

PS10769 - BOOKING-SERVIZI TURISTICI ON LINE

Provvedimento n. 28176

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 marzo 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 12 febbraio 2019 e successivamente integrata nelle date del 4 giugno 2019, 3 e 8 gennaio 2020, con la quale le società Booking.com B.V., Booking.com International B.V. e Booking.com (Italia) S.r.l. hanno presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento;

VISTI i propri provvedimenti del 10 aprile, del 31 luglio, dell'8 ottobre e del 3 dicembre 2019, con i quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 12 febbraio 2019 e integrati in data 4 giugno 2019, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, anche in considerazione delle valutazioni che hanno accompagnato l'accettazione, da parte del Consumer Protection Cooperation Network, degli impegni EU-wide proposti da Booking.com B.V.;

VISTO il proprio provvedimento del 21 gennaio 2020, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie, legate all'adempimento delle incombenze procedurali;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Booking.com B.V. (di seguito anche Booking.com) in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, di diritto olandese, è attiva a livello mondiale nel settore turistico, dove, tra l'altro, gestisce la piattaforma *online* di prenotazione alberghiera *Booking.com*, fornisce assistenza alle strutture ricettive ospitate sulla piattaforma stessa ("c.d. strutture partner") e svolge attività di promozione commerciale del proprio marchio e delle strutture partner.

2. Booking.com B.V. International in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, di diritto olandese, è attiva a livello mondiale nel settore turistico, come *holding* delle società locali del gruppo Booking.

3. Booking.com (Italia) S.r.l. in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società è attiva a livello italiano nel settore turistico, dove svolge attività di supporto a Booking.com nella gestione dei rapporti con le strutture partner e altri partner commerciali italiani e alle strutture partner stesse (assistenza nell'uso della piattaforma *Booking.com* e della rete (c.d. extranet) per il caricamento delle informazioni e degli aggiornamenti su localizzazione e caratteristiche della struttura/alloggio, di tariffe /costi/prezzi, disponibilità, norme e condizioni ecc.).

4. Nel seguito, le Parti saranno collettivamente indicate come "Booking".

II. LE PRATICHE COMMERCIALI OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

5. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sulla versione italiana della piattaforma *Booking.com* (sito Internet, App, ecc.), dei risultati della ricerca svolta dal consumatore per una certa destinazione, data, numero di ospiti e camere ecc., del prezzo dell'alloggio, delle comparazioni di prezzo e degli sconti, dei *claim* di disponibilità delle camere e di popolarità delle destinazioni, dei costi impliciti delle prenotazioni con carta di credito, nonché la gestione dei rapporti con i consumatori post-prenotazione.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

III.1 L'iter del procedimento

6. A seguito di numerose richieste di intervento¹, pervenute nel corso del 2017 e del 2018, in data 20 novembre 2018 è stato avviato, ai sensi degli artt. 21, 22, 23, comma 1, lettera g), 24 e 25 del Codice del Consumo, il procedimento istruttorio n. PS10769 nei confronti di Booking.com B.V., Booking.com B.V. International e Booking.com (Italia) S.r.l., con riguardo ai profili di possibile scorrettezza relativi:

- a) all'indicazione di un prezzo non comprensivo di tutte spese non evitabili e ragionevolmente calcolabili in anticipo sulla base dei criteri di ricerca, che il consumatore avrebbe dovuto corrispondere (al momento della prenotazione e/o presso la struttura ricettiva) per il soggiorno;
- b) alla mancanza di trasparenza sui criteri di ordinamento dei risultati di ricerca e, in particolare, sull'impatto delle commissioni pagate sul posto occupato da una certa struttura ricettiva/alloggio in tale ordinamento;
- c) alla presentazione ingannevole degli sconti, in particolare delle comparazioni di prezzi relativi a circostanze diverse;
- d) all'utilizzo di *claim* generici di scarsità degli alloggi per affrettare la scelta del consumatore;
- e) all'omessa informazione riguardo alla procedura di pre-autorizzazione della carta di credito data in garanzia;
- f) all'omessa assistenza ai consumatori in caso di *overbooking*;
- g) all'inadeguata gestione dei reclami, in particolare di quelli relativi alle discrasie tra descrizione dell'alloggio e condizioni effettivamente riscontrate;
- h) alla diffusione di informazioni fuorvianti e non trasparenti circa l'estraneità di Booking rispetto alle problematiche che potevano sorgere successivamente alla conclusione della prenotazione.

7. In data 28 novembre 2018 sono stati svolti accertamenti ispettivi presso Booking.com (Italia) S.r.l..

8. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni e documentazione inerenti le condotte oggetto della suddetta comunicazione. In data 16 e 28 gennaio 2019, le Parti hanno fatto pervenire, contestualmente alle proprie memorie, le informazioni richieste.

9. I professionisti hanno avuto accesso agli atti in data 5 dicembre 2018 e sono stati sentiti in audizione in data 4 febbraio e 14 maggio 2019.

10. All'inizio del 2019 Booking.com B.V. ha offerto al Consumer Protection Cooperation Network (CPC Network) un insieme di impegni, proponendone l'applicazione a livello di Unione Europea. Il CPC Network, previsto dal Regolamento 2006/2004/EC, è un organismo che permette alle autorità nazionali di tutela del consumatore, con il supporto della Commissione Europea, di coordinare le proprie azioni nell'applicazione della normativa a tutela dei consumatori, in caso di sospette violazioni transfrontaliere riguardanti il territorio dell'Unione. Nel corso del 2019 il contenuto degli impegni proposti e la sua implementazione sono stati oggetto di discussione tra Booking.com e il CPC Network. Tale discussione ha condotto, in data 16 dicembre 2019, all'accettazione da parte del CPC Network di una serie di impegni EU-wide proposti da Booking² e riguardanti anche i profili di cui alle lettere a)-d) sopra indicati.

11. In data 12 febbraio 2019 i professionisti hanno presentato all'Autorità una proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento. Il 4 giugno 2019 i professionisti hanno presentato una integrazione degli impegni, secondo l'invito formulato dall'Autorità in data 30 aprile 2019 ai sensi dell'articolo 9, comma 2, lettera b), del Regolamento. Booking ha ulteriormente integrato gli impegni in data 3 e 8 gennaio 2020, a seguito dell'accettazione da parte del CPC Network degli impegni EU-wide proposti da Booking.com B.V..

12. In data 15 aprile 2019 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento di sessanta giorni ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, per la valutazione degli impegni presentati dai professionisti.

13. In data 1° agosto, 10 ottobre e 9 dicembre 2019 sono state comunicate alle Parti tre ulteriori proroghe di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, in ragione del protrarsi della discussione della bozza di impegni EU-wide proposta da Booking.com B.V. alle autorità del CPC Network.

14. In data 15 novembre 2019 i professionisti hanno risposto ad una ulteriore richiesta di informazioni inviata il 30 ottobre 2019.

15. In data 23 gennaio 2020 è stata comunicata alle Parti, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della fase istruttoria.

16. In data 24 gennaio 2020 è stata comunicata alle Parti una ulteriore proroga del termine di conclusione del procedimento di quarantacinque giorni ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento.

17. In data 3 marzo 2020 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

¹ [Cfr. docc. nn. 1-83 e 90-173 del fascicolo istruttorio.]

² [Cfr. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_19_6812.]

III.2 Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

18. Nelle proprie note difensive, i professionisti hanno sostenuto la correttezza del proprio operato riguardo a tutti i profili oggetto della comunicazione di avvio. In particolare, riguardo all'ordinamento dei risultati di ricerca i professionisti hanno rilevato che il *ranking di default* è il risultato di un complesso algoritmo nel quale le commissioni pagate sono soltanto uno degli elementi presi in considerazione per ordinare i risultati di ricerca; l'ordinamento dipenderà, tra l'altro, anche dalla popolarità del singolo alloggio tra gli utenti di Booking.com, dalle problematiche sollevate dai consumatori al servizio clienti e, quindi, dal punteggio nelle recensioni, dalla *performance* della struttura ricettiva, nonché dalle informazioni sulle preferenze dell'utente che l'algoritmo ha tratto dalle precedenti ricerche eseguite dall'utente stesso. Le strutture ricettive poste in posizioni migliori a causa delle commissioni pagate sarebbero comunque evidenziate con vari simboli, il cui significato è spiegato da appositi *hovertext*. Inoltre, i professionisti hanno documentato l'esistenza di molteplici procedure per gestire le diverse problematiche che dovessero sorgere post-prenotazione. Infine, i professionisti hanno sottolineato la responsabilità delle strutture ricettive nell'implementare la piattaforma con informazioni corrette in merito ai prezzi praticati, alla disponibilità di alloggi e alle caratteristiche della struttura stessa.

19. Come sopra indicato, i professionisti hanno presentato una proposta di impegni ("Impegni") in data 12 febbraio 2019, integrandola in data 4 giugno 2019 e fornendone una nuova versione integrata e consolidata in data 3 e 8 gennaio 2020.

Parte integrante di tale proposta è un elenco di "definizioni" dei termini utilizzati negli Impegni, al fine di agevolarne la comprensione.

Per quanto riguarda gli impegni relativi ai profili a)-d) di cui sopra, qualora sorgano dubbi sulla formulazione italiana, è esplicitamente previsto che fa fede il testo inglese degli Impegni accettati dal CPC Network.

20. Gli Impegni proposti riguardano la piattaforma *Booking.com* e si applicano quindi al sito accessibile all'indirizzo *www.booking.com* e a tutti i servizi Internet (tra cui le versioni *mobile* del sito e l'App) gestiti da o per conto di Booking.com.

Essi riguardano ogni tipo di "Alloggio" (e.g. camere di hotel, ostelli, B&B, case vacanza, appartamenti) offerto dalle strutture ricettive partner di Booking.

21. Gli Impegni hanno durata illimitata e saranno implementati entro il 16 giugno 2020.

III.2.1: impegni relativi al prezzo

22. Booking, "*Al fine di evitare che i consumatori incorrano in errore circa l'ammontare da pagare*" a causa della mancata inclusione di alcuni elementi di costo che i consumatori sarebbero tenuti inevitabilmente a pagare, "*si impegna dunque affinché sulla Piattaforma, laddove sia mostrato un prezzo, sia mostrato il prezzo totale*" (Impegno A.1).

Il "prezzo totale" è definito negli Impegni come "*il prezzo comprendente tutte le spese non evitabili (e.g., spese di pulizia, tasse di soggiorno e altre imposte) che sono ragionevolmente calcolabili in anticipo sulla base dei criteri di ricerca e che il consumatore sarà obbligato a pagare al momento della prenotazione o direttamente presso l'Alloggio*".

Booking ha precisato che l'indicazione del prezzo totale è peraltro operativa dal 31 dicembre 2018 per gli utenti della Piattaforma situati nell'Unione Europea e in Svizzera, Islanda, Norvegia e Liechtenstein³.

23. Booking si impegna inoltre (Impegno A.2) affinché:

- per i prezzi espressi in valuta estera (rispetto al paese del consumatore), sia indicato anche un valore stimato in valuta nazionale, indicando il modo in cui è stata ottenuta tale stima (e, in particolare, il tasso di cambio applicato), prima del completamento della prenotazione;
- il prezzo totale sia sempre indicato, anche quando è mostrata una scomposizione del prezzo;
- nel caso in cui il consumatore scelga - come criterio di ordinamento dei risultati di ricerca - il prezzo o una combinazione del prezzo con un altro elemento (star rating, recensioni dei clienti), il "prezzo" utilizzato sarà sempre il "prezzo totale";
- qualora il consumatore abbia scelto nel corso del processo di prenotazione dei servizi opzionali, essi saranno inclusi nel prezzo totale mostrato.

III.2.2: Impegni relativi alla trasparenza dell'impatto delle commissioni sul posizionamento delle strutture ricettive nella lista dei risultati di ricerca (ranking)

24. Booking, "*[a] fine di garantire che i consumatori non siano fuorviati e siano in grado di distinguere i diversi Annunci presenti nella pagina dei risultati di ricerca*" si impegna a fornire ai consumatori "*un'adeguata informativa circa (i) il criterio utilizzato per ordinare i risultati di ricerca, nonché (ii) la potenziale influenza dell'ammontare della commissione pagata dalle strutture partner sul loro posizionamento*" (Impegno B.1).

25. Booking, "*[n]el caso i pagamenti effettuati dalle Strutture Partner [possano] avere un impatto sul posizionamento*" di un annuncio, si impegna "*a informare di ciò il consumatore attraverso un testo statico*⁴ *mostrato*

³ [Cfr. memoria del 16 gennaio 2019.]

⁴ [Negli Impegni, per "Testo Statico" si intende "un testo mostrato sulla Piattaforma senza che sia necessaria un'ulteriore azione del consumatore".]

*in modo chiaro e prominente*⁵ che potrà essere posizionato (a) nella medesima pagina web o schermata dei risultati di ricerca, oppure (b) su una qualunque pagina web o schermata dove il consumatore possa effettuare una ricerca per un alloggio, oppure (c) su una pagina web o schermata da mostrare nel periodo intercorrente tra l'effettuazione di una ricerca e la presentazione dei relativi risultati (Impegno B.2).

Booking si impegna inoltre a fornire ulteriori dettagli sulle modalità con cui il pagamento delle commissioni potrebbe influenzare il *ranking* dei risultati di ricerca, attraverso un appropriato *link* di accesso (Impegno B.2).

26. Infine, Booking si impegna ad assicurare che l'annuncio di un alloggio "sia mostrato in uno Slot Predefinito⁶ in ragione della commissione extra pagata dalla rispettiva struttura Partner", sia "a) etichettato come tale in modo chiaro e prominente e b) indicato in modo da distinguerlo dagli altri" (Impegno B.3).

III.2.3 La presentazione degli sconti

27. Booking ha presentato impegni volti ad assicurare che gli sconti non siano confusi con altre comparazioni di prezzo⁷ e a garantire una corretta rappresentazione degli sconti stessi.

III.2.3.1 La comparazione di prezzi riferiti a circostanze diverse

28. Gli Impegni enunciano innanzitutto il principio secondo cui è necessario che i consumatori non siano fuorviati dal confronto tra il prezzo al quale l'alloggio è offerto sulla base dei parametri di ricerca impostati ed il prezzo al quale l'alloggio sarebbe offerto in circostanze diverse (oppure è offerto su altre piattaforme).

In applicazione di tale principio, Booking (Impegno C.1) si impegna "a non creare l'impressione che la comparazione tra il Prezzo di Offerta e il prezzo richiesto per il medesimo Alloggio in circostanze diverse rispetto a quelle selezionate dal consumatore (e.g. di Prezzo di Offerta richiesto per date di soggiorno diverse) indichi uno Sconto" e a tal fine si impegna:

- a indicare e differenziare i due elementi della comparazione "in modo chiaro e prominente", attraverso un testo statico permanente adiacente alla comparazione;
- a non presentare la comparazione barrando il prezzo o con qualsiasi altra modalità equivalente usualmente utilizzata per indicare degli sconti;
- non utilizzare frasi che presentino il risultato della comparazione - come uno sconto - quale, ad esempio, "sconto del X %", "ribassato" o "super affare" o altre espressioni normalmente utilizzate per indicare uno sconto;
- non accompagnare la comparazione con specifici *claim* di valore (p.es. "super affare") normalmente utilizzati per indicare uno sconto, a meno che la formulazione dei suddetti *claim* non faccia espresso riferimento alla comparazione (p.es. "super affare se confrontato con...").

29. Inoltre, Booking ha offerto un impegno (Impegno C.2) anche riguardo alla comparazione tra il prezzo offerto sulla piattaforma Booking.com per un alloggio e un'altra offerta per un alloggio presente su un altro sito (p.es. un altro sito di prenotazione oppure il sito della struttura ricettiva) –aspetto quest'ultimo non esplicitamente trattato nella comunicazione di avvio, ma parte degli Impegni *EU-wide* accettati dal CPC network.

Anche in questo caso, Booking dovrà differenziare in modo chiaro e evidente le due offerte, specificando il nome della struttura ricettiva o del sito di prenotazione, e dovrà evitare di creare l'impressione che si tratti di uno sconto. Inoltre, dovrà fornire tutti i necessari dettagli della comparazione, assicurare che l'offerta sul proprio sito sia effettivamente disponibile e che la comparazione non diventi ingannevole a causa di modifiche effettuate sul sito comparato.

III.2.3.2 La genuinità degli sconti

30. Riguardo agli sconti propriamente detti, gli Impegni affermano che il principio al quale Booking dovrà attenersi è che i consumatori non devono essere ingannati e che le comparazioni di prezzo presentate come sconti devono rappresentare dei risparmi genuini per i consumatori stessi.

Affinché un risparmio possa definirsi genuino e autentico, deve, in buona sostanza, riferirsi al prezzo che il consumatore avrebbe normalmente pagato per lo stesso alloggio, tenendo conto delle circostanze specificate nei criteri di ricerca del consumatore (destinazione, date, tipo di camera ecc.). A tal fine, negli Impegni si definisce il "Prezzo standard" come "la tariffa alla quale è genuinamente disponibile un Alloggio alla luce dei criteri di ricerca inseriti dal consumatore (e.g. Destinazione, date, tipo di camera e Condizioni di Prenotazione)".

Booking, al fine di rendere le proprie condotte coerenti con il principio suddetto, si impegna:

⁵ [L'espressione "in modo chiaro e prominente" è definita negli Impegni in questo modo: "le informazioni cui si fa riferimento saranno fornite utilizzando parole chiare, facilmente comprensibili, accurate e non fuorvianti e saranno mostrate al consumatore, senza che sia da parte sua necessaria un'ulteriore azione, in un carattere, dimensioni, colore e posizione tali da consentire allo stesso l'identificazione, la lettura e la comprensione delle menzionate informazioni, anche in considerazione della presenza di altre informazioni nella stessa pagina" (sottolineatura aggiunta).]

⁶ [Gli Impegni definiscono "Slot predefinito" come "uno specifico slot (i.e. il riquadro dei Risultati di Ricerca nel quale viene mostrato un Alloggio) che è stato riservato o destinato in anticipo a un determinato (tipo di) Alloggio".]

⁷ [Per "sconto" negli Impegni si intende "una riduzione del prezzo rispetto al Prezzo Standard" cui è offerto quello stesso alloggio, cioè rispetto alla "tariffa alla quale è genuinamente disponibile un Alloggio alla luce dei criteri di ricerca inseriti dal consumatore (e.g. Destinazione, date, tipo di camera e Condizioni di Prenotazione). Se le circostanze cui sono riferiti i prezzi messi a raffronto sono differenti, si tratta di una "comparazione di prezzi relativi a circostanze diverse".]

- a fornire, attraverso un *link* o un *hovern*text o altri strumenti, dettagli riguardo al "Prezzo standard" al quale viene applicato lo sconto, da chiunque sia applicato (la struttura ricettiva o Booking stesso);
- ad assicurare che il prezzo utilizzato come comparatore per lo sconto sia effettivamente il Prezzo della tariffa standard che il consumatore avrebbe dovuto effettivamente pagare al verificarsi delle circostanze indicate nella sua ricerca.

31. In particolare, per quanto riguarda gli sconti definiti da Booking stesso, il professionista metterà a punto tutto l'iter necessario per assicurare che il termine preso quale riferimento per il calcolo dello sconto possa integrare il Prezzo standard.

Invece, per quanto riguarda gli sconti definiti dalle strutture ricettive, Booking segnalerà alla struttura le norme o le linee guida nazionali applicabili, ove disponibili, e si impegna (i) a porre in essere una serie di meccanismi idonei – quali *audit* regolari o altri mezzi tecnici - a garantire che il Prezzo Standard rispetto al quale lo sconto è calcolato sia effettivamente praticato e (ii) ad adottare i provvedimenti appropriati per assicurare il rispetto delle regole da parte della struttura Partner nel caso in cui il Prezzo Standard non sia genuino.

III.2.4 Claim di disponibilità e popolarità

32. Booking si è impegnato ad assicurare che le diciture circa la "popolarità⁸ e la disponibilità⁹ degli alloggi" siano "chiare"¹⁰, corredate dalle informazioni necessarie circa i presupposti, le limitazioni e le circostanze sulla base delle quali vengono fatte, e sostanziate dai dati in possesso del professionista (impegno D.1).

33. In particolare (Impegno D.2):

- se l'affermazione non si basa su dati in tempo reale, Booking renderà noto il periodo di tempo cui l'annuncio si riferisce (p.es. "negli ultimi X minuti"), almeno nello stesso formato dell'annuncio e in modo chiaro e prominente;
- se le indicazioni riguardanti il numero di utenti che stanno guardando, prenotando o effettuando una ricerca per una destinazione, un alloggio o un tipo di stanza non sono attinenti alla destinazione, alle date di soggiorno o al tipo di stanza per i quali il consumatore ha effettuato la ricerca, Booking provvederà almeno ad indicarlo nello stesso formato utilizzato per le affermazioni in questione e in modo parimenti chiaro e prominente;
- le affermazioni relative alla disponibilità delle stanze devono essere chiaramente riferite alla disponibilità sulla piattaforma Booking;
- le affermazioni riguardo al numero di stanze disponibili in una struttura devono includere tutte le qualificazioni necessarie (p. es. che l'affermazione si riferisce soltanto alle stanze offerte ad un certo prezzo o di un particolare tipo e non a tutte le stanze).

34. Booking ha presentato inoltre impegni riguardanti le offerte valide per un periodo limitato e le modalità di inserimento nel *ranking* anche delle strutture ricettive esaurite, in posizioni predeterminate.

Riguardo alle prime, gli Impegni prevedono che le offerte valide per un periodo limitato non debbano essere disponibili dopo il periodo di scadenza dichiarato (Impegni D.3-D.5).

Per le seconde si stabilisce principalmente che tali strutture – se inserite nel ranking dei risultati di ricerca – devono occupare la posizione che sarebbe stata loro assegnata se avessero avuto alloggi disponibili (invece di posizioni predeterminate, anche di grande visibilità, come accade adesso) (Impegno D.6).

III.2.5 La natura di privato o professionista della struttura partner

35. Booking ha inserito anche negli Impegni offerti all'Autorità, sulla scorta degli impegni *EU-wide*, un impegno riguardante l'esplicitazione della natura di privato o la veste di professionista di colui che offre l'alloggio.

In particolare, "[i]n tutti i casi in cui la natura di privato o professionista della Struttura Partner che offre l'Alloggio non sia già ovvia o evidente (e.g. dal nome o da altre caratteristiche esplicite dell'Alloggio), Booking si impegna ad adottare tutte le misure più adeguate al fine di distinguere, fin dal primo momento in cui gli Alloggi sono presentati ai consumatori e In Modo Chiaro e Prominente, se questi sono offerti da privati o professionisti" (Impegno E.1).

III.2.6 Omissioni relative ai costi impliciti della preautorizzazione

36. Per le prenotazioni (effettuate da un IP italiano) che non prevedono il pagamento anticipato, Booking (i) modificherà gli attuali messaggi "non serve alcun pagamento anticipato – paga in struttura" aggiungendo la precisazione che la struttura, al fine di garantire la prenotazione, potrebbe temporaneamente bloccare una somma di danaro sulla carta di credito del consumatore prima dell'arrivo in struttura (Impegno F.1), e (ii) trasferirà ai consumatori, in modo chiaro e evidente durante il processo di prenotazione, le informazioni inserite nella Extranet dalla struttura ricettiva riguardo alla pre-autorizzazione. Le informazioni in questione verranno inserite, in particolare, nella pagina relativa alle "Condizioni di prenotazione" dello specifico alloggio e nella pagina dove si inseriscono i dati della carta di credito data in garanzia (Impegno F.3).

Inoltre, Booking si è impegnato a chiedere a tutte le strutture ricettive di aggiornare le informazioni presenti sulla Extranet, indicando se intendono adottare la pre-autorizzazione (impegno F.2).

⁸ [Quante persone hanno visto / prenotato una certa struttura o effettuato una ricerca per una certa destinazione.]

⁹ [Numero di alloggi disponibili in una certa struttura o di strutture ricettive con alloggi disponibili in una certa destinazione.]

¹⁰ [Cioè, sulla base della definizione del termine contenuta negli Impegni, "facilmente comprensibili, accurate e non fuorvianti".]

III.2.7 Gestione dell'overbooking

37. Booking si è impegnato a porre in essere una serie di azioni volte ad informare i consumatori delle procedure esistenti in caso di *overbooking* e dei diritti spettanti ai consumatori stessi.

In particolare, Booking si è impegnato a fornire ai consumatori l'informazione (i) che le strutture partner sono tenute ad onorare le prenotazioni effettuate dai consumatori e che sono le sole responsabili della gestione dei casi di *overbooking* e (ii) che Booking ha predisposto delle Linee Guida per risolvere i casi di *overbooking* e che presta supporto per la risoluzione di tale situazioni (Impegno G.1).

Booking informerà altresì i consumatori che la risoluzione dei casi di *overbooking* può consistere nella cancellazione gratuita della prenotazione originaria (con rimborso di quanto eventualmente pagato), oppure nella scelta di una sistemazione alternativa (almeno di categoria simile e stesso prezzo di quella originaria), se disponibile (Impegno G.2). Tali informazioni saranno rese disponibili nella sezione "Come lavoriamo" e nella sezione "Trova informazioni" della pagina "Aiuto e assistenza clienti". In tali pagine sarà inserito anche un *link* alle informazioni relative alla tempistica dei rimborsi.

38. Per quanto riguarda la tempistica di rimborso, Booking ha offerto impegni diversificati a seconda del soggetto al quale sono stati fatti i pagamenti.

Nel caso di pagamenti fatti direttamente a Booking, il professionista si è impegnato ad informare i consumatori che effettuerà il 90% dei rimborsi entro 5 giorni lavorativi¹¹ dalla cancellazione della prenotazione, oppure dal ricevimento della prova dell'avvenuto soggiorno presso una struttura alternativa (Impegno G.3).

Nel caso di prenotazioni pagate direttamente alle strutture ricettive, Booking si è impegnato ad informare i consumatori del fatto che esso si adopera affinché le strutture partner procedano al rimborso in tempi brevi (Impegno G.4).

III.2.8 Gestione dei reclami

39. Booking si è impegnato ad informare i consumatori dell'esistenza di procedure di trattazione dei reclami da parte di Booking e dei canali attraverso i quali tali reclami possono essere presentati (Impegno H.1). Tali informazioni saranno reperibili nella sezione "Come lavoriamo" e nella sezione "Trova informazioni" della pagina "Aiuto e assistenza clienti", dove verranno anche inseriti dei collegamenti ipertestuali alle informazioni sulla tempistica di risoluzione dei reclami.

Booking si è inoltre impegnato ad informare i consumatori che i reclami saranno presi in carico il prima possibile sulla base della priorità della richiesta e che per il 75% una prima risposta sarà fornita entro 72 ore dal ricevimento del reclamo ed entro 10 giorni per il 95% dei reclami (Impegno H.2).

40. Per quanto riguarda le discrasie tra le descrizioni della struttura e dei servizi e quanto effettivamente riscontrato dal consumatore, Booking informerà i consumatori, attraverso la sezione "Come lavoriamo", che la società verifica le discrasie segnalate, chiede ai Partner di modificare le informazioni sulla piattaforma e, nei casi gravi ed inequivocabili di ripetute discrasie informative ed inerzia della struttura, si riserva la possibilità di sospendere il partner dalla piattaforma (Impegno H.3).

41. Infine, con riferimento ai reclami relativi alla richiesta, da parte delle strutture ricettive, di prezzi diversi da quelli ai quali era stata effettuata la prenotazione, a causa del caricamento di tariffe errate sulla piattaforma, Booking comunicherà ai consumatori che la struttura ricettiva è tenuta ad informare i consumatori dell'errore il più presto possibile ed entro un tempo ragionevole prima della data del soggiorno e che Booking interverrà per facilitare l'interlocuzione tra i consumatori e le strutture partner (Impegno H.4).

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

42. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa/per via televisiva/attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 4 febbraio 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

43. Con parere pervenuto in data 3 marzo 2020, la suddetta Autorità ha affermato che, con riferimento al caso di specie, il mezzo *Internet* risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sul consumatore medio il quale, consultato il sito *Booking.com*, viene indotto a prenotare alloggi convinto di ottenere un considerevole risparmio economico e un vantaggio in termini di qualità ed affidabilità nell'organizzazione dei propri viaggi e che perciò tale mezzo sia idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

44. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a far venire meno i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 20 novembre 2018.

Nel complesso, infatti, questi impegni appaiono idonei a fornire ai consumatori un quadro informativo corretto e trasparente relativamente ai prezzi, alle modalità di ordinamento dei risultati, agli sconti offerti, alla disponibilità e

¹¹ [Tempistica al netto dei tempi impiegati dal sistema bancario per effettuare i relativi accrediti.]

popolarità degli alloggi, nonché ai costi impliciti delle prenotazioni con pagamento differito, che permetteranno al consumatore una scelta maggiormente consapevole tra le diverse alternative offerte.

Inoltre, gli impegni appaiono in grado di consentire al consumatore di comprendere ed esercitare i propri diritti nel caso in cui dovessero sorgere problematiche nella fruizione dei servizi prenotati e di chiarire le responsabilità della piattaforma e dei fornitori degli alloggi.

45. In particolare, si ritiene che le misure proposte relativamente all'indicazione del prezzo totale e al suo utilizzo, qualora il consumatore voglia ordinare i risultati di ricerca in base al prezzo, siano idonee a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio.

Infatti, gli impegni assicurano che il prezzo indicato rappresenti il costo effettivo del soggiorno, comprendente tutte le spese non evitabili (e.g., spese di pulizia, tasse di soggiorno e altre imposte) che sono ragionevolmente calcolabili in anticipo sulla base dei criteri di ricerca e che il consumatore sarà obbligato a pagare, al momento della prenotazione, o direttamente presso la struttura ricettiva, coerentemente con i principi di correttezza e trasparenza del Codice del Consumo.

Inoltre, la più accurata presentazione dei prezzi in valuta estera e delle loro modalità di calcolo permetterà di risolvere le problematiche di trasparenza evidenziate in alcune segnalazioni¹².

Infine, l'ordinamento dei risultati sulla base del prezzo, essendo ora basato sul prezzo totale, inclusivo di tutte le spese non evitabili ragionevolmente calcolabili in anticipo, rifletterà l'effettiva convenienza economica relativa degli alloggi presentati.

46. Per quanto riguarda l'ordinamento dei risultati di ricerca, gli Impegni rendono trasparente il fatto che esso, in particolare nel caso dell'ordinamento di *default* (attualmente denominato "le nostre scelte top"), può essere non neutrale ma influenzato dai pagamenti che le strutture ricettive fanno a Booking.com¹³.

Il consumatore infatti non solo verrà avvertito, mediante un apposito testo statico inserito in posizione chiaramente visibile al momento della presentazione dei risultati di ricerca o immediatamente prima, del fatto che l'ordinamento presentato potrebbe essere influenzato dalle commissioni pagate a Booking, ma sarà adeguatamente informato sul modo in cui le commissioni pagate possono influenzare l'ordinamento dei risultati di ricerca tramite un apposito *link*.

Inoltre, in tutti i casi in cui una struttura ricettiva sia posta in una posizione predeterminata soltanto a causa delle commissioni extra pagate, tale circostanza dovrà essere adeguatamente evidenziata, proprio per sottolineare che la posizione occupata non è quella "naturale", ma è dovuta soltanto alle maggiori commissioni corrisposte alla piattaforma.

47. Per quanto riguarda la prospettazione degli sconti, gli Impegni appaiono in grado di assicurare che comparazioni riferite a prezzi ordinariamente praticati in circostanze diverse, ad esempio in diversi periodi dell'anno, non siano confuse con gli sconti e che gli sconti siano rappresentati in modo che corrispondano a risparmi genuini.

48. Gli Impegni, infatti, prevedano che Booking possa proporre comparazioni di prezzi relativi a circostanze diverse soltanto con modalità idonee ad eliminare qualsiasi dubbio circa la natura di tali comparazioni, distinguendole chiaramente dagli sconti propriamente detti. In questo senso, Booking non solo dovrà indicare per mezzo di un testo statico immediatamente percepibile dal consumatore le caratteristiche dei prezzi comparati, ma la comparazione non dovrà contenere nessuna delle espressioni e dei segni grafici normalmente associati ad uno sconto, quale, *in primis*, il prezzo barrato.

Gli Impegni, in particolare, escludono del tutto la possibilità di effettuare comparazioni rispetto ad un prezzo di riferimento arbitrariamente scelto da Booking o dalla struttura ricettiva - quale ad esempio il terzo prezzo più alto praticato dalla struttura ricettiva in un intervallo di venti giorni intorno alla data indicata dal consumatore al momento della ricerca - cui si faceva esplicito riferimento nella comunicazione di avvio.

49. La genuinità degli sconti propriamente detti è garantita attraverso l'impegno che essi siano riferiti al prezzo che un consumatore avrebbe normalmente pagato per lo stesso alloggio nelle circostanze specificate nei criteri di ricerca del consumatore (destinazione, date, tipo di camera ecc.) e assicurando che il consumatore sia informato del prezzo preso a riferimento.

50. Gli Impegni proposti da Booking sul punto appaiono di significativo valore perché non solo ribadiscono un principio generale di trasparenza e correttezza degli sconti ma, soprattutto, perché stabiliscono la responsabilità di Booking nell'assicurare che gli sconti presenti sulla propria piattaforma, inclusi quelli definiti dalle strutture ricettive, siano corretti.

A tal fine, infatti, Booking si è vincolata ad obblighi informativi, nonché a verificare successivamente e a intervenire nei confronti delle strutture ricettive che dovessero aver indicato sconti non genuini, al fine di condizionare gli inserzionisti ad un comportamento corretto.

51. Le misure proposte dai professionisti riguardo ai *claim* di disponibilità e popolarità degli alloggi assicurano che tali *claim* siano adeguatamente qualificati e riferiti ai parametri di ricerca (destinazione, date, ecc.) impostati dal consumatore, in modo da evitare di creare false impressioni di scarsità e di affrettare la scelta del consumatore.

¹² [Cfr., p.es., prot. 80000 del 13/12/2019.]

¹³ [P.es., le strutture "preferite" pagano una commissione più elevata per essere nel "Programma Preferiti" ed essere posizionate prima delle altre; inoltre, il pagamento, per periodi limitati, di commissioni più elevate può aiutare una struttura ad ottenere un migliore posizionamento, pur non essendo tale miglioramento garantito dall'algoritmo di ordinamento dei risultati di ricerca.]

Sulla base degli Impegni assunti, Booking preciserà non solo l'intervallo temporale cui si riferiscono tali affermazioni, ma anche che il numero di persone che hanno visto/prenotato/stanno ricercando un alloggio siano specificamente riferite alle date indicate dal consumatore nella sua ricerca; già oggi sulla Piattaforma compaiono messaggi del tipo "x prenotazioni per le tue date nelle ultime y ore sul nostro sito". Inoltre, verrà chiarito che gli eventuali *claim* di disponibilità si riferiscono alla sola disponibilità sulla piattaforma Booking.com e tali *claim* saranno qualificati riguardo all'alloggio al quale si riferiscono (p.es., qualora il prezzo mostrato si riferisca ad un tipo specifico di stanza - stanza con letto matrimoniale alla francese -, tale tipo specifico di stanza dovrà essere indicato nell'annuncio e gli eventuali *claim* di disponibilità dovranno fare esplicitamente riferimento ad essa; già oggi sulla Piattaforma sono presenti messaggi contenenti precisazioni quali "restano solo x camere come questa sul nostro sito").

52. Concorrono ad evitare che si creino false impressioni di scarsità anche gli Impegni relativi alle modalità di inserimento nel *ranking* delle strutture ricettive esaurite - che dovranno occupare la posizione che sarebbe stata loro assegnata se avessero avuto alloggi disponibili, invece di posizioni predeterminate.

Le modalità di presentazione delle offerte a tempo assicureranno che esse siano genuinamente disponibili per un periodo limitato e che tra due offerte consecutive trascorra un periodo adeguato.

53. Alla luce del grande sviluppo del canale delle locazioni brevi di case ed appartamenti, appare di grande rilievo l'impegno relativo alla trasparenza sulla qualificazione professionale o privata del titolare della struttura ospitante, anche al fine di rendere il consumatore consapevole dei diritti che potrà esercitare in un caso o nell'altro.

54. Riguardo ai costi impliciti delle prenotazioni con pagamento differito dovuti alla procedura di pre-autorizzazione, gli impegni appaiono in grado di colmare il *deficit* informativo riguardo alla possibilità che la struttura ricettiva, in caso di pagamento differito rispetto al momento della prenotazione, possa bloccare un certo ammontare sulla carta di credito data in garanzia.

In particolare, tale informazione sarà resa disponibile in diversi momenti del processo di prenotazione e comunque prima che il consumatore concluda la prenotazione, con tutti i dettagli che la struttura vorrà indicare, in base alle regole dei circuiti emittenti le carte di credito sulla pre-autorizzazione e alle proprie scelte riguardo all'ammontare e alle modalità del blocco.

55. Per ciò che concerne la gestione degli *overbooking*, gli impegni dei professionisti vanno valutati tenendo conto del fatto che, come emerso in istruttoria, Booking, sia a livello contrattuale che di istruzioni e consigli informali ai propri partners commerciali, avverte le strutture ricettive circa l'opportunità di evitare gli *overbooking*. Questo avviene specificando che in caso di *overbooking* la struttura ha la responsabilità di trovare una adeguata sistemazione alternativa al consumatore e di offrire, in alternativa, il rimborso di quanto pagato. Inoltre, Booking presta la sua assistenza per la ricerca di una sistemazione alternativa e per gestire i rimborsi, qualora nelle sue disponibilità, e ha predisposto delle procedure apposite per la gestione dei casi di *overbooking*.

In questo contesto, gli Impegni renderanno più facile l'esercizio dei propri diritti contrattuali da parte dei consumatori, rendendoli consapevoli di quali siano i propri diritti in caso di *overbooking* e quindi di esercitarli nei confronti del soggetto responsabile. Inoltre, essi permettono di avvalersi correttamente dell'assistenza offerta da Booking. Infine, le misure proposte assicurano anche trasparenza sulle tempistiche di rimborso e sulle responsabilità di Booking e della struttura ricettiva nella gestione dei rimborsi stessi.

56. Anche gli Impegni relativi alla gestione dei reclami vanno valutati tenendo conto di quanto emerso nel corso dell'istruttoria.

L'istruttoria ha messo infatti in luce l'esistenza di procedure interne di trattazione dei reclami, orientate alla risoluzione extragiudiziale delle controversie, anche attraverso il pagamento di indennizzi in percentuale del prezzo della camera a fronte dei disagi patiti dal consumatore, anche laddove la responsabilità dei disservizi sia sostanzialmente della struttura ricettiva. Peraltro, le discrasie tra la descrizione dell'alloggio e quanto riscontrato dal consumatore vengono verificate e, nelle situazioni in cui la discrasia effettivamente risulti, lo stesso contratto con le strutture ricettive prevede la richiesta di modifica delle informazioni errate e, nei casi più gravi di mancata ottemperanza, la sospensione della visualizzazione della struttura.

57. In questo contesto, le misure proposte dal professionista appaiono in grado di assicurare la necessaria trasparenza sull'esistenza di procedure per la trattazione dei reclami da parte di Booking, vincolano il professionista ad una tempistica di risposta e permettono ai consumatori un più facile e consapevole esercizio dei propri diritti.

58. Anche le misure relative all'informazione dei consumatori riguardo agli obblighi della struttura ricettiva in caso di caricamento di prezzi errati sulla piattaforma appare volta a facilitare l'esercizio dei diritti contrattuali da parte dei consumatori.

59. Infine, il complesso degli Impegni presentati dal professionista appare in grado di esplicitare la dimensione ed i limiti del coinvolgimento di Booking.com nella risoluzione delle problematiche generate dalla prenotazione effettuata tramite la propria piattaforma, a prescindere dall'esistenza di una diretta responsabilità contrattuale della piattaforma stessa nelle ipotesi di carenza del servizio reso dalla struttura ricettiva o inaccuratezza delle informazioni caricate sulla piattaforma.

Essi appaiono quindi in grado di rispondere alle preoccupazioni espresse nella comunicazione di avvio circa la diffusione di informazioni fuorvianti sulla effettiva responsabilità di Booking rispetto alle problematiche post-prenotazione.

60. 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 dalle società Booking.com B.V., Booking.com International B.V. e Booking.com (Italia) S.r.l., 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 delle società Booking.com B.V., Booking.com International B.V. e Booking.com (Italia) S.r.l.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti delle società Booking.com B.V., Booking.com International B.V. e Booking.com (Italia) S.r.l., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalle stesse società proposti in data 12 febbraio 2019, successivamente integrati in data 4 giugno 2019 e sottoposti nella versione consolidata definitiva in data 8 gennaio 2020, come descritti nel Formulario allegato al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che le società Booking.com B.V., Booking.com International B.V. e Booking.com (Italia) S.r.l., entro centoventi giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni;

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) i professionisti non diano attuazione agli impegni;

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 dalle 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 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli