A conclusione di un procedimento avviato sulla base delle segnalazioni di numerosi consumatori, l'Autorità Antitrust ha irrogato una sanzione amministrativa di 500.000 euro a carico di S.G.M. Distribuzione. Nel proprio sito Marcopolo Shop.it (oggi Unieuro.it), la società offriva ai consumatori, indicandoli come "disponibili", anche prodotti che in realtà non lo erano, e subordinando la conferma definitiva della transazione a un'ulteriore e successiva verifica della disponibilità dei prodotti acquistati dai consumatori sul sito. Tale modalità di gestione degli ordini, derivante da particolari scelte organizzative di Marcopolo Shop, ha determinato notevoli disagi per i consumatori, come la frequente cancellazione degli ordini di acquisto e il sensibile ritardo nella consegna dei relativi prodotti.

L'Autorità ha ritenuto che profili di scorrettezza riguardassero anche le modalità di gestione delle fasi post-vendita. Il servizio assistenza clienti di Marcopolo Shop non informava tempestivamente e correttamente i consumatori sul reale stato degli ordini e sulle concrete possibilità di ricevere i prodotti acquistati nei termini prospettati dalla società. E ciò si traduceva in ostacoli significativi all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori, privandoli della possibilità di scegliere in modo celere e consapevole se attendere l'evasione dell'ordine oppure rivolgersi a un altro fornitore.

Nella fase post-vendita, inoltre, alle carenze informative si aggiungevano comportamenti tesi a dilatare i tempi per la restituzione e per lo sblocco delle somme corrisposte: invece di restituire immediatamente ai consumatori le somme versate all'atto dell'acquisto, veniva proposto loro un prodotto diverso da quello indisponibile. In questo modo, si condizionavano indebitamente i consumatori all'acquisto di un prodotto alternativo in luogo del rimborso, soprattutto perché Marcopolo Shop era ancora in possesso delle somme versate dai consumatori per la transazione annullata.

A giudizio dell'Antitrust, le modalità di vendita online attuate dal sito non rispettavano i canoni di diligenza richiesti a un importante operatore della grande distribuzione specializzata e del nuovo mercato dell'e-commerce.

Il provvedimento