

---

# Truffe online per l'emergenza Covid-19: come proteggersi?

**Autore:** Fabio Di Nunno

**La Commissione europea e la rete di cooperazione per la tutela dei consumatori sono impegnate a contrastare la vendita di prodotti e gli annunci pubblicitari ingannevoli legati all'emergenza Covid-19**

I consumatori dovrebbero **prestare la massima attenzione quando fanno acquisti online** (questo sempre ma a maggior ragione durante l'emergenza Covid-19), mentre i commercianti dovrebbero essere pienamente consapevoli delle norme. Invece, alcuni commercianti ricorrono a varie strategie per attirare i consumatori, laddove un certo numero di prodotti è presentato in modo ingannevole come in grado di prevenire o di curare le infezioni da Covid-19 oppure è accompagnato da falsi certificati di conformità; in alcuni casi i truffatori utilizzano le offerte anche per rubare indirizzi e-mail e password. La [Commissione europea](#), nell'ambito delle sue attività volte alla **tutela dei consumatori**, ha coordinato un'indagine a tappeto dei siti web allo scopo di scoprire in quali i consumatori dell'UE sono esposti a contenuti che diffondono **affermazioni false** o vendono **prodotti truffaldini** nel contesto del coronavirus. I risultati mostrano che, accogliendo l'invito della Commissione europea, le piattaforme online hanno rimosso o bloccato milioni di annunci pubblicitari ingannevoli o offerte di prodotti. L'indagine a tappeto condotta dalla **rete di cooperazione per la tutela dei consumatori** (CPC) si componeva di due parti: un controllo accurato delle piattaforme online e un'analisi approfondita di specifici messaggi pubblicitari e siti web collegati a prodotti molto richiesti a causa del coronavirus. L'indagine a tappeto ha interessato 268 siti web, 206 dei quali segnalati per ulteriori indagini in merito a potenziali violazioni del diritto dell'UE in materia di protezione dei consumatori. Le violazioni più diffuse concernevano siti web che contenevano **prodotti con presunti effetti curativi o preventivi contro il coronavirus**, siti web che contenevano affermazioni inesatte riguardanti la **difficoltà di reperimento dei prodotti**; siti web sospettati di pratiche sleali volte a ottenere **prezzi eccessivi**. Inoltre, in molti casi il prezzo di vendita e il prezzo unitario non erano presentati in modo chiaro, facilmente identificabile e chiaramente leggibile, oppure non venivano fornite ai consumatori informazioni chiare e complete su tutti gli aspetti pertinenti, quali l'identità dell'operatore, l'indirizzo geografico da cui opera o i suoi recapiti. Nell'indagine svoltasi nel mese di maggio sulle piattaforme è bene osservare che, tra i 73 controlli sulle principali piattaforme, un terzo (23 controlli) ha riscontrato un numero significativo di offerte e pubblicità discutibili. Queste società sono state informate dei risultati generali e hanno fornito relazioni aggiornate sulle misure da loro adottate per far fronte alla questione. **Google**, per esempio, ha dichiarato di aver bloccato o rimosso più di 200 milioni di annunci relativi al coronavirus a livello globale negli ultimi mesi e **eBay** ha riferito di aver bloccato o rimosso più di 31 milioni di inserzioni che violavano le loro politiche in materia di coronavirus. Facebook ha dichiarato di aver rimosso almeno 2,3 milioni di contenuti di **Facebook** e **Instagram** collegati al coronavirus a livello mondiale, di cui 27.000 all'interno dell'UE nel solo mese di maggio. Nel corso delle ultime settimane, però, la maggior parte delle piattaforme ha segnalato **un netto calo delle inserzioni di prodotti legati al coronavirus**. Ad esempio, Amazon ha segnalato una diminuzione del 95 % del numero settimanale di nuovi annunci di prodotti che promettono risultati contro il coronavirus rispetto alla media di marzo, con Rakuten e Allegro che segnalano tendenze analoghe. Nell'UE **i commercianti devono dichiarare la propria identità e i dati di contatto**: se queste informazioni non sono facilmente reperibili, i consumatori dovrebbero prendere in considerazione la possibilità di fare acquisti altrove. Inoltre, è necessario fare attenzione agli errori di ortografia come "C?V?D?19" o "cor/na?vir?s", poiché sono comunemente utilizzati per evitare di essere individuati dagli algoritmi degli operatori dei siti web. Quindi, bisogna **leggere attentamente gli indirizzi web e i titoli delle pagine** ed evitare di utilizzare pagine contenenti errori di ortografia in modo sistematico. I consumatori possono anche

---

trovare informazioni generali presso fonti autorevoli segnalate da molte piattaforme e operatori dei siti web sui rispettivi siti per aiutare i consumatori a individuare informazioni o affermazioni false in relazione alla pandemia di Covid-19. **I prodotti devono essere chiaramente identificabili** attraverso descrizioni testuali precise e comprensibili: i consumatori dovrebbero usare cautela in presenza di elementi prettamente promozionali come slogan generalmente collegati alla pandemia, ad esempio "#stay safe", "io resto a casa", "distanziamento sociale", immagini di un virus accanto all'immagine del prodotto, approvazioni, tramite il nome o il logo, da parte di medici, operatori sanitari e altri esperti; artisti, atleti, blogger o altri personaggi famosi; autorità governative, esperti ufficiali o istituzioni internazionali; articoli, rassegne accademiche e altri contenuti presentati come provenienti da fonti autorevoli. Per evitare truffe, **i consumatori dovrebbero riconoscere le tecniche di vendita ingannevoli**, evitando prodotti pubblicizzati come "opportunità uniche", affermazioni secondo cui un prodotto è "l'unico prodotto che offre una protezione efficace" o "l'unico kit di analisi per uso domestico" oppure è venduto "al prezzo più basso sul mercato", termini che sottintendono un'urgenza quali "disponibile solo oggi", "in rapido esaurimento", sconti molto elevati. Inoltre, i consumatori dovrebbero poter notare che i prezzi sono ben al di sopra o ben al di sotto del prezzo normale per prodotti analoghi, dovrebbero **consultare varie piattaforme per avere un'idea dei prezzi medi**; e, infine, i consumatori dovrebbero essere consapevoli del fatto che i governi di alcuni paesi hanno regolamentato il prezzo di prodotti a forte consumo come le mascherine e i gel protettivi. Didier Reynders, commissario per la Giustizia e i consumatori, aveva scritto già a marzo ad una serie di piattaforme, social media, motori di ricerca e mercati online chiedendo la loro collaborazione per eliminare le truffe dalle loro piattaforme, sulla base della posizione comune approvata dalla rete CPC. **Didier Reynders**, ha rilevato che «le principali piattaforme online continuano a seguire la nostra richiesta di collaborare strettamente con la Commissione europea e con le autorità nazionali per la tutela dei consumatori. I controlli più recenti effettuati da queste autorità dimostrano che non è tempo di abbassare la guardia. La cooperazione tra le autorità e i principali attori dei mercati digitali è uno strumento potente ed efficace per proteggere i consumatori in questi tempi destabilizzanti».