



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 giugno 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” 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;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Etihad Airways – PJSC (di seguito anche, “Etihad”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, con sede legale in Abu Dhabi (Emirati Arabi Uniti) e con sede secondaria in Italia, svolge, da oggetto sociale, svariate attività collegate ai servizi aerei tra le quali, in particolare, il trasporto passeggeri. La documentazione contabile della società, relativa all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2013, presenta un volume d’affari di circa 5 miliardi di dollari.

2. Ryanair Ltd., in qualità di segnalante. La società, con sede legale a Dublino (Irlanda), svolge svariate attività collegate ai servizi aerei tra le quali, in particolare, il trasporto passeggeri.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, in relazione a due distinte pratiche commerciali, di seguito descritte;

Pratica A)

4. Etihad - in seno alla versione italiana del proprio sito aziendale www.etihad.com/it-it/ - presenta unicamente in lingua estera alcune informazioni rilevanti per la clientela nazionale relativamente alle caratteristiche del servizio e all'esercizio di diritti, prerogative e facoltà contrattuali;

Pratica B)

5. In seno alle *Condizioni di Trasporto* è emerso che Etihad, in caso di vendita di biglietti aerei relativi a più tratte ("*Flight Coupon*") - specificamente nel caso di biglietti A/R o con scali intermedi - disporrebbe l'obbligo per il passeggero di utilizzo sequenziale dei tagliandi di volo nell'ordine previsto nel biglietto, pena la perdita di validità del *coupon* medesimo con scioglimento del Vettore dall'obbligo di adempiere al segmento di trasporto successivo ed il pagamento di taluni costi (cd. "*No show rule*"- cfr. articolo 3.3¹).

¹ "3.3 SEQUENZA E USO DEI TAGLIANDI DI VOLO

3.3.1 Il Biglietto del passeggero è valido esclusivamente per il tipo di trasporto indicato sul Biglietto, dalla località di partenza a quella di destinazione con eventuali Luoghi di sosta convenuti. La tariffa pagata dal passeggero è calcolata in funzione delle Tariffe di Etihad Airways ed è valida per il tipo di trasporto indicato sul Biglietto. Essa è parte integrante del contratto in essere tra Etihad Airways e il passeggero. Il Biglietto non sarà accettato e perderà ogni valore e validità se i Tagliandi di volo non sono utilizzati nell'ordine in cui sono stati emessi.

3.3.2 Se il passeggero desidera modificare in qualunque modo il proprio viaggio (ivi compreso l'uso dei Tagliandi di volo in una sequenza diversa rispetto a quella prevista) dovrà contattare Etihad Airways con largo anticipo e in tutti i casi prima del giorno di partenza del volo. Il prezzo del nuovo volo sarà calcolato da Etihad Airways, e se superiore rispetto a quello pagato, il passeggero potrà scegliere se accettare il nuovo prezzo o mantenere le condizioni di trasporto originali, come riportate sul Biglietto. Qualora la modifica di un qualunque dettaglio del volo fosse imposta da cause di forza maggiore, il passeggero dovrà informarne tempestivamente Etihad Airways, affinché quest'ultima possa adottare le opportune misure per assicurare il trasporto del passeggero fino alla Sosta successiva o alla destinazione finale, senza modificare la tariffa (e purché il passeggero fornisca ragionevoli prove della causa di forza maggiore).

3.3.3 Qualora il passeggero scegliesse un vettore diverso senza il consenso di Etihad Airways, Etihad Airways procederà a ricalcolare l'effettiva tariffa del volo. Il passeggero dovrà corrispondere la differenza tra la tariffa corrispondente all'itinerario acquistato ed il prezzo ricalcolato del nuovo itinerario. Se la nuova tariffa è inferiore a quella precedente (dopo aver dedotto le ragionevoli spese amministrative), Etihad

6. Le informazioni in merito alle suddette limitazioni connesse al biglietto A/R (o multi-tratta) prescelto non verrebbero richiamate, tuttavia, ai consumatori, in altre pagine *web* del sito e nemmeno evidenziate adeguatamente durante la procedura di selezione ed acquisto *on line* dell'opzione di viaggio.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

7. In relazione alle condotte commerciali sopra descritte, in data 11 novembre 2016, è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10047 *nei confronti del professionista Etihad Airways – PJSC*, per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

8. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza della succitata Pratica A) e l'ingannevolezza ed aggressività della succitata Pratica

Pratica A)

9. La condotta descritta *supra*, quale **Pratica A)**, potrebbe integrare distinte ipotesi di violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

10. Le succitate informazioni, comunicazioni e modulistica presenti sul sito aziendale, destinate ai consumatori italiani e, tuttavia, ripetutamente rese in lingua diversa (inglese o tedesca) da quella nazionale potrebbero, in

Airways rimborserà la differenza; in ogni caso i Tagliandi di volo non utilizzati non avranno più alcun valore.

3.3.4 Se talune modifiche non comportano alcun aumento della tariffa, altre, tra cui la modifica della località di partenza (ad esempio, se il passeggero decide di non usufruire più della prima tratta) o l'inversione della rotta, possono implicare un aumento del prezzo del biglietto. Molte tariffe speciali sono valide solo per i voli e per le date indicati sul Biglietto e non consentono modifiche o le consentono solo a fronte di un supplemento da pagare a Etihad Airways o a un suo Agente autorizzato.

3.3.5 Ogni Tagliando di volo contenuto nel Biglietto del passeggero sarà considerato valido per il trasporto del passeggero nella classe di volo, per la data e sul volo per il quale è stata effettuata la prenotazione. Nel caso in cui un Biglietto sia emesso originariamente senza alcun riferimento ad una prenotazione, sarà possibile effettuarla successivamente, in conformità con le Tariffe in vigore e in base alla disponibilità sul volo richiesto.

3.3.6 Qualora il passeggero non si presenti entro il Limite di accettazione o modifichi una qualsiasi parte del volo senza informare Etihad Airways con almeno 24 ore di preavviso rispetto a tale limite, Etihad Airways potrà cancellare il volo di ritorno o eventuali prenotazioni successive, addebitando al passeggero ragionevoli spese amministrative. Al contrario, nel caso in cui il passeggero informi il vettore con opportuno preavviso, Etihad Airways non cancellerà le prenotazioni successive.”

concreto, impedire una chiara ed immediata comprensione di caratteristiche e modalità del servizio e del contratto di trasporto. Ciò potrebbe indurre in errore i medesimi consumatori circa elementi e/o dati essenziali della prestazione offerta (ivi compresa l'assistenza post-vendita) con la conseguenza di alterare la loro scelta commerciale nonché creare ostacoli e condizionamenti nell'esercizio di diritti/prerogative/facoltà spettanti alla clientela connessi o consequenziali alla sottoscrizione del relativo contratto (come, ad es., il reclamo per smarrimento o perdita del bagaglio).

Pratica B)

11. I comportamenti descritti sopra, quale **Pratica B)**, potrebbero integrare, invece, distinte violazioni degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

12. La pratica potrebbe, in primo luogo, risultare ingannevole: le modalità sia di proposta che di acquisto del servizio di trasporto non rendono immediatamente e adeguatamente chiara la necessità di utilizzo sequenziale del biglietto. Trattandosi di una limitazione di assoluta rilevanza commerciale, che qualifica e connota in modo specifico l'offerta del professionista - diversa da quella che è la naturale fruizione e percezione del servizio di trasporto da parte dei consumatori, ovvero l'acquisto di servizio di trasporto relativo a due o più tratte distinte - essa è tale da richiedere un'immediata caratterizzazione in modo da permettere al consumatore di comprendere adeguatamente, fin dal primo contatto, la peculiarità di tale offerta combinata e l'evidente limitazione nella modalità di fruizione.

13. La mancanza di adeguata specificazione di tali caratteristiche in seno alla procedura di acquisto - con evidenza grafica almeno pari a quella degli altri elementi essenziali della prestazione (come il prezzo) - appare, quindi, idonea ad indurre in errore il consumatore, portandolo ad assumere una decisione commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Ciò appare tanto più rilevante ove si consideri che, di fatto, il consumatore resta esposto al rischio di una conoscenza intempestiva (vale a dire in aeroporto, all'atto dell'imbarco) dell'annullamento del trasporto successivo contemplato nel proprio titolo di viaggio in caso di *no show* al segmento precedente.

14. La pratica in esame risulterebbe, altresì, aggressiva: vengono in evidenza, oltre all'assenza di un diritto di rimborso relativamente al servizio annullato, anche la mancanza di una procedura certa e specifica con la quale il consumatore possa informare il professionista dell'intenzione di fruire del

servizio di trasporto successivo pur non avendo utilizzato il precedente, senza incorrere in un obbligato adeguamento tariffario e/o al pagamento di consistenti costi, ordinariamente più onerosi. L'attuale modulazione, infatti, non appare ragionevole se riferita alla circostanza che si tratta di un servizio già prenotato e debitamente pagato dal consumatore e di cui questi potrebbe voler continuare ad avvalersi, ancorché in modo parziale.

15. La società, in data 12 gennaio e 10 febbraio 2017, ha depositato le proprie memorie difensive.

16. In data 7 aprile 2017 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

Pratica A)

17. Con riferimento alla Pratica A) Etihad - in seno alla versione italiana del proprio sito aziendale www.etihad.com/it-it/ - ha presentato e presenta unicamente in lingua estera alcune informazioni rilevanti per la clientela nazionale relativamente alle caratteristiche del servizio e all'esercizio di diritti, prerogative e facoltà contrattuali.

18. In particolare, la versione *on line* delle “**Condizioni di Trasporto**” non risulta disponibile in lingua italiana durante la procedura *on line* di acquisto del biglietto (allorquando il consumatore, prima del pagamento, è invitato a perfezionare la transazione apponendo un segno di spunta a comprova dell'avvenuta *comprensione e accettazione* dei “Termini e condizioni di trasporto” ivi direttamente linkati: cliccando su tale link si giungerebbe, infatti, alle sole versioni inglese e tedesca delle condizioni contrattuali comunque praticate dal professionista alla clientela italiana) e non lo è stata neanche, per un determinato periodo, accedendovi dalla *homepage* del sito. Anche in seno alle FAQs, l'eventuale approfondimento in corrispondenza di taluno dei singoli quesiti è consistito, per un determinato periodo, nel mero rinvio alle Condizioni di Trasporto come linkabili, sulla medesima pagina web, nella versione in lingua inglese o tedesca.

19. Anche le articolate e complesse *regole tariffarie* stabilite dal Vettore non sono accessibili in lingua italiana ai passeggeri: infatti, durante la procedura di acquisto *on line* sul suddetto sito aziendale, i link “**visualizzare le norme sulla tariffa**” e “**regole tariffarie**” – presenti rispettivamente sul lato destro della pagina dopo la scelta delle caratteristiche del viaggio e poco prima del

pagamento, accanto alle *condizioni di trasporto* - conducono ad un ampio testo redatto esclusivamente in inglese e peraltro recante, in più di un caso, abbreviazioni non sempre comprensibili.

20. Risulta, altresì, disponibile solo in inglese il *form* elettronico accessibile alla clientela sul medesimo sito aziendale al fine di sporgere reclamo in ordine a vari disservizi relativi ai bagagli.

21. Nello specifico, si rileva che la suddetta pratica è stata posta in essere a decorrere dal febbraio 2013 e che: a) la versione *on line* delle “**Condizioni di Trasporto**” non è stata disponibile in lingua italiana durante la procedura *on line* di acquisto del biglietto fino al febbraio 2017 e accedendovi dalla *homepage* del sito fino ad agosto 2016; le FAQs non sono state disponibili in lingua italiana fino a dicembre 2014 e successivamente, tra maggio e luglio 2016; le *regole tariffarie* e il *form* elettronico accessibile alla clientela sul medesimo sito aziendale al fine di sporgere reclamo in ordine a vari disservizi relativi ai bagagli non sono tuttora disponibili²;

Pratica B)

22. Con riferimento alla Pratica B) è emerso, invece, in seno alle *Condizioni di Trasporto*, che Etihad, in caso di vendita di biglietti aerei relativi a più tratte (“*Flight Coupon*”) - specificamente nel caso di biglietti A/R o con scali intermedi - dispone l’obbligo per il passeggero di utilizzo sequenziale dei tagliandi di volo nell’ordine previsto nel biglietto, pena la perdita di validità del *coupon* medesimo con scioglimento del Vettore dall’obbligo di adempiere al segmento di trasporto successivo ed il pagamento di taluni costi (cd. “*No show rule*”- cfr. articolo 3.3.). La possibilità di utilizzare il segmento di trasporto successivo a quello non fruito nel *coupon* è subordinata all’obbligo del passeggero di contattare in anticipo la compagnia al fine di comunicare la modifica del trasporto originariamente prenotato nonché al “ricalcolo” della tariffa già pagata e al suo possibile aumento: l’omessa regolarizzazione del pagamento conseguente alla modifica richiesta - la corresponsione della differenza di prezzo qualora la tariffa originaria sia inferiore a quella ricalcolata - toglie qualsiasi validità ai tagliandi di volo non ancora utilizzati dal passeggero.

23. Le informazioni in merito alle suddette limitazioni connesse al biglietto A/R (o multi-tratta) prescelto non sono richiamate, tuttavia, ai consumatori,

² Cfr. doc 7 (protocollo 11796 del 12 gennaio 2017) ed 8 (protocollo 19172 del 10 febbraio 2017), rappresentati dalle memorie difensive della parte.

in altre pagine *web* del sito e nemmeno evidenziate adeguatamente durante la procedura di selezione ed acquisto *on line* dell'opzione di viaggio. Da simulazioni effettuate sul predetto sito *web*, nello specifico, emerge che, durante la procedura di acquisto di biglietti A/R, dopo la scelta delle coordinate di viaggio e relativamente a ciascuna tratta, appare l'indicazione di talune "penali" – diversamente quantificate a seconda dell'opzione tariffaria prescelta – applicabili al sorgere di varie eventualità/evenienze, ivi compreso il *cambio data di viaggio* richiesto dal passeggero. Durante la medesima procedura, tuttavia, risultano assenti *alert* immediati circa l'esistenza e l'applicazione della "*no show rule*" e per avere contezza della stessa, nonché delle specifiche *commissioni amministrative* o *penali* addebitabili, il passeggero deve cliccare sui contigui link "*Condizioni di trasporto*" e "*regole tariffarie*" ove le relative indicazioni sono reperibili solo all'interno di integrale e complessa informativa resa, come si è visto sopra, esclusivamente in lingua estera.

24. La suddetta pratica è stata posta in essere quantomeno a decorrere dal febbraio 2013³.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

25. Il professionista, che non ha evidenziato alcunché relativamente alla Pratica A), ha rilevato, invece, con riferimento alla Pratica B), che:

- al fine di offrire al passeggero il maggior beneficio derivante da tariffe aeree a costo inferiore, l'aerolinea deve essere in condizione di gestire la disponibilità dei posti in maniera flessibile e ottimale. Per tale motivo si offrono una serie di tariffe ridotte basate sulla disponibilità e la richiesta di specifici itinerari richiesti dai passeggeri. Ad esempio la miglior tariffa per il biglietto A/R Milano-AbuDhabi-Singapore è pari ad €553 mentre la miglior tariffa per un volo di sola andata Singapore- AbuDhabi-Milano è pari ad € 637. Entrambe le tariffe si riferiscono ad un volo nella stessa data e classe. La differenza di prezzo è dovuta alla diversa domanda riscontrata nei due mercati. Se la compagnia legittimasse l'utilizzo del segmento di ritorno in mancanza dell'utilizzo del segmento di andata ciò potrebbe essere causare un indebolimento della determinazione dei prezzi di vendita;
- il posto su un volo è considerato essere soggetto a decadenza e quindi "deperibile". Ciò perché, se un posto non viene venduto prima della

³ Cfr. doc 7 (protocollo 11796 del 12 gennaio 2017) ed 8 (protocollo 19172 del 10 febbraio 2017), rappresentati dalle memorie difensive della parte.

partenza, da questo non potrà essere generato alcun ricavo per la compagnia. Nel caso in cui il passeggero non si presenti all'imbarco senza averne preventivamente dato notizia alla compagnia aerea, il posto inizialmente per esso riservato non potrà essere venduto a nessuno e l'aerolinea è costretta a sostenere direttamente il costo pari al ricavo che sarebbe stato generato dalla vendita del medesimo. Conseguentemente, la possibilità per la compagnia aerea di offrire tariffe a costo ridotto per i biglietti viene compromessa. Quando il passeggero non si reca all'imbarco del proprio volo, Etihad è obbligata a cancellare le altre prenotazioni nell'ambito dell'itinerario di viaggio, in modo da garantire che le tratte successive possano essere liberate e riproposte in vendita sul mercato entro tempi molto brevi. Ad esempio, il biglietto A/R in business class per la tratta Roma-AbuDhabi-Sydney con scalo ad AbuDhabi è in vendita ad una tariffa pari ad € 3.272 mentre la tariffa per un biglietto A/R AbuDhabi-Sydney è pari ad € 4.184 nella medesima classe e data. La differenza di prezzo è dovuta alla differenza della domanda sul rispettivo mercato. Pertanto, se la compagnia permettesse ad un passeggero, che acquista il predetto volo da Roma, senza presentarsi a bordo del volo Roma-AbuDhabi, per usufruire del prezzo inferiore, ciò pregiudicherebbe la struttura e la determinazione delle tariffe di Etihad, con conseguente danno economico dell'impresa;

- l'importo dovuto in caso di "no show" dipende dal tipo di biglietto acquistato e dall'itinerario;

- ogni tariffa è soggetta a determinate condizioni e, conseguentemente, alcune non sono rimborsabili o modificabili, mentre altre sono soggette a meno restrizioni. Nel caso in cui un segmento del volo non venga utilizzato, la tariffa viene ricalcolata sulla base dell'itinerario effettivamente "volato" e nel caso in cui la tariffa risulti inferiore a quella originariamente prevista, la società rimborsa la differenza. Tutte le tasse relative alle parti del volo prenotato non utilizzate, invece, vengono rimborsate.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

26. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo web, in data 28 aprile 2017 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

27. Con parere pervenuto in data 25 maggio 2017, la suddetta Autorità, richiamando l'art. 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo, ha ritenuto di esprimere le proprie valutazioni con esclusivo riguardo all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato dal professionista *de quo* per diffondere la pratica commerciale contestata, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica, esprimendo il proprio parere nel senso che:

- internet è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a influenzarne il comportamento, e che le comunicazioni commerciali diffuse on line in merito ai servizi di trasporto aereo da parte delle varie compagnie, interessando ampie fasce della popolazione, sono oggetto di particolare attenzione da parte del viaggiatore/consumatore, che, influenzato da una strategia aziendale sibillina e in ipotesi mistificatoria, potrebbe preferire servizi aerei A/R o con scali intermedi evidenziati sul sito internet della società, ritenendoli potenzialmente in grado di soddisfare esigenze personali e/o professionali;
- il consumatore, indotto alla consultazione diretta del sito internet per esaminare le offerte di biglietti aerei, condizionato dalle comunicazioni commerciali diffuse on line sul sito aziendale in merito ai servizi di trasporto aereo A/R o con scali intermedi, potrebbe poi ritenere convenienti i servizi in questione e fruire effettivamente delle prestazioni del professionista aderendo all'acquisto del biglietto, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line;
- il mezzo internet è uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

28. Il procedimento concerne i comportamenti, posti in essere dal professionista, consistenti nel fatto che a) - in seno alla versione italiana del proprio sito aziendale www.etihad.com/it-it/ - presenta unicamente in lingua estera alcune informazioni rilevanti (**Pratica A**) e che b), in caso di vendita di biglietti aerei relativi a più tratte ("*Flight Coupon*") dispone l'obbligo per il passeggero di utilizzo sequenziale dei tagliandi di volo nell'ordine previsto nel biglietto. In particolar modo, al riguardo, la pratica ha ad oggetto le modalità di informazione ai consumatori, al momento dell'acquisto,

dell'esistenza di tale regola tariffaria e la mancata previsione di una specifica procedura che consenta ai consumatori di avvisare la compagnia di voler effettuare comunque il volo di ritorno/della tratta successiva pur non avendo fruito della relativa tratta di andata/precedente (**Pratica B**). Entrambi i comportamenti sono, per loro natura, configurabili quali pratiche commerciali scorrette.

Pratica A)

29. Con riferimento alla pratica A) si rileva che Etihad - in seno alla versione italiana del proprio sito aziendale www.etihad.com/it-it/ - ha presentato e presenta unicamente in lingua estera alcune informazioni rilevanti per la clientela nazionale relativamente alle caratteristiche del servizio e all'esercizio di diritti, prerogative e facoltà contrattuali. Ciò, come riportato nelle evidenze acquisite, riguarda le "**Condizioni di Trasporto**", le FAQs, le *regole tariffarie* e il *form* elettronico accessibile alla clientela sul medesimo sito aziendale al fine di sporgere reclamo in ordine a vari disservizi relativi ai bagagli.

30. La presentazione in lingua estera delle informazioni rilevanti ivi contenute relativamente alle caratteristiche del servizio non può non ritenersi idonea a indurre in errore i consumatori riguardo alle suddette caratteristiche.

31. Le succitate informazioni, comunicazioni e modulistica presenti sul sito aziendale, destinate ai consumatori italiani e, tuttavia, ripetutamente rese in lingua diversa (inglese o tedesca) da quella nazionale impediscono o possono impedire, infatti, in concreto una chiara ed immediata comprensione di caratteristiche e modalità del servizio e del contratto di trasporto. Ciò può, quindi, indurre in errore i medesimi consumatori circa elementi e/o dati essenziali della prestazione offerta (ivi compresa l'assistenza post-vendita) con la conseguenza di alterare la loro scelta commerciale nonché creare ostacoli e condizionamenti nell'esercizio di diritti/prerogative/facoltà spettanti alla clientela connessi o consequenziali alla sottoscrizione del relativo contratto (come, ad es., il reclamo per smarrimento o perdita del bagaglio). Peraltro, sulla necessità che il consumatore disponga di informazioni in lingua italiana, vale rilevare che anche l'articolo 9 del Codice del Consumo, rubricato "*indicazioni in lingua italiana*", prevede che "*Tutte le informazioni destinate ai consumatori e agli utenti devono essere rese almeno in lingua italiana*".

32. Sulla base delle precedenti considerazioni, quindi, deve ritenersi che il

messaggio in esame sia idoneo a indurre i consumatori in errore in merito alle caratteristiche del servizio pubblicizzato e che la condotta della Parte non sia conforme al livello di diligenza professionale esigibile, nel caso di specie, in rapporto ai servizi offerti e alla conseguente necessità di assicurare ai consumatori un'informazione chiara e completa su elementi essenziali della proposta commerciale del professionista.

33. La pratica commerciale in esame risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, , 21 comma 1, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di un messaggio omissivo circa le caratteristiche del servizio pubblicizzato, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto dal professionista.

Pratica B)

34. Con riferimento alla Pratica B) si rileva, invece, in seno alle *Condizioni di Trasporto*, che Etihad, in caso di vendita di biglietti aerei relativi a più tratte (*“Flight Coupon”*) - specificamente nel caso di biglietti A/R o con scali intermedi - dispone l'obbligo per il passeggero di utilizzo sequenziale dei tagliandi di volo nell'ordine previsto nel biglietto, pena la perdita di validità del *coupon* medesimo con scioglimento del Vettore dall'obbligo di adempiere al segmento di trasporto successivo ed il pagamento di taluni costi. La possibilità di utilizzare il segmento di trasporto successivo a quello non fruito nel coupon è subordinata all'obbligo del passeggero di contattare in anticipo la compagnia al fine di comunicare la modifica del trasporto originariamente prenotato nonché al “ricalcolo” della tariffa già pagata e al suo possibile aumento: l'omessa regolarizzazione del pagamento conseguente alla modifica richiesta - la corresponsione della differenza di prezzo qualora la tariffa originaria sia inferiore a quella ricalcolata - toglie qualsiasi validità ai tagliandi di volo non ancora utilizzati dal passeggero.

35. Le informazioni in merito alle suddette limitazioni connesse al biglietto A/R (o multi-tratta) prescelto non sono richiamate, tuttavia, ai consumatori, in altre pagine *web* del sito e nemmeno evidenziate adeguatamente durante la procedura di selezione ed acquisto *on line* dell'opzione di viaggio. Da simulazioni effettuate sul predetto sito web, nello specifico, emerge che, durante la procedura di acquisto di biglietti A/R, dopo la scelta delle coordinate di viaggio e relativamente a ciascuna tratta, appare l'indicazione di talune “penali” - diversamente quantificate a seconda dell'opzione

tariffaria prescelta – applicabili al sorgere di varie eventualità/evenienze, ivi compreso il *cambio data di viaggio* richiesto dal passeggero. Durante la medesima procedura, tuttavia, risultano assenti *alert* immediati circa l'esistenza e l'applicazione della “*no show rule*”; così, per avere contezza della stessa, nonché delle specifiche *commissioni amministrative* o *penali* addebitabili, il passeggero deve cliccare sui contigui link “*Condizioni di trasporto*” e “*regole tariffarie*” ove le relative indicazioni sono reperibili solo all'interno di integrale e complessa informativa resa, come si è visto sopra, esclusivamente in lingua estera.

36. Risultano scorrette, quindi, le modalità di informazione ai consumatori al momento dell'acquisto dell'esistenza di tale regola tariffaria e la mancata previsione di una specifica procedura che consenta ai consumatori di avvisare la compagnia di voler effettuare comunque il volo di ritorno/della tratta successiva pur non avendo fruito della relativa tratta di andata/precedente.

37. Innanzitutto è opportuno evidenziare che la limitazione imposta dal professionista ai consumatori (i.e. utilizzo sequenziale e completo del biglietto acquistato) appare idonea a connotare in maniera specifica l'offerta commerciale proposta, in quanto modifica radicalmente le caratteristiche tipiche di fruizione di un servizio di trasporto e, quindi, la normale e intuitiva percezione che i consumatori hanno delle sue modalità di utilizzo, compresa la possibilità di non fruire di una parte dei servizi regolarmente acquistati dal momento che, per loro natura, essi devono essere utilizzati in tempi diversi e per tratte diverse.

38. Una simile regola tariffaria risponde quindi esclusivamente a logiche commerciali del professionista, e deve essere presentata in modo del tutto chiaro e non equivoco al consumatore attraverso ogni canale di vendita, quale caratteristica fondamentale del servizio di trasporto proposto.

39. A tal riguardo, sulla base degli approfondimenti istruttori condotti con specifico riferimento al canale di vendita via *web*, le modalità di informazione ai consumatori dell'esistenza della regola concernente l'utilizzo sequenziale dei tagliandi di trasporto nel sito *internet* in lingua italiana della compagnia sono risultati del tutto inadeguate a realizzare una corretta rappresentazione e connotazione dell'offerta tariffaria ivi proposta al pubblico in relazione all'esistenza della regola del c.d. *no show*.

40. Le procedure previste, inoltre, non sembrano in grado di rappresentare un efficace contemperamento alla restrizione di natura tariffaria *de quo*, dal momento che la possibilità di utilizzare il segmento di trasporto successivo a

quello non fruito nel coupon è subordinata all'obbligo del passeggero di contattare in anticipo la compagnia al fine di comunicare la modifica del trasporto originariamente prenotato nonché al "ricalcolo" della tariffa già pagata e al suo possibile aumento.

41. In particolare, rileva, coerentemente con l'orientamento di questa Autorità e confermato dal Consiglio di Stato⁴, la mancanza di una procedura specifica con la quale il consumatore possa informare il professionista dell'intenzione di fruire del servizio di trasporto successivo pur non avendo fruito del precedente, senza che siano applicati differenti condizioni tariffarie che appaiono non ragionevoli rispetto ad un servizio di trasporto già prenotato e pagato in relazione ad un *routing* che il consumatore non intende modificare ma soltanto parzialmente utilizzare.

42. La condotta del vettore risulta, quindi, non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, anche avuto riguardo alla qualità del professionista e alle caratteristiche dell'attività svolta. Il rispetto dei generali requisiti di correttezza e buona fede impone infatti ai vettori aerei di assicurare, nelle proprie comunicazioni commerciali, la trasparenza tariffaria e la chiarezza delle informazioni fornite ai consumatori, al fine di consentire loro una piena ed immediata percezione degli elementi essenziali delle offerte proposte; trasparenza e chiarezza che, nel caso in esame, risultano compromesse per effetto della mancata presentazione della *no show rule* quale elemento fortemente connotativo dell'offerta tariffaria prospettata al consumatore. Rileva inoltre l'impedimento a fruire del volo di ritorno già acquistato in ragione dell'assenza di una procedura che, temperando l'applicazione della suddetta regola, consenta al consumatore di confermare il volo di ritorno senza costi in un tempo ragionevole dal *no show*.

43. La pratica commerciale in esame risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto dal professionista.

⁴ L'Autorità ha già analizzato la condotta di altri professionisti del settore del trasporto aereo in riferimento alla regola dell'utilizzo sequenziale dei tagliandi di volo: PS9446 - BRUSSELS AIRLINES-NO SHOW RULE - Delib. 28.04.2016, n. 26001 - PS 7771 ALITALIA - CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO- Delib.29.10.2013, n. 24586 in Boll. n. 45/2013 (la delibera è stata confermata sia da Tar Lazio, I, sent. N. 08253/2015 che da CdS, Sezione Sesta, sent. N. 04048/2016); PS7769 AIR FRANCE - NO SHOW RULE E ASSICURAZIONE DI VIAGGIO - Delib. 08.01.2015, n. 25259 in Boll. N. 1/2015; PS7770 - LUFTHANSA-ANNULLAMENTO BIGLIETTO PER UTILIZZO NON SEQUENZIALE (moral suasion).

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

44. Ai sensi dell'art. 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

45. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

46. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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.

47. Con riguardo alla gravità di tutte le violazioni contestate, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione del professionista, uno dei principali vettori aerei su scala mondiale, nonché dell'idoneità della pratica a raggiungere un numero considerevole di consumatori in ragione del mezzo utilizzato (il sito *internet* della società) e dell'ampia diffusione delle procedure *on-line* di prenotazione e acquisto dei voli.

48. Con specifico riguardo alla gravità della Pratica A), la rilevanza della stessa deve apprezzarsi, in particolare, in relazione alla mancata informazione, sul proprio sito web, circa caratteristiche essenziali del servizio.

49. Per quanto riguarda la durata della violazione, invece, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a decorrere dal febbraio 2013 e che: a) la versione *on line* delle “**Condizioni di Trasporto**” non è stata disponibile in lingua italiana durante la procedura *on line* di acquisto del biglietto fino al febbraio 2017 e accedendovi dalla *homepage* del sito fino ad agosto 2016; le FAQs non sono state disponibili in lingua italiana fino a dicembre 2014 e successivamente, tra maggio e luglio 2016; le *regole tariffarie* e il *form* elettronico accessibile alla clientela sul medesimo sito aziendale al fine di sporgere reclamo in ordine a vari disservizi relativi ai bagagli non sono tuttora disponibili;

50. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al professionista nella misura di 150.000 €(centocinquantamila euro).

51. La gravità della Pratica B) si apprezza, invece, in relazione alla consistente limitazione nelle modalità di fruizione del servizio – annullamento del biglietto di ritorno in caso di mancata presentazione al volo di andata -, ed alla relativa mancata informativa, che costringe i consumatori a sostenere un costo ulteriore e notevoli disagi proprio al momento della loro presentazione all'imbarco del volo di ritorno.

52. Per quanto riguarda la durata della violazione, invece, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire dall'anno 2013 ed è tuttora in corso.

53. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al professionista nella misura di 350.000 €(trecentocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale A) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal professionista;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale B) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Etihad Airways – PJSC, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1, e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Etihad Airways – PJSC, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1, e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

c) di irrogare alla società Etihad Airways – PJSC, con riferimento alla suddetta Pratica A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro);

d) di irrogare alla società Etihad Airways – PJSC, con riferimento alla suddetta Pratica B), una sanzione amministrativa pecuniaria di 350.000 € (trecentocinquantamila euro);

e) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alle diffide di cui ai punti a) e b).

Le sanzioni amministrative di cui alle lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore del Bilancio dello Stato, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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’art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, 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'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, 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.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 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'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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 SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella