

# CUSTOMER ENGAGEMENT NEI CANALI E NEI PROCESSI DI VENDITA: ASPETTI LEGALI



- *Customer Engagement*: Informazioni ai consumatori e privacy
- Concorsi e promozioni
- *Gamification*



## INFORMAZIONI AI CONSUMATORI E PRIVACY



### Adeguate informazione

- Diritto a una adeguata informazione e una corretta pubblicità

### Buona fede e correttezza

- Pratiche commerciali condotte secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà

### Trasparenza

- Diritto alla trasparenza e all'equità nei rapporti contrattuali



## Divieto di pratiche commerciali scorrette

pratiche false o idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta



## Contratti a distanza

Al consumatore sono fornite le informazioni obbligatorie **in modo appropriato al mezzo di comunicazione impiegato**, in un **linguaggio semplice** e comprensibile, in maniera **leggibile**.

La pubblicità deve essere **chiaramente riconoscibile** come tale

Se a mezzo stampa, deve essere **distinguibile**, con modalità grafiche di evidente percezione

È vietata la **pubblicità subliminale**





9 marzo 2016 - Sanzione di **300mila euro** a due società di **Amazon** per aver omesso o fornito in modo non adeguato informazioni rilevanti nel corso del processo di acquisto (diritto di recesso, assistenza postvendita, garanzia legale)

13 luglio 2016 - Sanzione di **350mila euro** a **Edates** e **impegni** per altri due siti di incontri online per l'ingannevolezza delle informazioni relative alle caratteristiche del servizio pubblicitizzato



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES



TOYOTA

13 aprile 2016 - sanzioni per **650mila euro** a tre **case automobilistiche** per aver fornito "in modo lacunoso e ambiguo" le informazioni sul costo complessivo delle autovetture pubblicizzate



- Social media come fonte di Big Data o canale di marketing...
- ...ma anche di informazioni dettagliate relative ad un particolare cliente (su abitudini, interessi, ecc.)



Linee Guida del Garante in materia di attività promozionale e contrasto allo *spam* del 4 luglio 2013

- **Social Spam:**

invio di messaggi e link attraverso i social network



- **Marketing Virale**

utenti di internet che suggeriscono e raccomandano ad

altri utenti l'utilizzo di un prodotto o servizio



## CONCORSI E PROMOZIONI





Nei concorsi a premio  
**l'attribuzione** dei premi offerti dipende:

- dalla sorte, o
- dall'abilità dei candidati

**L'organizzazione di un concorso a premio prevede una serie di adempimenti formali:**

Prestare una cauzione al Ministero dello Sviluppo Economico

Invio di una comunicazione corredata di un apposito modulo, del regolamento del concorso e di un documento comprovante il versamento della cauzione

Nelle operazioni a premio vengono premiati tutti i soggetti che acquistano o vendono un determinato prodotto o servizio, (o un determinato quantitativo di prodotti o servizi).

Per organizzare un'operazione a premio è necessario:

- prestare un'idonea cauzione
- certificare il regolamento da parte del legale rappresentante dell'impresa promotrice

*«Le sanzioni previste dal comma 1 lettera o) si applicano esclusivamente ai concorsi a premio per i quali è stata accertata la coincidenza con attività di gioco riservate allo Stato o l'elusione del monopolio statale dei giochi» (Art. 12 c. 1-bis d.l. 39/2009)*

Concorso che viola il monopolio di Stato in materia di giochi  
Da **50 mila a 500 mila Euro**

Altre violazioni  
Da **una a tre volte l'IVA**

**Non** si considerano «manifestazioni a premio»:

- concorsi indetti per la **produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche**, nonché per la presentazione di progetti o studi in ambito commerciale o industriale, nei quali il conferimento del premio all'autore dell'opera prescelta ha carattere di corrispettivo di prestazione d'opera o rappresenta il riconoscimento del merito personale o un titolo d'incoraggiamento nell'interesse della collettività (lett. a, articolo 6, comma 1 del DPR n. 430 del 26 ottobre 2001)
- le manifestazioni nelle quali, a fronte di una determinata spesa, con o senza soglia d'ingresso, i **premi sono costituiti da buoni da utilizzare su una spesa successiva** nel medesimo punto vendita che ha emesso detti buoni o in un altro punto vendita facente parte della stessa insegna o ditta (lett. C-bis, articolo 6, comma 1 del DPR n. 430 del 26 ottobre 2001)

**Circolare interpretativa del 20 novembre 2014 il Ministero dello Sviluppo economico**

# GAMIFICATION



**Gamification:** «Utilizzo di meccanismi tipici del gioco e, in particolare, del videogioco per rendere gli utenti o i potenziali clienti partecipi delle attività di un sito e interessarli ai servizi offerti». (Treccani)

- **Punti, livelli, premi, beni virtuali, classifiche**
- Logica applicabile a qualsiasi settore: sia profit che non-profit
- Strumento per **incentivare comportamenti** e raccogliere **dati**

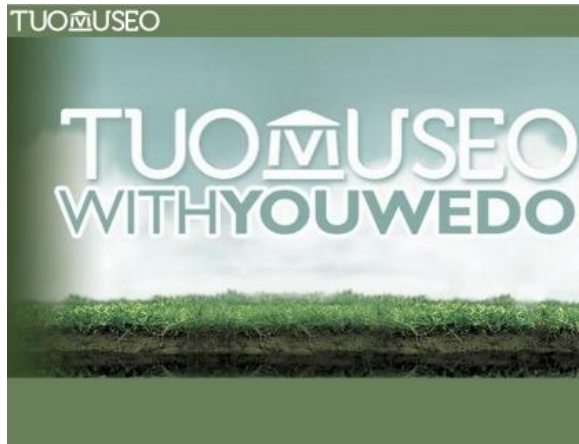


## Samsung Nation

programma fedeltà  
impostato secondo le  
logiche tipiche della  
*gamification*.

- **Missioni:** registrazione al sito, scrittura di una recensione, etc.
- Gli utenti possono così **sbloccare badge** e attuare molte altre **azioni interattive e social**





## TuoMuseo

Mobile app nel settore del turismo culturale

- **Missioni:** visitare un numero determinato di luoghi di una località in un tempo prestabilito, fare un tot di *selfie* all'interno di un museo, portare un amico nello stesso museo, etc.
- Compiendo le missioni, si sbloccano **punti**, *badge* e **premi**
- **Profilazione:** suggerimenti personalizzati al visitatore e analisi dei visitatori per il gestore del museo

- Assegnazione del premio aleatoria o in base ad abilità
- Assegnazione del premio solo ad alcuni partecipanti

### Concorsi a premio



- Obbligo di acquisto del servizio/prodotto promosso
- Assegnazione del premio a chiunque effettui l'acquisto

### Operazioni a premio



**LAURA LIGUORI**  
*partner*

**Mail**            lliguori@portolano.it  
**Mobile**        +39 347 7722185  
**Office**          +39 06 696661



**MARCO BELLEZZA**  
*associate*

**Mail**            mbellezza@portolano.it  
**Mobile**        +39 346 8508887  
**Office**          +39 06 696661

