

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 aprile 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI i propri provvedimenti del 3 novembre 2010 e del 23 febbraio 2011 con cui, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Germanwings Gmbh (di seguito, anche “Germanwings”), compagnia aerea *low cost* di diritto tedesco parte del gruppo Lufthansa¹, in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo.

¹ La società è operativa dal 1997 con la denominazione “Eurowings Flug Gmbh” ed è stata rinominata Germanwings il 27 ottobre 2002. Dal 1° gennaio 2010 la compagnia fa parte del gruppo Lufthansa (memoria difensiva pervenuta il 23 giugno 2010; doc. n. 11).

Germanwings è una delle compagnie *low cost leader* a livello europeo. Germanwings offre voli a tariffe convenienti per oltre 75 destinazioni in Europa dalle sue basi in Germania². La società, sulla base dell'ultimo bilancio chiuso al giugno 2010, ha realizzato un fatturato di oltre 266 milioni di euro, registrando perdite per 39 milioni di euro³.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. Il procedimento concerne le seguenti condotte poste in essere da Germanwings nello svolgimento della propria attività. In particolare, sulla base delle segnalazioni pervenute e della documentazione acquisita d'ufficio, le contestazioni mosse al professionista riguardano le seguenti pratiche commerciali.

A) *le modalità di indicazione del prezzo dei biglietti aerei in alcuni messaggi promozionali diffusi a mezzo stampa e nel proprio sito internet in lingua italiana (www.germanwings.com), nonché nel sistema di prenotazione on line*

3. La contestazione investe l'assenza di un'immediata, chiara e completa informazione in merito alla previsione, alla natura e alle modalità di calcolo di un onere aggiuntivo (di seguito, anche "*credit card surcharge*" o "supplemento carta di credito"), di importo rilevante rispetto a quello del biglietto stesso, richiesto dal professionista, al termine del processo di prenotazione *on line*, in funzione della carta di credito/debito utilizzata dal consumatore per il pagamento della transazione.

4. In particolare, in una richiesta di intervento, pervenuta in data 31 marzo 2009⁴, un'associazione di consumatori segnalava un messaggio pubblicitario sul quotidiano gratuito "*Epolis Roma*" del 18 marzo 2009, diretto a reclamizzare le tariffe aeree per le tratte Roma/Colonia e Roma/Stoccarda, proposte da Germanwings "*da 19,99 euro*", in quanto non riportava con sufficiente evidenza l'esistenza dell'ulteriore costo di 8 euro per transazione da aggiungere alla tariffa pubblicizzata e qualificato come "*spese amministrative per transazione*". Da accertamenti compiuti d'ufficio⁵, è emerso che un messaggio stampa analogo è stato diffuso dal professionista

² Fonte sito *internet* www.germanwings.com.

³ Vd. all. n. 4 al doc. n. 15

⁴ Vd. doc. n. 1.

⁵ Vd. doc.

anche attraverso il quotidiano gratuito “*Metro di Roma*” del 10 settembre 2009.

5. Dagli stessi accertamenti d’ufficio⁶, emergeva, altresì, che la medesima tecnica redazionale, descritta con riguardo ai messaggi a mezzo stampa, è utilizzata anche nella versione in lingua italiana del sito *internet* del professionista (www.germanwings.com).

6. Inoltre, tali accertamenti evidenziavano che anche nel sistema di prenotazione *on line* del professionista, presente sul sito *internet*, per tutte le destinazioni servite il prezzo inizialmente indicato non includeva tale supplemento - definito “*contributo di transazione*” – che si aggiungeva solo nella fase conclusiva del processo al momento della scelta della carta di credito/debito.

B) *l’indicazione in lingua inglese delle Condizioni generali di trasporto*

7. Da accertamenti d’ufficio svolti il 15 aprile 2010 sul portale della società⁷, risultava che sull’indicato sito *internet* del professionista le Condizioni generali di trasporto, che il consumatore deve necessariamente accettare con apposita spuntatura al fine di procedere all’acquisto *on line* del biglietto, sono in lingua inglese.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L’iter del procedimento*

Attività istruttoria

8. In data 3 maggio 2010 è stato comunicato a Germanwings l’avvio del procedimento istruttorio PS3771⁸, per presunta violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo in relazione alle pratiche commerciali sopra descritte.

⁶ Vd. doc. n. 3.

⁷ Vd. doc. n. 3.

⁸ Vd. doc. n. 4.

9. In data 21 maggio 2010⁹, l’Autorità, ai sensi dell’art. 5 del Decreto Legislativo 9 aprile 2003 n. 70 (di recepimento della Direttiva CE n. 2000/31, sul commercio elettronico), ha inoltrato richiesta di assistenza al *Bundministerium für Wirtschaft und Technologie* tedesco che, con comunicazione pervenuta il 21 maggio 2010, ha reso noto di avere inoltrato la richiesta di assistenza all’autorità tedesca competente per l’applicazione della Direttiva (CE) n. 2000/31 (*Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz*)¹⁰.

10. In data 23 giugno 2010 è pervenuta, da parte di Germanwings, una memoria difensiva e di risposta alla richiesta di informazioni trasmessa contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento¹¹.

11. In data 14 luglio 2010 è pervenuta una comunicazione con cui il *Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit* informa che il *German Federal Office of Consumer and Food Safety* è l’autorità tedesca competente per l’applicazione del Regolamento (CE) n. 2006/2004¹².

12. In data 23 luglio 2010 è stata inviata al *Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit* una comunicazione per rinnovare la richiesta di assistenza del 21 maggio 2010¹³. In data 2 agosto 2010 è pervenuta una comunicazione con cui il *Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit*, nel ribadire la competenza del *German Federal Office of Consumer and Food Safety* ad applicare il Regolamento (CE) n. 2006/2004, informava che non intendeva adottare alcuna misura nei confronti della compagnia aerea Germanwings¹⁴.

13. Il 29 luglio 2010 è stata inviata al professionista un’ulteriore richiesta di informazioni¹⁵, cui Germanwings ha risposto in data 13 agosto 2010¹⁶.

14. Il 13 agosto 2010 è pervenuta la risposta di Germanwings alla richiesta di informazioni del 29 luglio 2010¹⁷.

⁹ Vd. doc. n. 7.

¹⁰ Vd. doc. n. 9.

¹¹ Vd. doc. n. 11.

¹² Vd. doc. n. 12.

¹³ Vd. doc. n. 13.

¹⁴ [...] the German Federal Office of Consumer Protection and Food Safety [...] does not take or currently intend to take enforcement measures with regard to the company Germanwings, nor do the regional authorities at the place of the establishment of the company, as I was informed” (cfr. doc. n. 15).

¹⁵ Vd. doc. n. 14.

¹⁶ Vd. doc. n. 17.

¹⁷ Vd. doc. n. 17.

- 15.** In data 22 settembre 2010 i rappresentanti di Germanwings sono stati sentiti in audizione¹⁸.
- 16.** In data 5 ottobre 2010 la Parte ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e li ha integrati il 19 agosto 2010¹⁹.
- 17.** In data 3 novembre 2010 è stato comunicato a Germanwings il provvedimento di proroga del termine di chiusura del procedimento deliberato dall'Autorità il 21 ottobre 2010²⁰.
- 18.** In data 11 novembre 2010 è stata comunicata alla Parte la delibera con cui l'Autorità, il 3 novembre 2010, ha disposto il rigetto degli impegni, ritenendoli inammissibili in ragione della manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale contestata²¹.
- 19.** In data 9 dicembre 2010 è stata inviata una richiesta di informazioni al professionista²² cui la società ha risposto con memoria pervenuta il 17 dicembre 2010²³.
- 20.** In data 3 gennaio 2011 è stato comunicato te il nuovo termine di conclusione della fase istruttoria²⁴ e sono state acquisite agli atti del fascicolo alcune schermate tratte dal sito *internet* in lingua italiana del professionista²⁵.
- 21.** In data 13 gennaio 2011 è pervenuta una memoria conclusiva da parte di Germanwings²⁶.
- 22.** Il 14 gennaio 2011 è stata inviata la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito, anche "AGCOM"), ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo²⁷.
- 23.** Il 25 gennaio 2011, a seguito di richiesta dell'AGCOM pervenuta il 24 gennaio 2011²⁸, è stata inoltrata nuovamente la documentazione allegata alla richiesta di parere del 14 gennaio 2011²⁹.

¹⁸ Vd. doc. n. 22.

¹⁹ Vd. doc. n. 23. Riguardo al contenuto degli impegni presentati essi consistono. (i) nell'aumentare il corpo grafico della dicitura presente nel margine inferiore del *box* che incornicia nella *home page* del sito *internet* la specifica offerta tariffaria oggetto di promozione "+ 8 euro spese amministrative per prenotazioni con carta di credito per tutti i voli" (vd. allegato n. 1); (ii) nell'aver già inserito nel proprio sito *internet* in lingua italiana il testo delle Condizioni Generali di Contratto in Italiano; (iii) nell'intenzione di predisporre modalità di pagamento *on line* alternative alla carta di credito per consentire ai consumatori di ridurre e/o eliminare i costi di transazione (attraverso bonifico bancario).

²⁰ Vd. doc. n. 24.

²¹ Vd. doc. n. 25.

²² Vd. doc. n. 26.

²³ Vd. doc. n. 27.

²⁴ Vd. doc. n. 28.

²⁵ Vd. doc. n. 29.

²⁶ Vd. doc. n. 30.

²⁷ Vd. doc. n. 31.

²⁸ Vd. doc. n. 32.

²⁹ Vd. doc. n. 33.

24. Il 16 febbraio 2011, l’Autorità ha notificato al *Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie*, al *Bundesamt für Verbraucherschutz* e alla Direzione Generale Mercato Interno della Commissione Europea, la propria intenzione di adottare provvedimenti inibitori nei confronti della società Germanwings³⁰.

25. In data 7 marzo 2011 è stato comunicato a Germanwings il provvedimento di proroga del termine di chiusura del procedimento deliberato dall’Autorità il 23 febbraio 2011³¹.

26. Il 16 marzo 2011 è pervenuto il parere dell’AGCOM³².

2) Le evidenze acquisite

27. In relazione alle pratiche commerciali contestate al professionista nella comunicazione di avvio del procedimento, di cui al precedente punto II, lettere A) e B), è emerso quanto segue.

A. Con riguardo al credit card surcharge

I. Campagna pubblicitaria

28. La campagna pubblicitaria relativa a offerte tariffarie analoghe a quelle descritte al punto II, tutte caratterizzate dalle stesse modalità redazionali con particolare riferimento all’indicazione del supplemento di 8 euro, è stata diffusa da marzo 2009 a marzo 2010 sia a mezzo stampa (attraverso i quotidiani gratuiti “Epolis” e “Metro” e tradizionale “Corriere della Sera”, “Gazzetta dello sport”, “Tribuna”) sia pure tramite il sito *internet* in lingua italiana della compagnia aerea³³.

II. Modalità redazionali di prospettazione dell’esistenza e del costo connesso al pagamento con carta di credito sul sito internet www.germanwings.com

29. Nei messaggi a mezzo stampa oggetto del procedimento il prezzo del biglietto aereo oggetto di promozione è sempre indicato e con grande enfasi grafica, al netto del supplemento carte di credito e con la specifica “*tasse e spese INCLUDE*”.

³⁰ Vd. doc. n. 34.

³¹ Vd. doc. n. 36.

³² Vd. doc. n. 37.

³³ Vd. all. 1 al doc. n. 11.

30. L'informazione circa l'esistenza e l'importo di tale supplemento è, invece, inserita lungo il perimetro dell'occhiello che contiene l'indicazione del prezzo del biglietto reclamizzato con caratteri grafici molto ridotti rispetto al corpo principale del messaggio e, in particolare, rispetto all'indicazione del prezzo (vd. immagine che segue).

germanwings

VOLATE MADE IN GERMANY!
CONVENIENZA SORPRENDENTE.

Con noi tutti i giorni da Roma
a Colonia e Stoccarda.

Da **19,99€**
tasse e spese
INCLUSE

Prenotate adesso su germanwings.com

* Il prezzo per tratta per un volo da 19,99 € è comprensivo da 0,75 € per il prezzo del menu a 19,99 € di spese amministrative. Per ad esempio per un volo da Berlino a Colonia sono 0,75 € di tasse aeroportuali e 14,25 € di tasse e spese aeroportuali addizionali. Nel caso di voli da 19,99 € si tratta di biglietti di offerta, per i quali Germanwings paga per noi le spese amministrative superiori a 19,99 €. Valgono le condizioni generali di trasporto.

germanwings

**500.000 VOLTE
MEGLIO CHE RIMANERE
A CASA!**

500.000 biglietti a partire da 19,99 €*.

Da **19,99€**
tasse e spese
INCLUSE

Prenotate entro domenica su germanwings.com – volate fino a fine marzo.

* Prezzo per tratta include tasse, spese e indennizzi. Contingente di posti limitato. Valgono le condizioni generali di trasporto.

“Da 19,99€ tasse e spese INCLUSE” Nel perimetro è scritto “+ 8€ per costi di transazione [...]”.

31. Simile tecnica redazionale è utilizzata dal professionista anche nella *home page* del proprio sito *internet* in lingua italiana, dove il prezzo dell'offerta tariffaria viene indicato sempre come comprensivo di “tasse e spese incluse”, mentre l'esistenza e l'importo del supplemento carta di credito è indicata in apposito *box* “+ 8 euro di spese amministrative per transazione” insieme all'eventuale maggiorazione relativa servizio di trasporto bagagli. Un asterisco posto accanto al prezzo rinvia ad una nota posta nel margine inferiore della pagina in cui è indicato, con caratteri grafici notevolmente più ridotti di quelli utilizzati nel corpo principale del *box*, nuovamente che “Prezzo per tratta e spese incluse” (vd. schermata n. 1).

SCHERMATA N. 1: doc. n. 3 (frece e riquadri aggiunti).



32. Dalla rilevazione d'ufficio del 3 gennaio 2011³⁴ risulta che nella *home page* continua a essere utilizzata la medesima tecnica promozionale con la sola differenza che nella nota richiamata dall'asterisco posto accanto al prezzo è stata inserita, sempre con caratteri grafici molto ridotti per dimensione e spessore, l'indicazione "Prezzo per tratta a persona [...] esclusa la tariffa di transazione di 8 euro per ogni prenotazione" (vd. schermata n. 2). In particolare, si osserva che non è stato dato seguito all'intenzione manifestata dal professionista con la memoria del 23 giugno 2010³⁵ di aumentare il corpo grafico della scritta di cui al riquadro in margine a specifiche offerte tariffarie.

³⁴ Vd. doc. n 28.

³⁵ Vd. doc. n. 11 e il suo allegato n. 1. Inoltre nel corso dell'audizione del 22 settembre 2010 la società ha dichiarato che "[la] configurazione della *home page* del [...] sito allegata alla memoria del 23 giugno 2010 [...] non è stata ancora implementata da Germanwings e che si tratta, quindi, di una bozza di proposta di modifica del sito *internet* con specifico riguardo alle modalità grafiche di rappresentazione della presenza e dell'importo dei costi per transazione effettuata con carta di credito da aggiungere al prezzo del biglietto di volta in volta reclamizzato." (doc. n. 22).

SCHERMATA N. 2 (frece e riquadri aggiunti)

The screenshot shows the Germanwings website interface in Internet Explorer. The browser title is "Germanwings - Prenota voli low cost - Microsoft Internet Explorer fornito da Autorità Garante". The address bar shows "http://www.germanwings.com/it". The website header includes the Germanwings logo and navigation links like "FAQ", "Contatto", "Newsletter", and "Web Check-In". The main navigation menu has "Prenotazione", "Offerte Top", "Informazioni & Servizi", and "My Germanwings". Below this, there are links for "Ricerca voli", "Calendario delle offerte", "Hotel", "Noleggio auto", "Prenotazione di gruppo", and "Prenotazione successiva". A search bar is present with the text "Termine di ricerca".

The central banner features a woman in a Germanwings uniform and the text: "PRENOTA ORA VOLI A PREZZI STRACCIATI - SOLO FINO A DOMENICA!! Più biglietti per la Germania a tariffe davvero speciali!". A yellow circle highlights "Da 19,99€* miglia incluse". A black box highlights a note: "+ 8 € di spese amministrative per transazione". Below the banner are flight cards for "Pisa - Colonia", "Venezia - Hannover", "Bari - Stoccarda", and "Roma - Colonia".

On the left, there is a "Volo" section with options for "Andata e ritorno" and "Semplice", and a "Ricerca voli" button. Below it is the "Piano di voli estivo 2011" section. On the right, there is a "Calendario" section, a "Mappa dei voli" section, and a "Newsletter" section.

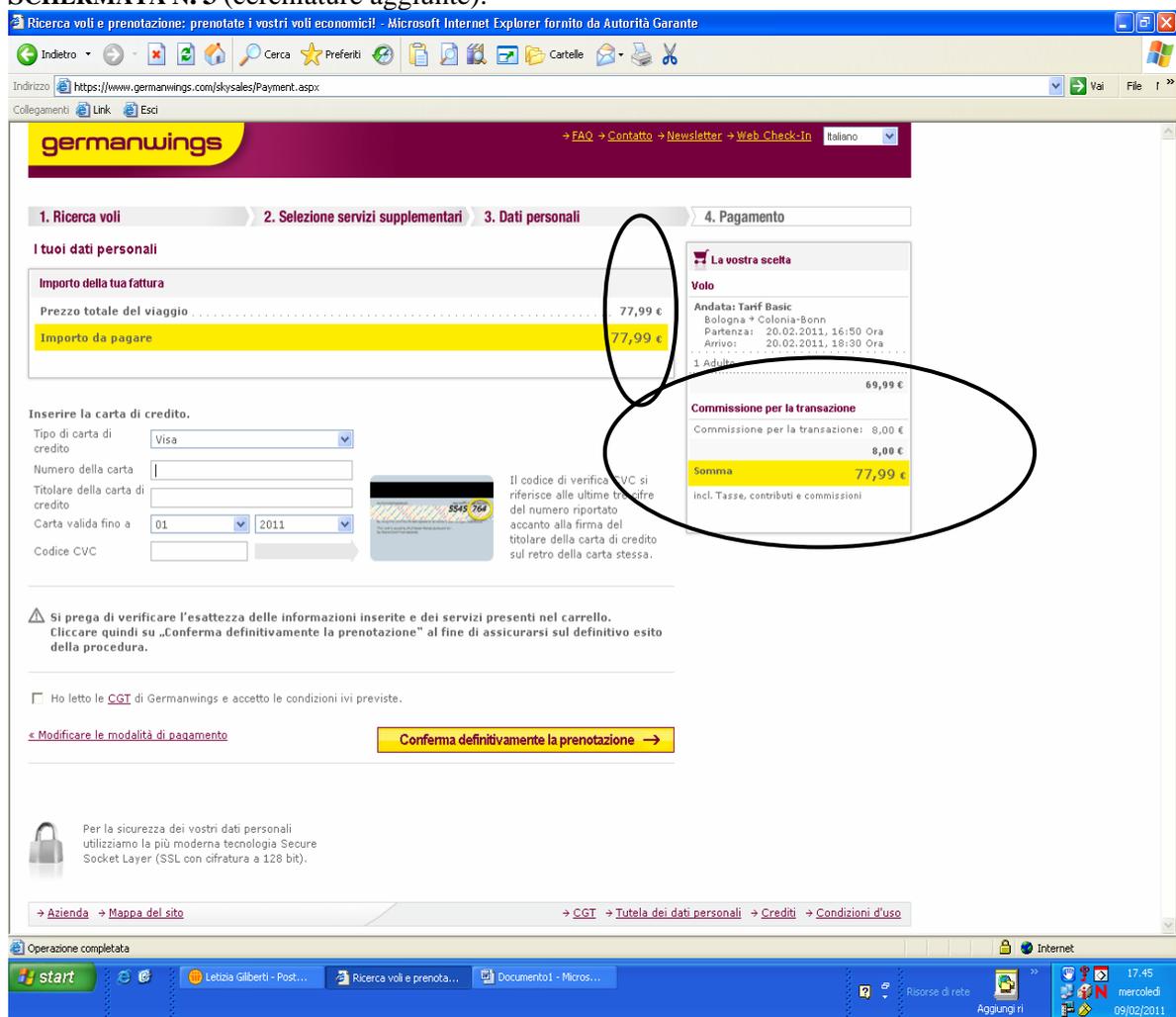
The footer contains links for "Azienda", "Mappa del sito", "CGT", "Tutela dei dati personali", "Crediti", and "Condizioni d'uso". A disclaimer at the bottom states: "*Prezzo per tratta a persona miglia incluse, esclusa la tariffa di transazione di 8 € per ogni prenotazione. Posti a sedere limitati. Per la consegna dei bagagli saranno addebitate delle tariffe aggiuntive. Prenotate: a partire da ora al 13/02/2011, ore 23:59. Volate: dal 19/02/2011 al 31/05/2011. Da rispettare i 10 giorni di anticipo sulla prenotazione e le Regole Generali di Trasporto."

33. Nel sistema di prenotazione *on line*, risulta che per tutte le destinazioni servite e, quindi, per l'insieme dei servizi di trasporto aereo passeggeri offerti dalla compagnia, solo nella fase terminale del processo di prenotazione il consumatore ha modo di apprendere dell'addebito, in caso di pagamento con carta di credito, di un costo aggiuntivo di 8 euro per transazione, definito come "*contributo di transazione*" e, questo nonostante il prezzo del biglietto sia indicato nelle schermate successive come comprensivo di tasse, contributi e commissioni.

34. Il consumatore, pertanto, ha compiuta conoscenza dell'esistenza e dell'importo del supplemento in esame solo nella fase terminale del processo di prenotazione *on line*, al momento della scelta della carta di credito fra quelle accettate dal sistema di prenotazione (Mastercard; Visa; Diner's; Mastercard e Air Plus). Infatti, dopo aver selezionato la carta con cui procedere al pagamento, il sistema aggiunge automaticamente all'importo della tariffa selezionata dal consumatore, il contributo di transazione fornendo il nuovo totale (vd. schermata n. 3).

35. Anche a questo riguardo, si osserva che nessuna modifica è stata inserita nelle schermate relative all'iter del sistema di prenotazione *on line* con riguardo all'indicazione e importo del supplemento carta di credito³⁶. Le schermate relative al sistema di prenotazione in diffusione si caratterizzano, piuttosto, per il fatto di indicare il prezzo come comprensivo di “*tasse contributi e commissioni*” e per evidenziare proprio la parte del prezzo del biglietto relativa a “*tasse e contributi*” e solo al momento della scelta del mezzo di pagamento è indicata la presenza e l'importo del supplemento carta di credito³⁷.

SCHERMATA N. 3 (cerchiature aggiunte).



³⁶ Vd. proposta di nuova schermata allegata alla comunicazione di presentazione di impegni (all. n. 3 al doc. n. 23), in cui si indicava l'intenzione di inserire a margine del prezzo del biglietto scelto un riquadro con scritto “+ 8 euro spese amministrative per prenotazioni con carta di credito”.

³⁷ Vd. doc. n. 30.

36. Dalle simulazioni compiute risulta, pertanto, che il consumatore abbia modo di acquisire una chiara e completa conoscenza dell'esistenza e dell'importo del *credit card surcharge* solo nella fase finale del processo di acquisto *on line*, al momento di scegliere tra le carte di credito accettate dal professionista per il pagamento della transazione.

37. Allo stato, peraltro, si osserva che sul sito *internet* in lingua italiana del professionista non sono disponibili modalità di pagamento alternative all'utilizzo di una delle carte di credito accettate da Germanwings. In proposito, infatti, quest'ultima ha dichiarato nel corso dell'audizione del 22 settembre 2010, di volere introdurre, entro la metà del 2011, anche in Italia il pagamento tramite bonifico bancario senza spese aggiuntive come sistema di pagamento alternativo all'addebito su carta di credito³⁸.

38. Infatti, il bonifico bancario, che non prevede l'addebito di alcun sovrapprezzo da parte del professionista, non è disponibile per la clientela italiana, in quanto il suo utilizzo è subordinato all'apertura di un conto corrente presso un istituto di credito tedesco. Anche la carta di credito Germanwings - per il cui utilizzo non è previsto l'addebito di alcun supplemento e che dà diritto ad ulteriori significativi vantaggi economici³⁹ - appare, come il bonifico bancario, non concretamente utilizzabile dai consumatori italiani. Infatti, nel sito *internet* in lingua italiana del professionista tale carta di credito è presentata come propria dei clienti tedeschi⁴⁰ e, del resto, emerge che nessuna transazione sia avvenuta nel sito *web* in lingua italiana con tale carta di credito⁴¹.

III. Periodo di introduzione del credit card surcharge come voce di costo scorporata dal prezzo del biglietto e suo importo

39. La Parte, con la memoria pervenuta il 23 giugno 2010⁴², ha affermato che il supplemento in questione è stato introdotto a partire dal giugno 2007 e che

³⁸ Vd. doc. n. 22. In sede di audizione, la Parte ha precisato che tale sistema di pagamento rappresenta negli altri Paesi dove è stata introdotta il 50% dei pagamenti *on line*. La società ha, altresì, rappresentato il peso marginale del mercato italiano sul proprio volume d'affari, pari a circa il 3% (l'80% è costituito dal mercato tedesco e il 17% dal resto d'Europa).

³⁹ Vd. schermate acquisite con il verbale del 15 aprile 2010 (doc. n. 3)

⁴⁰ Vd, schermate acquisite con il verbale del 15 aprile (doc. n. 3). Con riguardo alla carta di credito Germanwings si legge, infatti: "Germanwings Card: il metodo di pagamento più confortevole è la Germanwings Card (tedesco). Durante la prenotazione del volo inserite il numero della vostra Germanwings Card. Potrete trasportare bagagli fino a 10 Kg in più e riservare un posto a sedere gratuitamente. Su questa carta di pagamento non ricade alcuna commissione aggiuntiva per la transazione".

⁴¹ Vd. dati di cui al CdRom allegato al doc. n. 17.

⁴² Vd. doc. n. 11.

i suo importo era stato fissato inizialmente a 6 euro e poi, a partire dal 1° gennaio 2008, a 8 euro.

40. Tuttavia, dai dati forniti in allegato alla successiva memoria pervenuta il 13 agosto 2010⁴³ risulta che il supplemento carta di credito sia stato applicato a partire dal gennaio 2006 e che il suo importo abbia subito i seguenti incrementi (vd. tabella n. 1).

TABELLA N. 1: variazione importo *credit card surcharge* (fonte: dati di cui al CdRom allegato al doc. n. 17).

Anno	Importo
Giu. 2007/Dic. 2008	6 €
Gen. 2009/in corso	8 €

41. Come dichiarato dal vettore, Germanwings è operativa dal 1997, fino al 2002 con la diversa denominazione di “*Eurowings Flug GmbH*”⁴⁴.

IV. Modalità di calcolo dell'importo del credit card surcharge

42. La società ha rappresentato che il supplemento in questione è un importo forfettario calcolato *ex ante*, diretto a coprire le spese sostenute per le vendite realizzate a livello mondiale, nei confronti dei gestori dei circuiti delle carte di credito accettate per il pagamento sul proprio sistema di prenotazione *on line* in lingua italiana⁴⁵.

43. La società, con la memoria pervenuta il 23 giugno 2010⁴⁶, ha affermato che l'importo ricavato dall'applicazione del supplemento per l'uso della carta di credito era appena sufficiente a coprire i costi di gestione.

44. Tuttavia, sulla base dei dati forniti dalla Parte con la comunicazione pervenuta il 13 agosto 2010⁴⁷, emerge che l'importo del supplemento carta di credito eccede significativamente non solo i costi che il professionista ha dimostrato di sostenere nei confronti dei circuiti delle carte di credito ma anche i costi amministrativi ulteriori per la gestione del sistema di pagamento (vd. tabella n. 2)⁴⁸. In particolare, il dato relativo al costo unitario

⁴³ Vd. dati di cui al CdRom allegato al doc. n. 17

⁴⁴ Vd. doc. n. 11.

⁴⁵ Vd. memoria pervenuta il 23 giugno 2010 (doc. n. 11), e verbale di audizione (doc. n. 22).

⁴⁶ Vd. doc. n. 11.

⁴⁷ Vd. doc. n. 17.

⁴⁸ Vd. doc. n. 22. Nel corso della audizione del 22 settembre 2010, è stata chiesto alla società di spiegare la incoerenza tra i dati forniti con la memoria del 23 giugno 2010 con quelli forniti nella comunicazione pervenuta il 13 agosto 2010 e il vettore ha precisato che la tabella fornita con la seconda comunicazione sono quelli “da prendersi in considerazione, mentre la prima è superata, in quanto frutto di una prima e incompleta elaborazione”

nei confronti dei circuiti, fornito dal professionista per i vari anni, è stato calcolato dallo stesso sulla base dei costi complessivi sostenuti a livello mondiale nei confronti dei circuiti e del numero sempre a livello mondiale di prenotazioni effettuate con carta di credito.

TABELLA N. 2: modalità di calcolo dell'importo del *credit card surcharge* dal 2007 al 2010 (fonte: dati di cui al CdRom allegato al doc. n. 17).

Voce di costo	Costo unitario per prenotazione_2010	Costo unitario per prenotazione_2009	Costo unitario per prenotazione_2008	Costo unitario per prenotazione_2007
Commissioni carte di credito	[< di 4€] ⁴⁹	[< di 4€]	[< di 4€]	[< di 3€]
Costi di prenotazione	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Contabilità commerciale (contratto di servizi)	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Eurocommerce	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Rettificazione di valore	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Altri costi interni	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
SOMMA SUPPLEMENTO APPLICATO	[< di 5€] 8 €	[< di 5€] 8 €	[< di 5€] 6 €	[< di 5€] 6 € (da 6/2007)

45. Dai dati forniti dal professionista emerge chiaramente che il supplemento carta di credito eccede significativamente il costo effettivo sostenuto nei confronti dei circuiti ed anche gli altri costi che lo stesso ha dichiarato di sostenere per la gestione del sistema di pagamento *on line*.

46. Anche con riferimento ai dati forniti dal professionista riguardo le transazioni effettuate nel mercato italiano, risulta che i ricavi ottenuti nel periodo settembre 2007 - maggio 2010 dall'applicazione del supplemento carta di credito sono ampiamente maggiori rispetto ai costi complessivamente sostenuti per la gestione di questo mezzo di pagamento e comprensivi pertanto non solo del costo sostenuto nei confronti dei circuiti, ma anche degli altri costi sopraindicati (vd. tabella n. 3).

⁴⁹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi o riportati con l'indicazione, anche grafica, di "inferiore/superiore".

TABELLA N. 3: ricavi derivanti in Italia dall'applicazione del supplemento carta di credito (allegati al doc. n. 17).

Periodo	Commissione pagamento con CC	Ricavi totali dalla commissione per pagamento con CC	Costi tot.	% diff. RicTotCC Costi Tot
Totale set/dic 2007	6,00 €	[omissis]	[omissis]	29%
Totale 2008	6,00 €	[omissis]	[omissis]	19%
Totale 2009	8,00 €	[omissis]	[omissis]	39%
Totale gen/mag 2010	8,00 €	[omissis]	[omissis]	46%

E. Incidenza delle vendite on line sul fatturato di Germanwings

47. Il professionista ha dichiarato, nella risposta alla richiesta di informazioni pervenuta il 12 dicembre 2010⁵⁰, che i canali di vendita utilizzati in Italia per la commercializzazione dei propri servizi sono: il proprio sito *internet*, una numerazione telefonica dedicata (attraverso una numerazione a tariffazione speciale pari a 1,2 €) e la vendita diretta agli aeroporti.

48. Sulla base dei dati forniti da Germanwings risulta che la quasi totalità dei biglietti venduti in Italia avviene attraverso il sistema di prenotazione *on line* presente sul proprio sito *internet* in lingua italiana⁵¹. Come mostrano le tabelle di seguito inserite, infatti, oltre il 90% in volume dei biglietti venduti in Italia dalla compagnia aerea è stato acquistato dai consumatori attraverso *internet* (tabella n. 4), con un dato in valore leggermente inferiore ma sempre superiore all'85% (tabella n. 5).

TABELLA N. 4: percentuale del venduto annuo in volume di Germanwings attraverso i canali di commercializzazione utilizzati nel periodo gen. 2004/nov. 2010 (fonte:elaborazione dati di cui all'all. n. 1 al doc. n. 17).

Periodo	% venduto <i>internet</i>	% venduto altri canali
Tot. 2004	92,97%	7,03%
Tot. 2005	95,18%	4,82%
Tot. 2006	95,29%	4,71%
Tot. 2007	93,85%	6,15%
Tot. 2008	94,05%	5,95%
Tot. 2009	97,91%	2,09%
Tot. Gen/nov. 2010	97,78%	2,22%
Gen. 2004/nov. 2010	95,38%	4,62%

⁵⁰ Vd. doc. n. 27

⁵¹ Vd. all. n. 1 al doc. n. 27.

TABELLE N. 5: percentuale del venduto annuo in valore di Germanwings attraverso i canali di commercializzazione utilizzati nel periodo gen. 2004/nov. 2010 (fonte: elaborazione dati di cui all. n. 1 al doc. n. 17).

Periodo	% venduto internet	% venduto altri canali
Tot. 2004	89,70%	10,30%
Tot. 2005	92,29%	7,71%
Tot. 2006	92,50%	8,18%
Tot. 2007	90,23%	9,77%
Tot. 2008	89,45%	10,55%
Tot. 2009	86,39%	6,39%
Tot. Gen/nov. 2010	92,89%	5,59%
Gen. 2004/nov. 2010	91,68%	8,33%

F. Regime di rimborsabilità del cd. credit card surcharge

49. Infine, con riguardo al regime di rimborsabilità dell'importo del *credit card surcharge* la Parte ha dichiarato di rimborsare integralmente il supplemento carta di credito in caso di cancellazione del volo⁵².

B. Con riguardo alla pubblicazione sul sito internet in lingua italiana di Germanwings delle condizioni generali di trasporto solo in lingua inglese

50. Nella memoria presentata il del 23 giugno 2010 la Parte ha dichiarato che “la versione italiana delle condizioni generali di trasporto sarà on line entro la fine luglio”⁵³.

2) Le argomentazioni difensive della Parte

A. Con riguardo al credit card surcharge

I. Modalità redazionali di prospettazione dell'esistenza e del costo connesso al pagamento con carta di credito sul sito internet www.germanwings.com

51. Il professionista ritiene che la censura in questione sia del tutto infondata, posto che la società ha sempre indicato la presenza di tale onere aggiuntivo nei propri messaggi pubblicitari⁵⁴.

⁵² Vd. doc. n. 27.

⁵³ Vd. doc. n. 11.

⁵⁴ Cfr. memoria pervenuta il 23 giugno 2010 (doc. n. 11).

52. Con particolare riferimento al proprio sito *internet* in lingua italiana, la società sostiene che “*l’indicazione dell’onere aggiuntivo risulta chiaramente indicata nella parte inferiore del banner che pubblicizza l’offerta [tariffaria]*”⁵⁵ e che, in ogni caso, l’utente che abbia scelto di acquistare *on line* sia un utente qualificato, in quanto “*per propria natura [è] un utente che possiede una certa familiarità con lo strumento elettronico e ha quindi l’accortezza necessaria per notare, attraverso un uso appropriato di tale strumento, l’esistenza di fattori aggiuntivi rispetto al prezzo indicato*”⁵⁶.

53. La Parte, inoltre, ha dichiarato di “*aver cessato di indicare l’importo di 8 euro di costi per transazione nell’occhietto che circonda le offerte*”⁵⁷.

II. Modalità di calcolo e irrilevanza economica dell’importo del supplemento carta di credito

54. La società ha spiegato che l’importo del supplemento carta di credito è definito sulla base di un calcolo forfettario *ex ante* diretto a compensare, almeno parzialmente, i costi sostenuti nei confronti dei gestori delle carte di credito accettate nel proprio sistema *on line* di prenotazione e i costi interni connessi con la gestione di tale metodo di pagamento. Tale calcolo è, inoltre, finalizzato “*a fornire ai potenziali acquirenti [...] un costo di riferimento*”⁵⁸.

55. Considerato che il supplemento carta di credito non è applicato a passeggero, bensì a transazione, il professionista sottolinea come il suo importo non sia affatto rilevante, in quanto un acquisto multiplo di biglietti - che è poi tipico della propria clientela - abbatta i costi di transazione⁵⁹.

*III. Motivi dello scorporo dell’importo del supplemento carta di credito e non contrarietà di tale scorporo rispetto ai precedenti dell’Autorità e al Regolamento (CE) n. 1008/2008*⁶⁰

56. Germanwings ritiene pienamente corretta, sia sotto un profilo logico che di trasparenza e convenienza per i consumatori, la propria scelta di scorporare dal prezzo del biglietto l’importo del supplemento carta di credito.

⁵⁵ Cfr. memoria pervenuta il 13 gennaio 2010 (doc. n. 30).

⁵⁶ Cfr. doc. n. 11, cit.

⁵⁷ Vd. doc. n. 30, cit.

⁵⁸ Cfr. doc. n. 11, cit.

⁵⁹ Vd. doc. n. 11, cit.

⁶⁰ Regolamento (CE) n. 1008/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 settembre 2008, “recante norme comuni per prestazione di servizi aerei nella Comunità”, in GUCE, L 293/3, del 31 ottobre 2008.

57. Premesso, infatti, che tale scorporo è prassi comune a numerosi concorrenti del settore del trasporto passeggeri *low cost*, il professionista sottolinea come la circostanza che il supplemento carta di credito sia applicato per transazione e non a passeggero, renda per la società tecnicamente impossibile includere tale onere addizionale al prezzo del biglietto, in quanto non può conoscere *ex ante* il numero di biglietti che saranno acquisiti con una singola transazione⁶¹.

58. L'indicazione separata di tale onere è, secondo la Parte, garanzia *“di una maggiore comprensibilità della sua natura che è legata essenzialmente alla transazione piuttosto che al “biglietto”. Il mantenimento di tale onere come onere aggiuntivo si risolve, quindi, in un “valore aggiunto” per il passeggero consumatore, il quale potrà, attraverso un uso intelligente del meccanismo, utilizzarlo al fine di “abbattere” il costo complessivo del biglietto”*⁶².

59. Pertanto, secondo la Parte, lo scorporo dell'importo di tale onere corrisponde a una precisa politica commerciale della società diretta a incentivare gli acquisti multipli da parte dei propri clienti. Al contrario, secondo Germanwings, *“la distribuzione degli oneri per le maggiori spese amministrative sui singoli biglietti comporterebbe una sorta di trasferimento dei costi a carico dei clienti che acquistano più biglietti con una sola transazione e che sarebbero chiamati a sopportare tale onere in misura assai maggiore rispetto a quello che grava sugli acquisti di singoli biglietti. Di fatto, ciò altererebbe la politica commerciale di Germanwings, che si dirige soprattutto a clienti non business, quali famiglie e gruppi”*⁶³.

60. La scelta di scorporare il supplemento in questione dal prezzo del biglietto appare, secondo la Parte, corretta anche sotto il profilo del rispetto dei principi espressi dall'Autorità in materia di completezza e trasparenza informativa. Infatti, *“dall'insieme delle decisioni dell'Autorità emerge che l'indicazione della tariffa deve includere ogni onere economico gravante sul consumatore il cui ammontare sia determinabile ex ante o presentare contestualmente e con adeguata evidenza grafica [...] tutte le componenti che concorrono al computo del prezzo, al fine di rendere chiara e compiuta l'informazione fornita al consumatore”*⁶⁴.

⁶¹ Vd. doc. n. 11, cit.

⁶² Cfr. doc. n. 11, cit.

⁶³ Cfr. doc. n. 30, cit.

⁶⁴ Cfr. doc. n. 30, cit.

61. Tale scelta, del resto, non appare - ad avviso di Germanwings - neppure in contrasto con i principi di cui al Regolamento (CE) n. 1008/2008. In merito la Parte allega una *e-mail* inviataagli, il 30 settembre 2010 e a titolo personale da un funzionario della Direzione Trasporti della Commissione Europea secondo cui *“se il pagamento di una fee non può essere incluso [nel prezzo del biglietto aereo] perché è applicato per transazione e non per passeggero, allora la sua esistenza e importo devono essere chiaramente indicati accanto al prezzo”*⁶⁵.

62. La Parte, infine, rileva come la modifica del sistema di prenotazione *on line* in lingua italiana nel senso indicato dall’Autorità sia particolarmente difficile dal punto di vista tecnico e gravoso sotto il profilo economico, considerato, che a fronte della marginalità del mercato italiano rispetto al giro d’affari complessivo della compagnia (il 3%), la modifica inciderebbe su tutto il sistema di prenotazione *on line* del vettore con i relativi costi di implementazione⁶⁶.

63. In conclusione, la Parte ritiene che un’eventuale decisione dell’Autorità che imponesse a Germanwings di includere il supplemento in contestazione nel prezzo del biglietto equivarrebbe a *“una vera e propria politica dei prezzi e graverebbe in maniera notevole sulla libertà economica della società stessa”*⁶⁷.

IV. Contestazioni procedurali: estensione dell’oggetto di indagine rispetto alla comunicazione di avvio del procedimento; non pertinenza ed eccessiva onerosità delle richieste istruttorie

64. Il professionista ha eccepito che l’accertamento della possibile scorrettezza del calcolo del *credit card surcharge* sarebbe estraneo alle contestazioni sollevate in sede di comunicazione di avvio del procedimento, che riguardano solo la valutazione dell’adeguatezza delle modalità grafiche utilizzate nei messaggi a mezzo stampa contestati e sul proprio sito *internet* in lingua italiana per informare i consumatori dell’esistenza e dell’importo di tale voce di costo⁶⁸.

⁶⁵ Cfr. all. n. 1 al doc. n. 30: “On your question, according to me, an unavoidable booking fee or credit card fee should be included in the indicated final price. This should also be the case when no alternative payment mode (e.g. bank card) is available for consumers outside the carrier’s home country. If a payment fee cannot be included because it is applied per booking and non per passenger, then its existence and amount must be clearly indicated next to the price”.

⁶⁶ Vd. verbale di audizione del 22 settembre 2010 (doc. n. 22).

⁶⁷ Vd. doc. n. 30.

⁶⁸ Vd. doc. nn. doc. n. 22 e 30, cit.

65. Di conseguenza, la Parte contesta anche la pertinenza, rispetto all'oggetto della comunicazione di avvio del procedimento, della documentazione richiesta dagli uffici. In particolare, è contestata la richiesta relativa alla *“scomposizione dei dati relativi alle prenotazioni in funzione della carta di credito con la quale sono stati acquistati, ovvero la natura dei costi amministrativi interni”*⁶⁹, perché del tutto ultronea rispetto a un eventuale giudizio di scorrettezza dei messaggi pubblicitari contestati

66. Il professionista, inoltre, ritiene che le richieste di informazioni inviategli dagli uffici siano state particolarmente gravose perché spesso non erano *“relative a documenti o informazioni già in possesso della Società ma, piuttosto, hanno imposto complesse elaborazioni di dati e attività contabili - accompagnate da valutazioni di ordine metodologico e periziale - che fuoriescono dalle normali attività contabili svolte dalla società medesima”*⁷⁰.

67. In conclusione, Germanwings, sottolinea la piena collaborazione e buona fede dimostrata nel corso dell'intero procedimento, precisando, tuttavia, che tale atteggiamento non implica accettazione del contraddittorio su contestazioni diverse da quelle presenti nella comunicazione di avvio del procedimento⁷¹.

B. Con riguardo alla pubblicazione sul sito internet in lingua italiana di Germanwings delle condizioni generali di trasporto solo in lingua inglese

68. Il professionista ha rimarcato la prontezza con cui ha proceduto, a seguito della comunicazione di avvio del procedimento, a pubblicare sul proprio sito *internet* in lingua italiana le Condizioni generale di trasporto in italiano⁷².

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

69. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 14 gennaio 2011 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

⁶⁹ Cfr. doc. n. 30, cit.

⁷⁰ Cfr. doc. n. 30, cit.

⁷¹ Cfr. doc. n. 30, cit.

⁷² Vd. doc. nn. 11 e 30, cit.

70. Con parere pervenuto il 16 marzo 2011, l'AGCOM ha ritenuto che la pratica commerciale oggetto di contestazione violasse gli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

71. L'AGCOM ha affermato che le modalità adottate dal professionista per rappresentare l'esistenza e l'importo del costo da sostenere per il pagamento *on line* con carta di credito fossero inidonee, per la loro scarsa evidenza grafica, a soddisfare l'esigenza di garantire ai consumatori un'informazione trasparente circa il costo complessivo finale dei voli aerei. L'AGCOM, inoltre, ha ritenuto la portata intrinsecamente fuorviante di tali modalità redazionali aggravata dalla circostanza che *“la pratica commerciale fa leva sulla proposizione in grande evidenza di un prezzo del prodotto particolarmente accattivante”*. L'AGCOM non ha reputato sufficiente a superare la censura *“l'apposizione di un asterisco, perché non è ex se garanzia di conoscibilità del contenuto del disclaimer specie se, come nel caso in esame, si presenta di difficile lettura e, in ogni caso, carente di informazioni essenziali”*. L'AGCOM, peraltro, ha sottolineato come l'espressione *“tasse e spese incluse”* sia, invece, idonea a ingenerare nei consumatori proprio la convinzione che la tariffa promozionale sia comprensiva di ogni voce di costo⁷³.

72. L'AGCOM ha, del pari, ritenuto scorretta la redazione, sul sito *internet* in italiano del professionista, delle Condizioni generali di contratto in lingua inglese, perché *“non consente ai consumatori a cui devono essere destinate le informazioni di averne chiara e immediata contezza”*.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

73. Nel seguito del provvedimento vengono valutate le condotte del professionista oggetto del procedimento, che integrano due distinte pratiche commerciali, descritte ai precedenti paragrafi II e III:

- A) l'applicazione del supplemento carta di credito al prezzo dei biglietti;
- B) la pubblicazione sul sito *internet* italiano delle Condizioni Generali di Contratto in lingua inglese.

⁷³ Cfr. doc. 37.

A. Con riguardo al credit card surcharge

74. Il procedimento in esame è diretto a verificare la correttezza delle modalità di presentazione delle tariffe offerte per il servizio di trasporto aereo dal vettore Germanwings ai consumatori, specificamente attraverso il proprio sito *internet* e il relativo sistema di prenotazione *on line*, con particolare riguardo alla previsione di un ulteriore onere, connesso al pagamento del biglietto con carta di credito/debito (*credit card surcharge*) ed esplicitato solo al termine del processo di prenotazione.

75. Per i motivi di seguito illustrati, tale pratica commerciale risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo in quanto suscettibile, attraverso lo scorporo di un onere non eventuale, falsamente rappresentato come un costo non preventivabile *ex ante* ed esterno al controllo del vettore, di indurre in errore il consumatore medio circa il prezzo effettivo del servizio offerto. In particolare, premesso il contesto normativo di riferimento, le argomentazioni che seguono riguardano la riscontrata scorrettezza della pratica in contestazione rispetto: *(i)* ai principi di trasparenza informativa che devono essere osservati dal professionista, indipendentemente dal mezzo di comunicazione utilizzato, ai fini di una corretta rappresentazione del costo di un biglietto aereo; *(ii)* alla reale natura e alle modalità di calcolo del supplemento di 8 euro per transazione, addebitato dal professionista a titolo di *credit card surcharge*.

76. Il prezzo dei biglietti per il trasporto aereo deve essere chiaramente ed integralmente indicato, sin dal primo contatto con il consumatore in modo da rendere immediatamente e chiaramente percepibile l'esborso finale necessario per l'acquisto del biglietto aereo offerto. Tale principio trova conferma non solo nella giurisprudenza del giudice amministrativo, ma anche nella normativa nazionale (Legge n. 40/2007⁷⁴), negli orientamenti espressi dalla Commissione a seguito dell'indagine (*sweep*) condotta nel 2007 per l'applicazione della Direttiva sulle pratiche commerciali scorrette⁷⁵

⁷⁴ Legge 2 aprile 2007, n. 40 di “conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, recante misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese”, in GURI, S.O., n. 77/2007. L’art. 3, comma 1, della legge n. 40/2007 - rubricato “Trasparenza delle tariffe aeree” - statuisce che: “Al fine di favorire la concorrenza e la trasparenza delle tariffe aeree, di garantire ai consumatori un adeguato livello di conoscenza sugli effettivi costi del servizio, nonché di facilitare il confronto tra le offerte presenti sul mercato, sono vietati le offerte e i messaggi pubblicitari di voli aerei recanti l’indicazione del prezzo al netto di spese [...]”.

⁷⁵ L’iniziativa, cui hanno partecipato quindici Autorità nazionali competenti e la Norvegia, ha riguardato i siti *internet* di oltre cento compagnie aeree. I risultati dello *sweep* e il relativo comunicato stampa sono consultabili sul sito *internet* http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/index_en.htm.

e, più recentemente, nel Regolamento CE n. 1008/2008 (di seguito anche “il Regolamento comunitario”)⁷⁶.

77. Più in dettaglio, con riguardo alle modalità di presentazione delle tariffe aeree, il citato Regolamento comunitario dispone:

(i) che la tariffa aerea sia indicata, qualsiasi sia il mezzo di comunicazione utilizzato - compreso *internet* - per la sua offerta “*all inclusive*”: specificamente “*Il prezzo finale da pagare è sempre indicato e include tutte le tariffe aeree passeggeri o merci applicabili, nonché tutte le tasse, i diritti ed i supplementi inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione*”;

(ii) la specificazione delle singole voci di costo (il cd. *breakdown of the price*). In particolare, oltre all’indicazione del prezzo finale debbono essere specificati almeno i seguenti elementi: tariffa aerea passeggeri e merci; tasse, diritti aeroportuali, altri diritti, tasse o supplementi connessi, ad esempio, alla sicurezza o ai carburanti;

(iii) dai costi per i servizi opzionali devono essere: “[...] *comunicati in modo chiaro, trasparente e non ambiguo all’inizio di qualsiasi processo di prenotazione e la loro accettazione da parte del passeggero deve avvenire sulla base dell’esplicito consenso dell’interessato (“opt-in”)*”.

78. L’offerta tariffaria pubblicizzata a mezzo stampa, il sito *internet* di Germanwings, dove i consumatori possono trovare le varie offerte promozionali, e il sistema di prenotazione *on line*, dove i consumatori possono ricercare, verificare e acquistare le varie offerte tariffarie per le tratte e le date servite da Germanwings, così come rilevato nel corso di accertamenti istruttori⁷⁷, non appaiono conformi ai richiamati principi di trasparenza e completezza informativa.

79. Il prezzo del biglietto, indicato nelle promozioni e/o all’inizio del processo di prenotazione, non ricomprende l’importo del *credit card surcharge*: tale supplemento è aggiunto automaticamente alla tariffa inizialmente indicata (e agli altri servizi opzionali eventualmente scelti) al termine del processo di prenotazione, al momento della scelta della carta di credito con cui effettuare il pagamento del servizio. Prima della conclusione del processo di prenotazione *on line*, l’informazione circa l’esistenza e l’importo del supplemento è fornita - come ampiamente descritto nei paragrafi che precedono e conformemente a quanto ritenuto dall’AGCOM

⁷⁶ Regolamento (CE) n. 1008/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 settembre 2008, “recante norme comuni per prestazione di servizi aerei nella Comunità”, in GUCE, L 293/3, del 31 ottobre 2008.

⁷⁷ Vd. doc. nn. 3, 10, 20, 28 e 33.

nel suo parere - con modalità inidonee a rappresentare adeguatamente al consumatore il prezzo del servizio offerto.

80. Tale supplemento, tuttavia, non corrisponde a un servizio diverso e ulteriore, rispetto a quello di trasporto, ma risulta inscindibilmente connesso alle modalità di pagamento accettate dal professionista per regolare le transazioni effettuate *on line* sul proprio sito *internet* in lingua italiana. Si tratta, pertanto, di una componente di costo del servizio offerto dal professionista, come tale non separabile dal prezzo del biglietto aereo.

81. La reale natura del *credit card surcharge* di componente del servizio di trasporto e del relativo prezzo risulta, del resto, confermata dal regime di rimborso di tale supplemento, previsto solo in caso di annullamento del volo, nonché dalle espresse affermazioni dell'impresa, che ha dichiarato che: *“l'onere aggiuntivo di 8 euro per transazione con carta di credito è teso a compensare [...] solo parzialmente, il costo rappresentato per Germanwings dalle spese amministrative riconnesse all'utilizzo di tale strumento di pagamento”*⁷⁸.

82. Sebbene ai fini della valutazione di scorrettezza della pratica commerciale in esame sia del tutto irrilevante la menzione sul sito *internet* in lingua italiana del professionista dell'esistenza di una modalità di pagamento degli acquisti alternativa e gratuita rispetto all'addebito su carta di credito⁷⁹ e sebbene rimanga nella piena disponibilità dell'impresa riconoscere sconti e riduzione di prezzi al verificarsi di particolari situazioni quali, ad esempio, l'utilizzo di un particolare strumento di pagamento che si intenda favorire per motivi di efficienza o convenienza economica, si osserva che, comunque, nel caso di specie, nessuna effettiva alternativa esiste per i consumatori italiani - cui il predetto sito *web* è direttamente destinato rispetto al pagamento con una delle carte di credito per cui è previsto il supplemento di 8 euro per transazione⁸⁰.

83. Infatti, e come evidenziato nella parte in fatto del presente provvedimento (punti nn. 35 e 36), le due alternative di pagamento esenti dall'applicazione del sovrapprezzo in esame non sono fruibili dai consumatori italiani in quanto: *(i)* la carta di credito a marchio Germanwings è riservata ai clienti tedeschi; *(ii)* la possibilità di pagare tramite bonifico

⁷⁸ Vd. memoria pervenuta il 23 giugno 2010 (doc. n. 11).

⁷⁹ Infatti, i richiamati principi di trasparenza tariffaria (ora espressamente codificati dalla normativa comunitaria) prescrivono in ogni caso il divieto di scorporo dal prezzo del biglietto aereo, comunque reclamizzato, di voci di costo che non riguardano servizi diversi da quello del trasporto passeggeri.

⁸⁰ Vd. rilevazione d'ufficio del settembre 2010 (doc. n. 10).

bancario non è stata, come precisato dalla stessa società, ancora introdotta per la clientela italiana.

84. Di conseguenza, nel caso oggetto di contestazione, il sovrapprezzo è in pratica applicato a tutte le vendite *on line* effettuate dal vettore a partire dalla data di sua introduzione che, peraltro, rappresentano una quota estremamente significativa sia in volume (95,30%; vd. tabella n. 4) che in valore (92,89%; vd. tabella n. 5) rispetto alla totalità dei biglietti venduti. Ne discende che, nell'ambito delle transazioni effettuate *on line* tramite il sito *internet* in lingua italiana del professionista, l'applicazione del supplemento rappresenti sostanzialmente la regola, piuttosto che l'eccezione o anche solo una circostanza meramente eventuale.

85. Del pari, non condivisibile è l'argomentazione difensiva basata sull'asserita difficoltà di incorporare l'importo del supplemento nel biglietto, dal momento che il professionista applica il supplemento per transazione e non per passeggero e che tale modalità (supplemento per transazione) è a vantaggio dei consumatori che acquistano più biglietti. In realtà, tale modalità è stata liberamente individuata dal professionista quale *proxy* - alternativa ad altre possibili e calcolabili sulla base dei dati storici o prognostici a disposizione - per rappresentare ai consumatori i costi di pagamento con carta di credito; va pertanto escluso che sia una voce necessariamente correlata alla transazione e non riferita al prezzo del biglietto. Inoltre, è proprio l'esigenza di rappresentare ai consumatori il prezzo effettivo del biglietto, comprensivo degli oneri prevedibili e non evitabili, che rende scorretto scorporare voci di costo che ineriscono direttamente al servizio offerto, indipendentemente dalla modalità scelta. Il reale interesse del consumatore è conoscere in modo chiaro ed effettivo il prezzo del biglietto sin dal primo contatto in modo da poter correttamente confrontare le varie offerte tariffarie ed effettuare una scelta consapevole.

86. In merito allo scorporo del *credit card surcharge* dal prezzo del biglietto aereo assume rilievo, oltre ai richiamati principi di trasparenza tariffaria, anche l'art. 3, comma 4, del Decreto Legislativo n. 11/2010⁸¹, di recepimento della Direttiva (CE) n. 2007/64⁸², sui servizi di pagamento nel mercato interno, in forza del quale "*il beneficiario non può applicare spese al*

⁸¹ D.Lgs 27 gennaio 2010, n. 11 "attuazione della Direttiva n. 2007/64/CE relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE, 2006/48/CE, e che abroga la direttiva 97/5/CE", in GURI S.O., n. 29L, del 13 febbraio 2010).

⁸² Direttiva n. 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 novembre 2007 "relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle Direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE e 2006/48/CE, che abroga la direttiva 97/5/CE", in GUCE L 319/1, del 5 dicembre 2007.

pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento”, mentre è consentito, ai sensi del comma 3 dello stesso articolo, applicare uno sconto nel caso di utilizzo di un particolare strumento di pagamento.

87. Il legislatore italiano ha, quindi, chiaramente optato per l'adozione di un regime particolarmente stringente in sede di trasposizione della richiamata Direttiva, che pure rimetteva agli Stati membri la libertà di applicare o meno la regola del cd. *surcharge* (i.e. la possibilità per il beneficiario di applicare spese al pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento).

88. Le risultanze istruttorie evidenziano, inoltre, come l'importo del supplemento carta di credito non corrisponda affatto ai costi asseritamente imposti dai circuiti delle carte di credito accettate per il pagamento *on line* dei biglietti, risultando rispetto ad essi, significativamente superiore, circostanza che rafforza la valutazione di scorrettezza delle informazioni fornite dal professionista sul prezzo dei biglietti.

89. In particolare, dagli stessi dati forniti dal professionista emerge che i ricavi ottenuti dall'applicazione del supplemento carta di credito sono significativamente superiori (tra il 19% e il 46% nel periodo dal 2007 al novembre 2010; vd. tabella n. 3) rispetto ai costi totali che la società dichiara di sostenere nei confronti dei circuiti delle carte di credito accettate dal proprio sistema di prenotazione *on line*.

90. A ciò deve aggiungersi che il professionista ha incluso nell'importo del *credit card surcharge* anche i propri costi interni derivanti dalla gestione del sistema per il pagamento *on line*, costi che il vettore dovrebbe in ogni caso sostenere a prescindere dal il sistema di pagamento adottato.

91. In tal modo, il professionista non solo ha contravvenuto, nelle modalità di rappresentazione del costo dei biglietti aerei offerti, agli obblighi di trasparenza in precedenza evidenziati, ma ha altresì fuorviato i consumatori lasciando impropriamente intendere che il supplemento richiesto alla fine del processo di prenotazione *on line* corrisponda ai costi sostenuti nei confronti dei circuiti delle carte di credito accettate per il pagamento e sia, in quanto tale, totalmente estraneo al proprio controllo e alla propria politica tariffaria.

92. La scorrettezza della pratica commerciale risulta, infine, dalle stesse modalità utilizzate dal professionista per indicare la presenza e i criteri di applicazione del supplemento sia nei messaggi a mezzo stampa, sia nel proprio portale *web* in lingua italiana.

93. Nei messaggi a mezzo stampa, infatti, tale informazione è relegata in caratteri molto ridotti intorno al perimetro dell'occhiello che incornicia la specifica offerta tariffaria pubblicizzata e, quindi, è resa con una modalità grafica del tutto insufficiente a rilevarne chiaramente e immediatamente la presenza.

94. Nella *home page* del sito *internet* in esame, la presenza e l'importo di tale voce di costo è resa nota agli utenti in un riquadro posto nel margine del *box* che incornicia specifiche offerte tariffarie. Si osserva, inoltre, che nelle rilevazioni acquisite d'ufficio il 15 aprile 2010⁸³, il prezzo cerchiato a tale occhiello era espressamente indicato come “*tasse e spese INCLUSE*” (enfasi nel testo) - precisazione idonea a ingenerare il falso convincimento che il prezzo indicato si comprendeva di tutti i costi.

95. Nel corso dell'*iter* di prenotazione *on line* tale informazione è inserita solo nella fase terminale del processo: prima di questa fase, infatti, il prezzo del biglietto/i scelto/i è indicato come comprensivo di tasse e commissioni, così da ingenerare la falsa convinzione che il prezzo indicato ricomprenda ogni voce di costo.

96. In conclusione, e contrariamente a quanto argomentato sul punto da Germanwings, la presentazione delle tariffe dei servizi di trasporto offerti dal professionista attraverso lo scorporo dell'importo del *credit card surcharge* dal prezzo del biglietto, nelle offerte tariffarie promozionali presenti sul proprio sito *internet* o all'inizio del processo di prenotazione *on line*, così come le modalità utilizzate per informare i consumatori sulla presenza di tale supplemento, non rispondono ai criteri di trasparenza e completezza informativa cui il professionista deve attenersi quando promuove la propria offerta tariffaria e, di conseguenza, non consentono al consumatore, sin dal primo contatto (*i.e.* nel caso di specie dalla *home page*), di conoscere l'effettivo prezzo del biglietto, inclusivo dell'insieme di voci di costo che lo compongono (secondo la classificazione di tariffa, tasse e supplementi) e, per questo, contrari agli artt. 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo.

97. Nel caso di specie, la condotta del vettore risulta non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell'attività svolta. Il rispetto dei generali principi di correttezza e buona fede, declinati anche alla luce delle prescrizioni normative nazionali e comunitarie, impone infatti ai

⁸³ Vd. doc. n. 3.

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 e immediata percezione degli elementi essenziali delle offerte proposte; trasparenza e chiarezza che, nel caso in esame, risultano compromesse per effetto dell'indebito scorporo dal prezzo del biglietto di un onere economico non eventuale e ragionevolmente prevedibile *ex ante* e, come tale, interamente riconducibile alla politica tariffaria del professionista.

B. Con riguardo alla pubblicazione sul sito internet in lingua italiana di Germanwings delle condizioni generali di trasporto solo in lingua inglese

98. La pubblicazione delle Condizioni generali di trasporto in lingua inglese sul sito *internet* del vettore in lingua italiana, appare scorretta perché, come rilevato dall'AGCOM nel proprio parere, non rende di immediata e chiara comprensione all'utente aspetti essenziali del contratto di trasporto che sta concludendo e, quindi, sostanzialmente è come se le stesse non fossero state sottoposte alla consapevole attenzione e sottoscrizione da parte del consumatore.

99. Le Condizioni generali di trasporto - che il consumatore deve espressamente accettare, attraverso apposito segno di spunta, per poter procedere all'acquisto *on line* dei biglietti aerei offerti dal professionista - contengono, infatti, regole fondamentali relative al servizio oggetto di acquisto come, in particolare, quelle relative alla validità, utilizzo sequenziale e rimborsabilità del titolo di viaggio.

100. La scorrettezza della pubblicazione di tali regole in una lingua diversa da quella del consumatore cui il sito *internet* si rivolge è stata riconosciuta anche dalla Commissione europea a seguito del richiamato *sweep* del 2007 nel settore dell'offerta *on line* di servizi di trasporto aereo passeggeri.

101. Di conseguenza, l'aver omesso la pubblicazione in lingua italiana delle Condizioni generali di trasporto - perlomeno fino al fine luglio 2010 (cfr. punto n. 48) - appare contraria agli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

102. 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 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

103. Inoltre, nel caso di procedimenti che abbiano ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come l'art. 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689, enunciando principi generali in materia di sanzioni amministrative, sia pienamente applicabile anche alle materie di competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato⁸⁴.

104. Alla luce dell'orientamento giurisprudenziale sopra delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate due distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà, non risulta applicabile né l'istituto del concorso formale, né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del criterio del cumulo materiale delle sanzioni.

105. 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.

106. Con riguardo alla gravità di entrambe le violazioni relative alle pratiche oggetto di contestazione, si tiene conto della dimensione del professionista, trattandosi di un vettore *low cost* parte di una delle principali compagnie aeree di bandiera (Lufthansa) e in costante crescita.

107. Con specifico riferimento alla pratica commerciale *sub A*) si tiene, inoltre, conto dell'idoneità della pratica a raggiungere un numero considerevole di consumatori considerato, in particolare, che l'acquisto di biglietti attraverso il sistema di prenotazione presente sul sito *internet* in lingua italiana di Germanwings rappresenta oltre il 90% del fatturato annuo complessivo della compagnia in Italia e considerata, altresì, la significativa

⁸⁴ Cfr.: Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze n. 26 del 2007 e n. 1271 del 2006.

diffusione dei quotidiani attraverso cui il professionista ha reclamizzato la propria offerta tariffaria nel periodo marzo 2009/marzo 2010.

108. Sempre con riguardo alla gravità si tiene, altresì, in considerazione, nel caso di specie, del pregiudizio economico per i consumatori, indirettamente desumibile dall'entità complessiva delle somme ad essi addebitate, nel periodo settembre 2007/maggio 2010, pari a circa 830.000 euro.

109. Per quanto riguarda, poi, la durata della violazione, sebbene tale pratica sia iniziata nel gennaio 2006 e sia ancora in corso, ai fini della quantificazione della sanzione si ha riguardo al periodo a partire dall'entrata in vigore della normativa sulle pratiche commerciali scorrette (settembre 2007).

110. alla luce di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione nella misura di 45.000 €(quarantacinquemila euro).

111. In considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Germanwings nella misura di 35.000 € (trentacinquemila euro)

112. Con riferimento alla durata della pratica *sub B*), quest'ultima risulta posta in essere almeno dal 15 aprile 2010 (cfr. paragrafo n. 7) sino a fine luglio 2010.

113. Alla luce di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione nella misura 25.000 €(venticinquemila euro).

114. In considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Germanwings nella misura di 15.000 € (quindicimila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte e in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta la punto II, lettera A), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, comma 1, lettera d), 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 prezzo effettivo dei servizi di trasposto aereo;

RITENUTO, inoltre, sulla base delle considerazioni suesposte e in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 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 alle condizioni che regolano il contratto di trasporto;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Germanwings GmbH, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere da Germanwings GmbH, costituisce per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo e ne vieta l’ulteriore diffusione;

c) che per l’infrazione di cui alla lettera a) sia irrogata alla società Germanwings GmbH una sanzione amministrativa pecuniaria di 35.000 € (trentacinquemila euro);

d) che per l’infrazione di cui alla lettera b) sia irrogata alla società Germanwings GmbH una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 € (quindicimila euro);

e) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di 60 giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet www.agenziaentrate.gov.it*.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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 medesimo. 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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 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 150.000 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 verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

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, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, 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

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà