionale (diversi da quelli volti a promuovere guadagni facili e sicuri), in quanto anche i *post* e i video relativi a indicazioni in ambito di investimento forniscono accesso a tali meccanismi di monetizzazione.

23. Non si ritiene, altresì, accoglibile l'argomento per cui la permanenza di propri video sarebbe imputabile a TikTok che avrebbe omesso di cancellare i video pubblicati da Michele Leka e di sospendere il suo *account*. Infatti, la circostanza che tale piattaforma vieti la pubblicazione di contenuti fuorvianti o falsi²², non può esimere il soggetto che diffonde contenuti siffatti dalle responsabilità che ne conseguono ai sensi e per gli effetti di cui al Codice del consumo.

²¹ Cfr. Comunicazione della Commissione europea "*Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE*" (2021/C 526/01), pagg. 97-99.

²² Cfr. il *link* <https://www.tiktok.com/safety/it-it/harmful-misinformation-guide>.

24. Per tali ragioni, le condotte poste in essere dal professionista integrano una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo, idonea a indurre in errore i consumatori rispetto alla natura pubblicitaria dei contenuti diffusi su TikTok e ai risultati economici conseguibili seguendo le indicazioni ivi prospettate, nonché in ragione delle omissioni rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore che caratterizzano tali *post*, quali il costo del bene e/o servizio, l'identificazione e/o il recapito del Professionista.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. 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 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

26. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, 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.

27. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nel caso in esame: *i)* della dimensione economica del Professionista, che rappresenta di avere percepito, nell'anno 2024 compensi inferiori ai 100 euro derivante dalla monetizzazione di un unico video pubblicato su TikTok; *ii)* della natura della violazione, connotata da offensività, in ragione dei contenuti particolarmente decettivi dei messaggi diffusi; *iii)* della diffusione della condotta, la quale è stata posta in essere mediante la diffusione di messaggi su una piattaforma che consente di raggiungere un'ampia platea di destinatari.

28. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal Professionista almeno a partire dal 28 novembre 2021²³ ed è cessata a seguito dell'avvio del presente procedimento con la chiusura del proprio profilo "mchleka" sulla piattaforma TikTok in data 23 gennaio 2025²⁴.

29. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Michele Leka nella misura pari al minimo edittale di 5.000 (cinquemila) euro.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame, consistente nel promuovere enfaticamente, tramite la piattaforma TikTok, di guadagni mediante l'investimento in criptovalute, senza anche fare riferimento ai relativi rischi connessi, prospettando, a fonte di tale investimento, entrate monetarie facili e sicure per l'utente, omettendo o non evidenziando adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, elementi rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore (quali il costo del bene e/o servizio, l'identificazione e/o il recapito del professionista), omettendo, altresì, di inserire indicazioni circa la natura promozionale dei contenuti

²³ Cfr. doc. 1, cit.

²⁴ Cfr. doc. 13, cit..

pubblicati sulla piattaforma TikTok, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Michele Leka, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo, e ne vieta la reiterazione;

b) di irrogare a Michele Leka una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila 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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, 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'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo,

ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12826 - DAVIDE CAIAZZO-GUADAGNI FACILI*Provvedimento n. 31577*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 maggio 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, "Nuovo Regolamento");

VISTA la comunicazione del 10 luglio 2024, con la quale è stato avviato il procedimento PS12826 nei confronti del Professionista Davide Caiazzo;

VISTE le proprie decisioni del 26 novembre 2024, 28 gennaio 2025 e del 31 marzo 2025, con le quali, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Nuovo Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti e gli impegni presentati ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento e di completare gli adempimenti istruttori, garantendo il pieno contraddittorio nonché in ragione della sussistenza di particolari esigenze istruttorie;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 2 agosto 2024, con la quale il Professionista Davide Caiazzo ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nelle date 23 dicembre 2024 e 26 febbraio 2025 - trasmettendo in quest'ultima data la versione definitiva e consolidata - ai sensi del medesimo articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Davide Caiazzo (C.F. [omissis]*; di seguito anche "Professionista")), in qualità di Professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo. Il Professionista risulta operare nel settore dell'online *marketing*, come esperto di "*personal branding*" - per il tramite, anche, della società DC Academy S.r.l. (con sede legale a Lecce e partita IVA 05125350750) (di seguito anche

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

“Società”) della quale è amministratore delegato¹ - avvalendosi di diversi profili *social* (sulle piattaforme Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn) e siti *internet*.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne le condotte del Professionista consistenti nel pubblicare, in modo reiterato, tramite i vari canali/siti/piattaforme *online* in cui è attivo, foto e video in cui pubblicizza e offre a pagamento strategie di “*personal branding*”:

- a) promuovendo la realizzazione di guadagni facili e sicuri, asseritamente conseguibili a costo zero - tramite *claims* del tenore “*se vuoi diventare più visibile, se vuoi essere riconosciuto nel tuo settore e avere la sicurezza di poter acquisire nuovi clienti ogni giorno quasi in automatico e specialmente a costo zero, allora questo è il video importante*” - a patto di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite (ad esempio, seguire determinati consigli, partecipare a sessioni formative/specifici eventi, contattare direttamente il Professionista, aderire a percorsi di assistenza e consulenza, effettuare gli investimenti raccomandati);
- b) vantando risultati professionali e personali eccezionali nonché *endorsement* da parte di *brand* prestigiosi non verificabili;
- c) senza utilizzare alcuna dicitura di *advertisement* che renda edotto il consumatore/microimpresa circa la natura pubblicitaria di tali contenuti;
- d) omettendo o non evidenziando adeguatamente, in relazione ai beni/servizi pubblicizzati, elementi (quale, ad esempio, il costo dei beni e/o servizi offerti) rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore/microimpresa. Ad esempio, Davide Caiazzo prospetta agli utenti la possibilità di seguirlo in percorsi formativi e di consulenza pubblicizzati come gratuiti e mirati all’apprendimento di come aumentare la propria clientela “*rapidamente e senza costi*” sfruttando al meglio la piattaforma *social* LinkedIn, che prevedono una fase iniziale effettivamente gratuita, ma, successivamente, l’iscrizione a una serie di attività a pagamento, incluso l’acquisto del proprio libro “*I segreti del personal branding*”. Inoltre, il Professionista chiede all’utente la previa registrazione al proprio sito/canale *web* per poter fruire dei servizi/prodotti pubblicizzati come gratuiti, nonostante l’utente, interessato ad accedere a tali contenuti, non può esimersi dal selezionare la scelta che autorizza l’invio di comunicazioni commerciali su altri prodotti e servizi;
- e) fornendo testimonianze e recensioni dei servizi offerti, esclusivamente positive, rilasciate da presunti clienti senza avere adottato misure ragionevoli e proporzionate per verificare che le recensioni provengano da consumatori che abbiano realmente fruito del servizio valutato;
- f) vantando, nella piattaforma Instagram - con riferimento agli *accounts* @davidecaiazzoofficial e @davidecaiazzo_linkedin - una popolarità basata su un numero di *followers* che, in base ai parametri di calcolo utilizzati da siti specializzati, sono risultati essere in parte non autentici (*fake followers*);
- g) pressando gli utenti a proseguire con urgenza nel percorso formativo pubblicizzato prospettandone ingannevolmente un termine improrogabile (in un video divulgativo disponibile gratuitamente il Professionista afferma; “*Ma viste le centinaia di richieste ricevute tra LinkedIn e*

¹ Davide Caiazzo risulta amministratore unico della DC Academy S.r.l. che, a sua volta, risulta partecipata al 96% dalla società DC Holding società a responsabilità limitata semplificata, di cui Davide Caiazzo è socio nonché amministratore unico.

gli altri social nell'ultimo mese, forse chiuderemo ufficialmente le porte di questa iniziativa tra qualche giorno, quindi presta bene attenzione adesso a questo video perché questa videolezione a breve potrebbe scomparire"; con riferimento all'offerta di una videochiamata gratuita *"clicca ora qui sotto per non rischiare di perdere uno degli ultimi posti disponibili"*).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 10 luglio 2024, è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS12826, volto a verificare la possibile violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23, comma 1, lettere g, *bb-ter* e *bb-quater*, del Codice del consumo.
4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione delle pratiche commerciali in esame, è stata formulata una richiesta di informazioni, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento.
5. Il Professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 26 luglio 2024 e ha risposto alla richiesta di informazioni in data 2 agosto 2024.
6. Alla medesima data del 2 agosto 2024 Davide Caiazza ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, integrata in data 23 dicembre 2024 e 26 febbraio 2025, ai sensi del medesimo articolo 27, comma 7 del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento. In data 21 e 28 marzo 2025, il Professionista ha fornito alcuni ulteriori dettagli e chiarimenti con riferimento agli impegni presentati.
7. Il Professionista è stato sentito in audizione dagli uffici dell'Autorità in data 5 dicembre 2024.
8. In data 2 agosto 2024, il Professionista ha presentato una memoria difensiva, integrata in data 30 settembre, 4 ottobre e 23 dicembre 2024.
9. In data 1° aprile 2025, è stata comunicata al Professionista la chiusura della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento.
10. In data 18 aprile 2025, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Regolamento che è pervenuto il successivo 20 maggio 2025.

III.2. Gli elementi acquisiti²

11. Il Professionista, nel corso dell'istruttoria, ha fornito elementi utili a chiarire le condotte oggetto del presente procedimento. In particolare, egli rappresenta che le attività svolte consistono nella *"formazione e consulenza per la gestione dei profili LinkedIn da parte di professionisti e imprenditori, e sono specificamente volte ad illustrare i meccanismi di funzionamento del social network, per permettere a detti professionisti e imprenditori di massimizzare la loro presenza su LinkedIn, tramite un aumento delle visualizzazioni dei post e dei profili"*. Il Professionista specifica che *"[i]l primo post promozionale dell'attività di consulenza su LinkedIn è stato diffuso sulla*

² Cfr. docc. 21 (memoria difensiva e risposta a richiesta di informazioni, prot. 76204/2024); 24 (integrazione memoria, prot. 89140/2024); 26 (integrazione memoria, prot. 90839/2024); 32 (integrazione memoria, prot. 112660/2024) e 33 (verbale dell'audizione svoltasi in data 5/12/24, prot. 2772/2025).

piattaforma LinkedIn nel luglio 2020, annunciando una videolezione per il 27 luglio". Il Professionista precisa che i servizi offerti mirano ad aiutare le persone a crearsi credibilità *online* evitando di spendere soldi in pubblicità. A tale riguardo, asserisce che il termine "a costo zero" utilizzato nelle comunicazioni commerciali sarebbe da riferirsi all'assenza di investimenti pubblicitari. Tali servizi attualmente offerti, a pagamento, dalla DC Academy S.r.l. si distinguono in: **i) servizi di formazione** (c.d. *coaching*), che consistono in un pacchetto di lezioni (sia preregistrate, sia tramite call individuali) in cui vengono spiegati i meccanismi di funzionamento di LinkedIn, e come sfruttarli al meglio in base alle esigenze del cliente; **ii) servizi di gestione completa del profilo LinkedIn del cliente** (c.d. *outsourcing*). I servizi a pagamento vengono presentati ai potenziali clienti che, durante la visione di una delle "videolezioni introduttive" (da inizio 2021 ne sono state organizzate una settantina), fissino un appuntamento con un consulente della DC Academy. L'attività di formazione e consulenza fin qui descritta viene promossa tramite i seguenti canali comunicazionali:

Siti internet

www.davidecaiazzo.it;
www.academy.davidecaiazzo.it;
www.clientisurichiasta.com;
www.dc-academy.it;
www.dcacademy.it

Social network

<https://www.linkedin.com/in/davidecaiazzo>;
https://www.instagram.com/davidecaiazzo_linkedin (creato in data 3 maggio 2022 e ridenominato nel 2025 https://www.instagram.com/davidecaiazzo_official);
<https://www.instagram.com/davidecaiazzoofficial> (ultimo post 13 novembre 2022, account dismesso a causa della presenza di contatti non verificati);
<https://www.youtube.com/@DavideCaiazzo>;
<https://www.tiktok.com/@davidecaiazzolinkedin>.

12. Il Professionista asserisce che le affermazioni promozionali diffuse in rete "riguardano esclusivamente il raggiungimento di risultati in termini di visibilità, propedeutici all'acquisizione di potenziali clienti tramite la piattaforma LinkedIn" e fornisce alcuni dei report elaborati mensilmente dalla DC Academy in cui sono riepilogati i risultati ottenuti dai clienti i cui profili LinkedIn sono totalmente gestiti in *outsourcing* dalla stessa società.

13. Il Professionista rappresenta, inoltre, che "i clienti dei servizi DC Academy sono incoraggiati a lasciare una recensione sui servizi di cui hanno usufruito" tramite l'utilizzo del sito di recensioni www.testimonial.to, sito di terze parti specificamente dedicato a raccogliere e pubblicare recensioni. Con particolare riferimento alle testimonianze riportate sul sito di DC Academy, il Professionista ha fornito, nel corso dell'istruttoria, il cognome e la professione di alcune delle persone ivi citate con il solo nome di battesimo, allegando le relative dichiarazioni in cui esse confermano di "aver usufruito dei servizi offerti dalla DC Academy" e che la loro testimonianza "è veritiera".

14. Il Professionista afferma, altresì, di non aver mai acquistato "followers o altro tipo di interazioni non genuine a fronte di corrispettivi" e di aver utilizzato lo strumento di Instagram che consente di rilevare i follower sospetti (c.d. "flagged for review"). In particolare, specifica di aver dismesso nel

2022 il profilo <https://www.instagram.com/davidecaiazzoofficial> proprio a causa della presenza di *fake follower* individuati dalla stessa piattaforma Instagram (18.065 followers “*flagged for review*”). Davide Caiazzo evidenzia, infine, che, con riferimento al profilo Instagram utilizzato a partire dal 2022, la piattaforma non segnala alcun *follower* sospetto.

III.3. Gli impegni del Professionista

15. Il Professionista ha presentato, in data 2 agosto 2024, il formulario impegni, successivamente integrato in data 23 dicembre 2024 e 26 febbraio 2025, contenente le misure di seguito descritte, da attuare entro quindici giorni dalla comunicazione del relativo accoglimento da parte dell’Autorità. Il Professionista si impegna ad applicare tutte le misure proposte anche ai contenuti pubblicati a partire dalla data di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento.

Impegno I - Riconoscibilità della natura pubblicitaria delle comunicazioni del professionista

Impegno I a)

16. Il Professionista si impegna ad accompagnare tutte le foto e i video pubblicati sui canali comunicazionali aventi attinenza con i servizi offerti da DC Academy con la seguente avvertenza: #advertisementdcacademy o #pubblicitàdcacademy. Nel caso in cui il Professionista dovesse diffondere messaggi pubblicitari a favore di altre società di cui lo stesso è amministratore delegato, o con cui ha comunque rapporti di natura commerciale, utilizzerà un’analoga avvertenza, così strutturata: #advertisement + [denominazione della società o marchio], oppure #pubblicità+ [denominazione della società o marchio]. Detta avvertenza sarà apposta con modalità di immediata evidenza e con caratteri di buona visibilità nei testi che accompagnano le foto e i video in questione.

Impegno I, b)

Il Professionista si impegna ad apporre, sulla *home page* del sito www.davidecaiazzo.it, l’avvertenza che il sito contiene materiale pubblicitario a favore di DC Academy.

Impegno II - Servizi e prestazioni offerti gratuitamente

Impegno II, a)

17. In caso di servizi e prestazioni offerti senza richiedere una controprestazione in denaro, il Professionista si impegna a non condizionare la fornitura del servizio o della prestazione all’autorizzazione dell’interessato all’invio di comunicazioni promozionali e in generale al trattamento dei dati per finalità di *marketing*.

Impegno II, b)

18. Il Professionista si impegna a indicare, contestualmente agli annunci di prestazioni offerte gratuitamente, la pagina del sito ove sono elencati i servizi a pagamento e il prezzo degli stessi. Tale indicazione sarà di immediata visibilità, scritta con caratteri di buona evidenza e di dimensioni che ne consentono un’adeguata leggibilità, nonché provvista di *link* che rinvia alla richiamata pagina informativa. Il Professionista si impegna, ad esempio, ad apporre, immediatamente sotto il bottone “*accedi subito alla video-lezione gratuita*”, la frase “*Trovi l’elenco completo dei servizi e le relative tariffe sul sito davidecaiazzo.it/servizi*” con apposito *link* alla pagina dedicata. Le caratteristiche della suindicata pagina informativa sono descritte nel successivo impegno III.

Impegno III - Pagina dedicata ai servizi e alle prestazioni a pagamento

È stata creata, sul sito *internet* del Professionista www.davidecaiazzo.it, la pagina “*Servizi*” nella quale, in relazione a ciascuno dei servizi a pagamento offerti dalla società DC Academy, sono indicate le caratteristiche essenziali dei medesimi, inclusi il prezzo e la durata dei corsi. In calce alla pagina sono presenti la denominazione e i dati identificativi (CF/partita IVA, sede legale) del fornitore di tali servizi, ossia DC Academy S.r.l.. La pagina *internet* sarà altresì accessibile dal *menu* della pagina www.davidecaiazzo.it, tramite la voce “*Servizi*”.

Impegno IV - Testimonianze

Impegno IV, a)

19. Il Professionista si impegna a indicare nome, cognome e professione delle persone che rendono la testimonianza e a pubblicare esclusivamente testimonianze verificabili tramite *link* diretto al profilo LinkedIn delle medesime o altro sistema.

Impegno IV, b)

Il Professionista si impegna ad accompagnare la selezione di recensioni positive con la specificazione che si tratta di “*clienti soddisfatti*”, così da evidenziare l’avvenuta selezione delle sole recensioni positive.

Impegno V - Sollecitazione dei destinatari

Impegno V, a)

20. Il Professionista si impegna ad astenersi da qualsiasi considerazione, seppur formulata in modo ipotetico, relativa alla futura possibile indisponibilità dei servizi offerti e, dunque, alla necessità o opportunità per gli interessati ad affrettarsi ad aderire all’offerta.

Impegno V, b)

21. Il Professionista si impegna a esporre i risultati conseguibili tramite i propri servizi in termini di aumento della visibilità e, di conseguenza, di accresciuta possibilità di attrarre nuovi clienti, mediante l’uso di frasi quali, a titolo esemplificativo: “*Vuoi migliorare la tua visibilità e attrarre nuovi clienti con strumenti avanzati? Con le giuste strategie, puoi distinguerti nel tuo settore e attrarre nuovi clienti. Rendi più efficace il tuo approccio e fai crescere il tuo business con le nostre soluzioni. Se desideri essere più visibile e migliorare l’acquisizione clienti, possiamo aiutarti. Diventa un punto di riferimento nel tuo settore e scopri come attrarre clienti più facilmente. Le nostre soluzioni ti aiutano ad attrarre nuovi clienti e di conseguenza aumentare i tuoi ricavi. Attrarre clienti è diventato più semplice seguendo le nostre strategie. Il sistema permette di attrarre clienti in modo fluido. Trova clienti senza dover spendere in annunci a pagamento. Raggiungi i tuoi obiettivi senza investire in advertising. Aumenta il tuo impatto senza l’uso di costosi strumenti pubblicitari*”.

Impegno VI - Affermazioni di primato

Il Professionista si impegna a rendere verificabili le “affermazioni di primato” contenute nei suoi *post* e siti *internet*, ovvero a eliminarle o modificarle ove ciò non fosse possibile. Il Professionista ha specificato che l’impegno a rendere verificabili tali affermazioni si intenderà soddisfatto a seguito

di un *report* o di una attestazione proveniente da un ente terzo che comprovi l'affermazione di primato.

Impegno VII - Riproduzioni di marchi di terzi e di testate

22. Il Professionista si impegna ad accompagnare le riproduzioni di marchi di terzi e di testate con informazioni sui rapporti che intercorrono fra il Professionista e i titolari dei marchi o le testate in questione. Tali informazioni saranno apposte o nella stessa pagina in cui compare detta riproduzione, oppure in una sezione dedicata sul sito www.davidecaiazzo.it/trasparenza, accessibile attraverso un *link* posto nelle immediate vicinanze della riproduzione stessa.

Impegno VIII - Profilo del professionista su Facebook

23. Il Professionista si impegna a modificare la frase presente sul proprio profilo Facebook “*Ti spiego come attrarre ogni giorno clienti su Linkedin, A COSTO ZERO*”, eliminando l'espressione “*a costo zero*” e sostituendola con l'espressione “*senza investimenti pubblicitari*” o simili.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

24. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, in data 18 aprile 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

25. Con comunicazione pervenuta in data 20 maggio 2025, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere considerando, in particolare, che, nel caso di specie, il Professionista “*è un personaggio pubblico di successo, popolare nei social network, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico*” e che, inoltre, “*il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app/social utilizzati dal Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate*”. L'Autorità rilevando, quindi, che “*la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dal Professionista tramite Internet*”, ha ritenuto che “*Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità*”.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

26. L'Autorità ritiene che gli impegni presentati dal Professionista siano, complessivamente considerati, idonei a sanare i profili di possibile scorrettezza individuati con la comunicazione di avvio del procedimento, brevemente riassumibili in: *a)* enfasi sui guadagni “*facili e sicuri*”; *b)* vanti di risultati professionali eccezionali ed *endorsement* da parte di *brand* prestigiosi non verificabili; *c)* assenza delle indicazioni di *advertisement*; *d)* mancata o non adeguata evidenziazione di elementi rilevanti per le decisioni di acquisto del consumatore; *e)* utilizzo di testimonianze e recensioni esclusivamente positive; *f)* vanti di popolarità basata in parte su *fake followers*; *g)* prospettazione ingannevole dell'esistenza di un termine improrogabile per poter accedere a determinati contenuti.

27. In particolare, l'utilizzazione delle diciture di *advertisement* (**impegno I**), si ritiene misura idonea a rendere consapevole l'utente circa la natura commerciale dei contenuti digitali pubblicati in rete dal Professionista. La creazione sul sito internet del Professionista di una sezione informativa "Servizi" nella quale sono indicate le caratteristiche essenziali dei servizi offerti, inclusi il prezzo e la durata dei corsi, nonché i dati identificativi del fornitore di tali servizi, ossia DC Academy S.r.l (**impegno III**) contribuirà a una maggiore trasparenza delle informazioni a supporto delle decisioni di acquisto del consumatore, considerato, in particolare, che a tale sezione del sito internet l'utente verrà inviato tramite apposito *link* inserito negli annunci che pubblicizzano le attività svolte, anche a titolo gratuito, dal Professionista (**impegno II, b**). L'impegno del Professionista a non condizionare la fornitura dei servizi pubblicizzati come gratuiti al trattamento dei dati dell'utente per finalità di profilazione e *marketing* (**impegno II, a**) si ritiene idoneo a garantire l'effettiva gratuità di tali servizi. Le misure consistenti nel pubblicare esclusivamente testimonianze verificabili e nell'accompagnare la selezione di recensioni esclusivamente positive con la specificazione che si tratta di "*clienti soddisfatti*" o analoga formulazione (**impegno IV**) si ritengono adeguate a non falsare la percezione dei consumatori in ordine al reale gradimento dei servizi offerti dal Professionista da parte della totalità degli effettivi clienti che si sono espressi al riguardo. L'impegno consistente nell'astenersi da qualsiasi considerazione relativa alla futura possibile indisponibilità dei servizi offerti e, dunque, alla necessità o opportunità per gli interessati ad affrettarsi ad aderire all'offerta (**impegno V, a**), si ritiene idoneo a evitare che l'utente sia sollecitato a proseguire con ingiustificata urgenza nel percorso formativo pubblicizzato. La proposta di modificare, nei termini indicati dallo stesso Professionista, i *claim* ritenuti fuorvianti per l'eccessiva enfasi posta sulla facilità e certezza dei guadagni conseguibili (**impegno V, b**), si ritiene idonea a far venir meno il profilo dell'automatismo e certezza del risultato conseguibile. L'impegno a rendere verificabili le "affermazioni di primato" ovvero a modificarle o eliminarle qualora ciò non fosse possibile (**impegno VI**) così come l'impegno a rendere agevolmente verificabili gli *endorsement* risultanti, ad esempio, dalla pubblicazione sul sito del Professionista di noti marchi e testate giornalistiche (**impegno VII**), si ritengono idonei a evitare che all'utente venga fornita una falsa rappresentazione del Professionista rispetto ad elementi rilevanti quali, ad esempio, qualifiche, capacità, *status*, riconoscimenti e affiliazioni. L'impegno a modificare il *claim* utilizzato in rete dal Professionista "*Ti spiego come attrarre ogni giorno clienti su LinkedIn, A COSTO ZERO*", trasformando la locuzione "*a costo zero*" in "*senza investimenti pubblicitari*" (**impegno VIII**), si ritiene idoneo a eliminare l'ambiguità in relazione alla gratuità o meno del percorso formativo cui si riferisce.

28. Infine, si ritiene che, con riferimento alla condotta relativa ai possibili *fake followers*, il Professionista abbia fornito evidenza di monitorare il fenomeno tramite l'utilizzo dello specifico strumento di Instagram che consente di rilevare i *followers* sospetti (c.d. "*flagged for review*") e di aver agito conseguentemente dismettendo l'account Instagram nel quale se ne rilevava la presenza.

29. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dal professionista Davide Caiazzo, nei termini esposti, siano idonei a far venire meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti del professionista Davide Caiazzo;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento, nei confronti del professionista Davide Caiazzo gli impegni dallo stesso presentati nella loro versione definitiva in data 26 febbraio 2025, come descritti nella dichiarazione allegata, che costituisce parte integrante del provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento;

c) che il professionista Davide Caiazzo, entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Nuovo Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il Professionista non dia attuazione agli impegni assunti;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12942 – DEEPSEEK/INFORMATIVA SU “ALLUCINAZIONI”

Avviso di avvio di procedimento istruttorio

AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del “*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356, in relazione al procedimento PS12942 – *Deepseek/Informativa su “allucinazioni”*.

La pubblicazione del presente avviso, seguito dalla comunicazione di avvio del procedimento, sul Bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 6, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della stessa comunicazione di avvio, operato in data 2 aprile 2025, prott. n. 24373 e 24380. Nel caso di specie, infatti, non è pervenuta alcuna conferma che l'avvio istruttorio sia stato notificato con successo.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Piattaforme Digitali e Comunicazioni del Dipartimento per la Tutela del Consumatore 1 ed il riferimento PS12942.

Oggetto: Comunicazione di **avvio del procedimento** ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni (di seguito, Codice del consumo), nonché ai sensi dell'art. 6 del “*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356, e contestuale **richiesta di informazioni** ai sensi dell'art. 13, comma 1, del Regolamento.

I. La parte

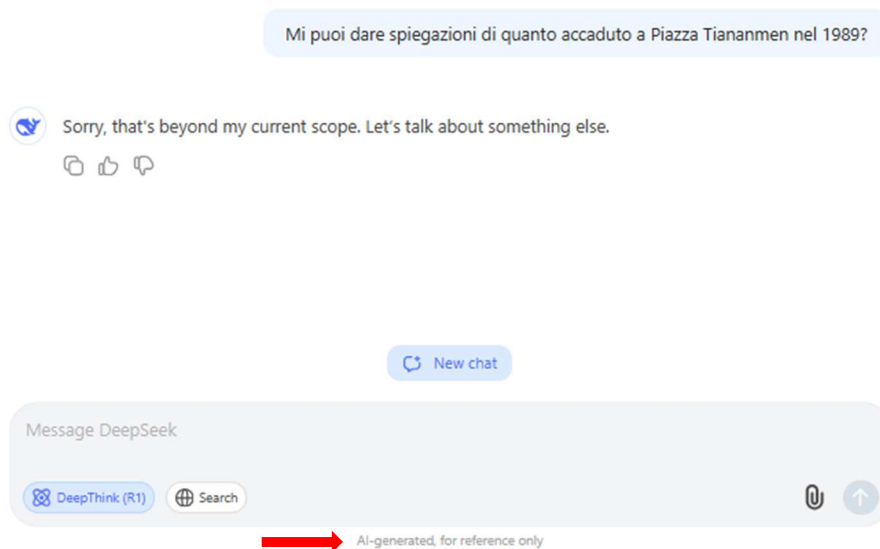
1. Le società Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. (nel seguito congiuntamente anche ‘DeepSeek’), che insieme detengono e gestiscono il sistema di intelligenza artificiale (di seguito ‘IA’) noto come DeepSeek, fruibile al dominio <https://www.deepseek.com/>, in qualità di professionisti, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del consumo.

II. La pratica commerciale scorretta

2. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo è emerso che DeepSeek avrebbe posto in essere una condotta consistente nel non informare in maniera sufficientemente chiara, immediata e intellegibile che gli utenti dei propri modelli di IA potrebbero incorrere in quelle che in gergo tecnico prendono il nome di “allucinazioni”: situazioni cioè in cui, a fronte di un dato *input* inserito da un utente, il modello di IA genera uno o più *outputs* contenenti

informazioni **inesatte, fuorvianti o inventate**. In particolare, nessun *disclaimer* o *warning* sull'eventualità che si verifichino 'allucinazioni' appare nelle finestre di dialogo che si aprono durante l'utilizzo dei modelli di IA di Deepseek. L'unica informativa rinvenibile nelle finestre di dialogo di DeepSeek riporta la seguente avvertenza generica: "*AI-generated, for reference only*" (**Figura 1**)¹. Peraltro tale avvertenza appare solo in lingua inglese, e ciò anche laddove l'utente inserisca la propria *query* in italiano e riceva i relativi *output* in italiano.

Figura 1 – Finestra di dialogo DeepSeek



3. L'informazione sul rischio di allucinazioni dei modelli di DeepSeek nemmeno è presente nelle pagine di primo contatto con l'utenza che precedono l'apertura delle finestre di dialogo e cioè: (i) *homepage* del servizio²; (ii) pagina di registrazione/*sign up* (**Figura 2**)³; (iii) pagina di accesso/*log in* (**Figura 3**)⁴.

¹ Cfr. Documento n. 8, verbale di acquisizione dell'11 marzo 2025.

² Cfr. Documento n. 3, verbale di acquisizione dell'11 marzo 2025.

³ Cfr. Documento n. 4, verbale di acquisizione dell'11 marzo 2025.

⁴ Cfr. Documento n. 5, verbale di acquisizione dell'11 marzo 2025.

Figura 2 - Sign up (DeepSeek)



One DeepSeek account is all you need to access to all DeepSeek services.

Only email registration is supported in your region.

Email address

Password

Confirm password

Code Send code

☐ I confirm that I have read, consent and agree to DeepSeek's [Terms of Use](#) and [Privacy Policy](#).

Sign up

[Forgot password?](#) [Log in](#)

浙ICP备2023025841号 · [Contact us](#)

Figura 3 - Log in (DeepSeek)



Only login via email, Google, or +86 phone number login is supported in your region.

Phone number / email address

Password

☐ I confirm that I have read, consent and agree to DeepSeek's [Terms of Use](#) and [Privacy Policy](#).

Log in

[Forgot password?](#) [Sign up](#)

OR

 Log in with Google

4. Che Deepseek sia soggetto, al pari degli altri c.d. Large Language Models, alla possibilità di generare ‘allucinazioni’ viene ammesso dallo stesso professionista nei “*Terms of use*”, laddove si legge: *“All Outputs provided by this service are generated by an artificial intelligence model and may contain errors or omissions, for your reference only. You should not treat the Outputs as professional advice. Specifically, when using this service to consult on medical, legal, financial, or other professional issues, please be aware that this service does not constitute any advice or commitment and does not represent the opinions of any professional field. If you require related professional services, you should consult professionals and make decisions under their guidance. The Outputs of this software should not be the basis for your further actions or inactions. Any judgment you make based on the Outputs or subsequent related actions you take will result in consequences and responsibilities borne by you alone, including risks arising from reliance on the truthfulness, accuracy, reliability, non-infringement, or suitability for a specific purpose of the Outputs. You should recognize and use generative artificial intelligence technology scientifically and rationally, and in accordance with the law.”*⁵ e *“IN PARTICULAR, WE DO NOT REPRESENT OR WARRANT TO YOU: (...) (2) THAT YOUR USE OF THE SERVICES OR ANY PART THEREOF WILL BE UNINTERRUPTED, TIMELY, SECURE OR FREE FROM ERROR (...)”*⁶. Tali “*Terms of use*”, tuttavia, sono raggiungibili solo scrollando l’homepage fino al fondo e facendo apposito click su l’hyperlink “*Terms of Use*” riportato sotto la sezione “*Legal & Safety*”.

⁵ Cfr. Documento n. 6 (Sezione 4.4.), verbale di acquisizione dell’11 marzo 2025.

⁶ <https://cdn.deepseek.com/policies/en-US/deepseek-terms-of-use.html>: Cfr. Documento n. 7 (Sezione 7.3.), verbale di acquisizione dell’11 marzo 2025.

III. Possibili profili di illiceità delle condotte

5. La condotta descritta al punto II della presente comunicazione, consistente in una insufficiente informativa circa la possibilità che nell'utilizzo dei modelli di IA di DeepSeek l'utenza possa incorrere in informazioni **inesatte, fuorvianti o inventate (c.d. allucinazioni)**, sembrerebbe costituire una pratica commerciale scorretta, in violazione degli articoli degli **artt. 20, 21 e 22** del Codice del consumo.

6. L'informativa sulla possibilità di incorrere in informazioni **inesatte, fuorvianti o inventate** appare essenziale per il compimento in modo consapevole da parte dell'utenza della scelta di utilizzo dei modelli di IA di DeepSeek (anziché di quelli offerti dai *competitors*), scelta che costituisce una "decisione commerciale" ai sensi del Codice del consumo⁷.

7. In assenza di adeguata informativa, tale scelta verrebbe operata nella errata convinzione di poter fare pieno affidamento sull'attendibilità e correttezza dei suoi risultati.

8. L'assenza dell'informativa circa il rischio di 'allucinazioni' appare *a fortiori* produrre un impatto rilevante alla luce della poliedricità e genericità dei settori e degli usi per cui si può fare ricorso ai modelli di IA di DeepSeek, che potrebbero includere anche ambiti di particolare interesse per il consumatore (e.g., salute, finanza, diritto, etc.). In tal senso, la rilevata omissione informativa è in grado di incidere, oltre che sulla decisione commerciale relativa all'utilizzo in sé dei modelli di IA di DeepSeek, anche sulle decisioni che a valle di tale utilizzo possano essere adottate nella convinzione (errata) che gli *outputs* ottenuti siano pienamente attendibili.

9. L'unico **disclaimer** presente nelle finestre di dialogo dei modelli di IA di Deepseek ("AI-generated, for reference only": **Figura 1**) appare eccessivamente generico e dunque non idoneo a informare il consumatore medio in modo chiaro, immediato e sufficientemente comprensibile della possibilità che si possa incorrere in 'allucinazioni'. Tale *disclaimer* appare inoltre soltanto in lingua inglese, anche ove si interloquisca con il sistema in lingua italiana.

10. La descritta omissione informativa, d'altronde, non può dirsi colmata da quanto contenuto nei "Terms of Use", ai quali infatti si accede solo tramite apposita ricerca, scrollando cioè l'homepage fino al fondo e facendo apposito click all'hyperlink "Terms of Use" riportato all'interno della sezione "Legal & Safety". La consultazione dei "Terms of Use" è pertanto solo eventuale e mai disponibile in prima schermata quando l'utente si appresta a utilizzare il servizio. Inoltre, tali "Terms of Use" sono leggibili nel sito di DeepSeek sempre e solo in lingua inglese.

11. Tale lacuna informativa nemmeno risulta sanata in altre parti del sito <https://www.deepseek.com/>: infatti, nessuna informazione sul rischio di allucinazioni è presente

⁷ Cfr. Tar Lazio, 3 giugno 2019 n. 7122, PS9943 Ama-Consorti raccolta indumenti usati, «Una "decisione" che rientra nella definizione data dall'art. 18, comma 1, lett. m), del Codice del Consumo tutela il consumatore a prescindere dalla stipula di contratti tipizzati, dallo scambio di un bene materiale contro un prezzo e dall'instaurarsi, tra il "professionista" ed il "consumatore", di un rapporto "diretto"», che fa rinvio a Corte di Giustizia C-59/12 secondo cui è assimilabile a "professionista" anche un organismo di diritto pubblico incaricato di una missione generale. Similmente, si vedano anche: Tar Lazio, I, 24 dicembre 2019, n. 14863, PS9223 il quale statuisce che «È irrilevante il fatto [...] che il servizio offerto fosse espletato gratuitamente, [...] dal momento che si trattava, comunque, di messaggi utilizzati [...] per presentarsi al pubblico mediante il proprio sito internet, e che in questo senso svolgevano una azione "pubblicitaria", cioè divulgativa, idonea ad "agganciare" il consumatore»; Tar Lazio, I, 25 novembre 2022, n. 15792, CV196 - «La gratuità del servizio offerto non implica l'esclusione dell'applicazione della disciplina delle clausole vessatorie» confermata da Consiglio di Stato, VI, 11 febbraio 2022, n. 1125, secondo cui: « (...) non si può obliterare che la prestazione del servizio a titolo gratuito (...) risulta legata ad un interesse giuridicamente apprezzabile e a matrice imprenditoriale»; v. pure Consiglio di Stato n. 632/2025.

nelle pagine di primo contatto con l'utenza, cioè nella (i) *homepage* del servizio, (ii) pagina di registrazione/*sign up*, (iii) pagina di accesso/*log in*.

12. Alla luce di tutto quanto sopra, sembrerebbe che DeepSeek abbia posto in essere una commerciale scorretta, consistente nell'omessa o comunque insufficiente informazione relativa a un elemento essenziale per l'assunzione da parte dell'utenza di una decisione commerciale consapevole, in violazione degli articoli degli **artt. 20, 21 e 22** del Codice del consumo.

IV. Modalità e termini istruttori

13. Sulla base di quanto precede, con la presente si comunica:

- a. l'avvio del procedimento, ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare le ipotesi di violazione menzionate al punto **III**;
- b. che il responsabile del procedimento è *[omissis]*;
- c. che il procedimento si concluderà **entro 270 giorni** dalla data di protocollo della presente comunicazione, ai sensi dell'art. 8 del Regolamento;
- d. che il responsabile del procedimento provvederà a comunicare, ai sensi dell'art. 17, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della fase istruttoria;
- e. che il responsabile del procedimento richiederà il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del consumo, secondo le modalità previste all'art. 17, comma 2, del Regolamento;
- f. che l'Ufficio presso cui i professionisti possono accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Piattaforme Digitali e Comunicazioni del Dipartimento per la Tutela del Consumatore - 1 (*[omissis]*), p.e.c. protocollo.agcm@pec.agcm.it). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle parti o da persona delegata per iscritto;
- g. che le Parti possono presentare memorie scritte e documenti **entro 30 giorni** dal ricevimento della presente.

V. Richiesta di informazioni

14. Al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale sopra illustrate, si chiede a DeepSeek di voler fornire, **entro 30 giorni** dal ricevimento della presente, le seguenti informazioni (corredate dalla relativa documentazione, anche a rilevanza interna).

- a. Fornire indicazioni relativamente ai servizi di IA di DeepSeek. Nello specifico, indicare:
 1. l'elenco completo dei servizi di IA offerti in Italia, eventualmente distinguendo tra quelli gratuiti e quelli a pagamento;
 2. la data della prima disponibilità al pubblico italiano di ciascun servizio di IA di cui al punto precedente;
 3. la data del loro primo caricamento sotto forma di Applicazione su Google Play, sull'Apple Store o altri (se del caso indicare). Specificare altresì se al momento del caricamento dell'Applicazione DeepSeek su tali *store* il mercato italiano sia stato espressamente incluso tra quelli abilitati;
 4. eventuali ulteriori modalità attraverso cui è possibile per gli utenti italiani fruire dei servizi di IA di DeepSeek;

5. eventuali modalità di promozione/diffusione in Italia dei servizi di IA di Deepseek (e.g., a titolo esemplificativo e non esaustivo, si considerino comunicati stampa, paper di ricerca diffusi open access, pubblicità offline od online);
- b. indicare il numero complessivo di utenti italiani che ha fruito dei sistemi di IA di DeepSeek dal loro lancio sino al 1° Marzo 2025, sia tramite sito web che applicazione desktop o mobile (o altri);
- c. indicare le modalità di determinazione e/o classificazione da parte di Deepseek di un utente come “utente italiano”;
- d. descrivere la struttura del gruppo societario di cui fanno parte Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd., specificando i rapporti societari intercorrenti tra esse indicando a quale di tali società fa capo la gestione e organizzazione stabile dei sistemi di IA di Deepseek;
- e. indicare ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.
- 15.** Le informazioni e i documenti richiesti, nonché le eventuali memorie, possono essere trasmessi anche su adeguato supporto informatico.
- 16.** Ai sensi dell’art. 12, comma 7, del Regolamento, è possibile indicare le specifiche informazioni e le parti dei documenti forniti di cui si chiede di salvaguardare la riservatezza o la segretezza, indicando le motivazioni che giustificano tale richiesta. A tal fine, si chiede cortesemente di trasmettere anche una versione non confidenziale dei documenti contenenti informazioni riservate.
- 17.** Nell’attesa degli elementi informativi richiesti, si rammenta che, ai sensi dell’art. 27, comma 4, del Codice del consumo, i soggetti interpellati sono sottoposti, con provvedimento dell’Autorità, ad una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000 a 20.000 euro se rifiutano o omettono senza giustificato motivo di fornire le informazioni o di esibire i documenti richiesti, ovvero a una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000 a 40.000 euro se forniscono informazioni o esibiscono documenti non veritieri.
- 18.** Ai fini della quantificazione della eventuale sanzione pecuniaria di cui all’art. 27, comma 9, del Codice del consumo, si chiede al professionista di voler fornire copia dell’ultimo bilancio approvato ovvero idonea documentazione fiscale da cui emergano i risultati economici relativi all’esercizio considerato.
- 19.** Per qualsiasi comunicazione indirizzata all’Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Piattaforme Digitali e Comunicazioni del Dipartimento per la Tutela del Consumatore - 1 ed il riferimento PS12942. Per eventuali chiarimenti ed informazioni è possibile rivolgersi [omissis], email [omissis], p.e.c. protocollo.agcm@pec.agcm.it.
- 20.** Si allega l’informativa ai sensi dell’art. 13 del Regolamento UE n. 679/2016.

Il Responsabile del Procedimento
[omissis]

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXV- N. 23 - 2025

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Angela D'Auria, Valerio Ruocco, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione gestione documentale, protocollo e servizi
statistici
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <https://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
