



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. Vueling S. A. (di seguito anche “Vueling” o “professionista”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b), del Codice del Consumo, è una compagnia aerea *low cost* con sede legale in Spagna, con un fatturato per il 2015 pari a circa 2 miliardi di euro¹, che opera collegamenti aerei tra la Spagna e le principali città italiane ed europee con circa 100 destinazioni.

2. Le associazione di consumatori Altroconsumo e Konsumer Italia, in qualità di segnalanti.

¹ Fonte: Bilancio Vueling al 31 dicembre 2015, depositato dalla società in data 25 gennaio 2017.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne alcuni comportamenti posti in essere dal professionista, consistenti in:

A) *Informazioni false e/o omissioni informative rilevanti sul check-in online*

4. Vueling evidenzia sia nel sito internet www.vueling.it che nelle varie comunicazioni inviate al consumatore che ha acquistato un servizio di trasporto aereo tutti i vantaggi relativi al servizio di check-in on line, evidenziando sempre che si tratta di un servizio gratuito (cfr. immagine seguente).

5. In nessuna comunicazione o parte del sito internet viene fatta menzione del fatto che il check-in online potrebbe essere sottoposto a determinate condizioni e/o al pagamento di un supplemento, che è invece richiesto per il diverso e specifico servizio di scelta del posto a sedere.

6. Dalle segnalazioni di alcuni consumatori risulta che durante il processo di check-in online per l'acquisizione della carta d'imbarco, il professionista ha indicato che i posti gratuiti, anche chiamati "random choice", erano terminati e quindi ha richiesto il pagamento di circa 15 euro² per poter

² Cfr. Segnalazione prot. n. 58779 del 7 ottobre 2016; segnalazione prot. n. 58851 del 12 ottobre 2016.

completare il check in on line ed ottenere la carta d'imbarco, in quanto residuavano solo posti per i quali era necessario pagare il servizio aggiuntivo di scelta del posto.

7. Nelle comunicazioni che il professionista invia al consumatore non si fa, inoltre, menzione della possibile scelta di effettuare il check in aeroporto gratuitamente.

B) *Informazioni non veritiere e/o omissioni informative rilevanti in merito alla carta sconto MyVueling 25%*

8. Vueling, almeno dal mese di febbraio 2016³, ha promosso una tessera sconto denominata "MyVueling 25%" per poter acquistare biglietti aerei, con un sconto del 25%, sulla tariffa base in classe Optima o Basic esclusi i costi di gestione, le tasse e i servizi.

9. Il costo della citata tessera sconto varia in base al periodo di validità – 3 mesi o 6 mesi – e dalla operatività della stessa sulle sole rotte spagnole, sulle sole rotte italiane o su tutte le rotte su cui opera Vueling (cfr. immagine seguente):

³ Cfr. Segnalazione prot. n. 12759 dell'11 luglio 2016.

Buono My25%

Sconto del 25% sulla tariffa base di tutti i tuoi voli!



Quanto più viaggi, più risparmi:



Scopri tutti i vantaggi offerti da My25%:

- ✓ Sconto del 25% sulla tariffa base di tutti i tuoi voli in classe Optima e Basic (tasse, costi, ecc.)
- ✓ Numero illimitato di voli durante il periodo di utilizzo del buono.
- ✓ Puoi scegliere la data di inizio di utilizzo del buono.
- ✓ Senza limiti di destinazione in funzione del buono prescelto.
- ✓ Il buono è valido per prenotazioni effettuate attraverso il sito, l'app mobile e le agenzie di viaggio.

My 25% si adatta alle tue necessità. Scegli il tuo buono!

 <p>SPAIN</p> <p>3 mesi a 99€ 6 mesi a 179€</p> <p>Sconto sui voli all'interno del territorio spagnolo.</p>	 <p>ITALY</p> <p>3 mesi a 79€ 6 mesi a 149€</p> <p>Sconto sui voli all'interno del territorio italiano.</p>	 <p>EVERYWHERE</p> <p>3 mesi a 149€ 6 mesi a 269€</p> <p>Sconto su tutti i voli verso tutte le destinazioni Vueling.</p>
---	---	--

10. Le pagine del sito www.Vueling.com/it,⁴ dove è descritto il funzionamento della tessera, riportano inoltre una schermata contenente alcuni esempi di viaggio al fine di dimostrare la particolare convenienza della tessera. Gli esempi però non chiariscono esattamente la quota/parte del prezzo del biglietto sul quale viene effettivamente praticato lo sconto, che non corrisponde mai al prezzo integrale di vendita del biglietto.

⁴ Rilevazione dal sito internet www.Vueling.com/it del 15 settembre 2016.



Ecco di seguito alcuni esempi di sconto con il buono My25%:

Luigi lavora da vari mesi ad Amsterdam e ogni 15 giorni prende un volo per Barcellona per trascorrere il fine settimana

Totale voli senza My25%	Totale voli con My25%	Risparmio
1540 € Tariffa base 80 €	MY 25% 1260 € Tariffa base 80 €	✓ 131 € (compreso il costo del buono)

Maria lavora a Barcellona, ma ogni settimana deve partecipare a una riunione commerciale presso la centrale della sua azienda

Totale voli senza My25%	Totale voli con My25%	Risparmio
2640 € Tariffa base 60 €	MY 25% 2280 € Tariffa base 60 €	✓ 261 € (compreso il costo del buono)

Paolo vive a Palermo ma sta lavorando a un progetto a Roma e ogni fine settimana l'azienda gli paga il volo di andata e ritorno

Totale voli senza My25%	Totale voli con My25%	Risparmio
3022 € Tariffa base 35 €	MY 25% 2602 € Tariffa base 35 €	✓ 271 € (compreso il costo del buono)

11. Da una segnalazione di un consumatore, risulta che a fronte di un acquisto di un biglietto aereo a/r del costo di circa 75 euro, il consumatore avrebbe beneficiato di uno sconto di 1,50 euro come risulta dalla schermata seguente.

Il tuo codice sconto My25% M25IT5Q7RU è valido per questa prenotazione. Potrai vedere lo sconto applicato sul tuo programma di viaggio.

[Cambia codice sconto](#)

Pensaci... ma non troppo!

Il prezzo di questo volo potrebbe aumentare nelle prossime ore. Hai bisogno di più tempo per pensarci? Non puoi ancora comprarlo? Assicurati questo prezzo per 24 ore a partire da soli 2 € a tratta e passeggero.

Voglio bloccare il prezzo di questo volo. **24h**

Prosegui con i Dati del passeggero

Il tuo programma di viaggio

Palermo

Andata
FCO 17.50 h → 03/04/2016 → PMO 19.00 h
44,99 €

Ritorno
PMO 06.50 h → 11/04/2016 → FCO 08.00 h
29,99 €

Prezzo totale: **74,98 €**

Buono My25%: **-1,51 €**

Prezzo finale: **73,47 €**

[Cambia valuta](#)

[Modifica la tua ricerca](#)

12. Da ultimo, in caso di acquisto della carta MyVeuling, il professionista non riconosce alcun diritto di ripensamento.

C) Informazioni non veritiere e imposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti dei passeggeri

13. Vueling, già a partire dal mese di novembre 2014⁵, indica sulle mail e sul sito internet un numero telefonico a pagamento (“899”) per richiedere informazioni sul volo e formulare richieste di assistenza ed un altro, (“199”), sempre a pagamento per reclami e per l’esercizio dei diritti contrattuali dei passeggeri. Il costo massimo previsto per una telefonata al call center è pari a 15 euro.

Fare clic qui con il pulsante destro del mouse per scaricare le immagini. Outlook ha i

Telefono informazioni sul volo
899399888
0-24 tutti i giorni (dalla Spagna)

Questa è la conferma della prenotazione del tuo volo

14. Molte segnalazioni lamentano inoltre che i tempi di attesa al call center sono lunghi e che vi sono ripetute cadute della linea telefonica che determinano, il più delle volte, la necessità di una successiva telefonata con un costo notevolmente superiore a quello massimo indicato dal vettore.

15. Pertanto, i consumatori lamentano di dover pagare un importo elevato al fine di ottenere assistenza in relazione ad una pluralità di situazioni, anche relative a diritti contrattuali previsti nelle condizioni generali di trasporto e

⁵ Cfr. Segnalazione prot. n. 52436 del 10/11/2014.

anche quando il disagio è causato dallo stesso vettore come nel caso di una cancellazione del volo.



16. Nello specifico dei disservizi segnalati dai denunciati risulta, quindi, che, Vueling non consente il rimborso del biglietto in caso di errore nella fase di acquisto⁶ e non rimborsa i danni subiti dai passeggeri in caso di ritardo e cancellazione dei voli⁷.

17. Anche con riferimento alla possibilità di effettuare il cambio del volo, a scelta del cliente pagando un importo di 50 euro, facoltà ampiamente pubblicizzata sul sito internet, i consumatori lamentano che tale facoltà è di fatto irrealizzabile per gli elevati costi richiesti dal vettore e per l'elevato costo del call center al quale si deve ricorrere non esistendo, di fatto, un canale alternativo.⁸

Cambia il tuo volo

Vueling sa che la vita può riservare sorprese e per questo ti dà la possibilità di cambiare il volo se è necessario.



Sappiamo che a volte:

- ✓ C'è un cambio di programma
- ✓ La data di una riunione viene spostata
- ✓ O semplicemente un imprevisto ti impedisce di viaggiare

Per questo Vueling ti permette di modificare il volo (data, ora o nominativo) fino a 2 ore prima della partenza. Ti offriamo tutta la flessibilità di cui hai bisogno!

Puoi effettuare il cambio di data e ora dal sito web, il cambio di data, ora e nome contattando telefonicamente il [Servizio Assistenza Clienti](#).

Il cambio di volo o di titolare del biglietto ha un costo di 50 EUR + la differenza di prezzo per tratta e passeggero.

Ai costi di modifica dei voli dovrai sommare la differenza nel caso in cui la nuova tariffa fosse maggiore.

Se uno dei voli è operato da British Airways, per richiedere il cambio devi contattare il nostro Servizio Assistenza Clienti. [+info](#)

✓ **Tariffa Excellence**

Cambia il volo o il nome del titolare tutte le volte che vuoi senza costi aggiuntivi (pagherai solo la differenza se la nuova tariffa fosse superiore).

▶ [Vedi Tariffa Excellence](#)

⁶ Cfr. Segnalazione prot. n. 12759 del 21/1/2015 Segnalazione prot. n. 52761 del 4/8/2016.

⁷ Cfr. Segnalazione prot. n. 12831 del 21/1/2015, segnalazione prot. n. 14178 del 29/1/2015, segnalazione prot. n. 50381 del 5/8/2015.

⁸ Cfr. Segnalazione prot. n. 52761 del 4/8/2016.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

18. Sulla base di alcune rilevazioni d'ufficio e delle segnalazioni delle associazioni di consumatori Altroconsumo e Konsumer Italia⁹ nonché di alcune segnalazioni di consumatori, pervenute nel periodo novembre 2014 – ottobre 2016, in data 11 novembre 2016 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS9856 per presunta realizzazione delle seguenti pratiche:

- diffusione di informazioni false e/o omissioni informative rilevanti sul check-in online in violazione degli artt. 20, 21, 22 nonché un indebito condizionamento in violazione dell'art. 24 del Codice del Consumo per la previsione di un costo aggiuntivo per il check-in online;
- diffusione di informazioni non veritiere e/o omissioni informative rilevanti in merito alla carta sconto MyVueling 25% in violazione degli artt. 20, 21 e 22, comma 2, del Codice del Consumo;
- diffusione di informazioni non veritiere in violazione degli artt. 20, 21, 22 del Codice del Consumo e l'imposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti dei passeggeri in violazione degli artt. 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo in caso di reclamo o di richiesta di assistenza;

Nella medesima comunicazione sono state inoltre contestate altre due pratiche:

- diffusione di informazioni non veritiere e imposizione di ostacoli consistenti nell'applicazione della c.d. "no-show rule" in violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettere b), d) e g), 22, 24 e 25 del Codice del Consumo;
- addebito di una commissione per utilizzo di strumenti di pagamento in violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo

19. In data 16 dicembre 2016 è stata inviato a Vueling un sollecito per la risposta alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento;

20. In data 23 dicembre 2016, l'Autorità ha inoltrato richiesta di assistenza al *Ministerio de Ciencia y Tecnologia Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Infomación* spagnolo, ai sensi dell'articolo 5 del Decreto Legislativo n. 70/2003.

21. In data 23 dicembre 2016 è pervenuta da parte di Vueling una richiesta

⁹ Segnalazione prot. n. 50381 del 5/8/2015.

di proroga del termine per la presentazione di memorie.

22. In data 29 dicembre 2016 è stato dato riscontro all'istanza di proroga del termine.

23. In data 25 gennaio 2017 Vueling ha dato riscontro alla richiesta di informazioni e ha formalizzato una proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo, poi integrata in data 28 febbraio 2017.

24. In data 15 febbraio 2017 si è svolta l'audizione dei rappresentanti della società Vueling.

25. In data 14 marzo 2017 l'Autorità ha deliberato il rigetto degli impegni proposti da Vueling in relazione all'interesse all'accertamento delle pratiche e in quanto ritenuti inidonei a risolvere le pratiche oggetto del procedimento per la indeterminatezza delle misure proposte e dei tempi di implementazione. La comunicazione di rigetto di impegni è stata comunicata in data 15 marzo 2017.

26. In data 29 marzo 2017 Vueling ha presentato un'istanza di revoca delle decisioni di rigetto degli impegni dalla stessa proposti.

27. In data 10 aprile 2017 si è svolta una seconda audizione dei rappresentanti della società Vueling.

28. In data 12 aprile 2017 l'Autorità ha deliberato il rigetto dell'istanza di revoca formulata da Vueling, tale decisione è stata comunicata in data 14 aprile 2017.

29. Il 14 aprile 2017 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

30. In data 4 maggio 2017 è pervenuta la memoria conclusiva del professionista.

2) Le evidenze acquisite

PRATICA sub A)

31. Vueling offre ai passeggeri tre diverse tipologie di tariffe: Basic, Optima ed Excellence, con differenti livelli di servizio e di prezzo.

32. Il check-in online è un servizio offerto a tutti i passeggeri: i passeggeri delle tariffe Optima ed Excellence sono automaticamente accettati a bordo e contestualmente all'acquisto del biglietto ricevono una mail contenente la carta di imbarco. I passeggeri della tariffa Basic non sono automaticamente accettati a bordo e di conseguenza devono effettuare il check-in.

33. Secondo le informazioni fornite dal professionista, il check-in può

essere effettuato in aeroporto ai banchi dedicati o, a scelta del consumatore, online. Per la tariffa Basic, il check-in on line è gratuito se effettuato nell'intervallo di tempo compreso tra 7 giorni e 4 ore antecedenti la partenza dell'aereo e se a bordo vi sia disponibilità di posti gratuiti. Il check-in aeroporto è gratuito.

34. Vueling promuove nel sito internet il servizio di check-in online prospettandolo come il più comodo e veloce (Cfr. immagini seguenti)

Check-in online

Risparmia tempo e fila in aeroporto con il check-in online



Puoi stampare la carta d'imbarco o riceverla direttamente sul cellulare!

- ✓ Se voli con le tariffe Optima o Excellence, o se hai selezionato un posto a bordo con tariffa Basic, potrai effettuare il check-in online dal momento dell'acquisto fino a 4 ore prima della partenza del volo (tranne se voli da Cardiff, Lione, Praga o Londra Heathrow, che permette di effettuare il check-in online fino a 24 ore prima della partenza).
- ✓ Se non hai scelto un posto a bordo durante l'acquisto, potrai fare il check-in online gratuitamente richiedendo l'assegnazione casuale del posto (subordinato a disponibilità) da 7 giorni a 4 ore prima della partenza del volo (tranne se voli da Cardiff, Lione, Praga o Londra Heathrow, che consentono di fare il check-in online fino a 24 ore prima della partenza).
- ✓ Per i voli operati da British Airways potrai fare il check-in e ottenere le carte d'imbarco nelle 24 ore prima della partenza del volo.

Check-in online istantaneo incluso con:



Tariffa Optima ●



Tariffa Excellence ●



Economy Checked baggage ●

Se voli con una di queste tariffe, dopo la conferma dell'acquisto, riceverai un'e-mail con le carte d'imbarco in allegato (Questo servizio è disponibile solo se gli aeroporti della tua prenotazione consentono di effettuare il check-in online).

▶ [Visualizza tariffa Optima](#)

▶ [Visualizza tariffa Excellence](#)

▶ [Visualizza Economy Checked baggage](#)

Fai il check-in quando vuoi e **risparmi tempo in aeroporto**: non dovrai passare dal banco accettazione a ritirare la carta d'imbarco né fare lunghe file.

Richiedi le carte d'imbarco



Fai il check-in **fino a 4 ore** prima del volo



Da **qualsiasi dispositivo**: computer, tablet o telefono cellulare



Stampale o **scaricale** sullo smartphone

- ✓ Risparmierai tempo in viaggio e ne guadagnerai in comodità
- ✓ Fallo in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo
- ✓ Servizio gratuito se mancano meno di 7 giorni alla partenza del volo
- ✓ Le porterai sempre con te
- ✓ E se hai dubbi [chiedi a noi!](#)

35. Nell'anno 2016, 2.187.354 passeggeri hanno effettuato il check-in online e 1.473.779 passeggeri hanno effettuato il check-in gratuito in aeroporto.

36. Il professionista ha indicato che i ricavi derivanti dal servizio di check-in online nell'anno 2016 ammontano a 443.672,00 euro

PRATICA sub B)

37. Il buono MY25% consente essenzialmente di usufruire di uno sconto del 25% sulla tariffa base standard di tutti i voli in tariffa Optima o Basic effettuati durante il periodo di utilizzo dello stesso. Il buono non è valido per l'acquisto di voli in tariffa Excellence. Lo sconto cui dà diritto il buono My25% è calcolato sulla tariffa base standard di ciascun volo a cui si applica. Il buono è nominale per cui non è trasferibile. Il buono non è rimborsabile.

38. Il numero di adesioni avvenute nell'ultimo biennio (2015 — 2016) è di 91 buoni MY25% di durata trimestrale e di 21 buoni MY25% di durata semestrale. Nel 2015 sono stati venduti circa 1000 biglietti utilizzando il buono sconto MY25%; nel 2016 sono stati venduti circa 850 utilizzando il citato buono.

39. Lo sconto è applicato sul prezzo del biglietto al netto di spese

amministrative, tasse e diritti. Tali voci incidono, in media, per circa il 10% sul prezzo iniziale del biglietto¹⁰. Ad esempio a fronte di un prezzo iniziale di 121,33 euro, il prezzo sul quale si applica lo sconto è pari a 107,45 euro.

40. Dal mese di aprile 2017 la società ha riconosciuto al consumatore di poter esercitare il diritto di recesso entro 10 giorni dall'acquisto del buono sconto.

PRATICA sub C)

41. Il professionista mette a disposizione della clientela un call center attraverso un numero a pagamento. Il call center a pagamento è indicato come forma di assistenza clienti sia nelle varie pagine del sito internet sia nelle mail che vengono inviate ai passeggeri¹¹.

42. Sulla base delle informazioni fornite dal professionista, il numero di chiamate ricevute dal call center per l'assistenza ai clienti nell'anno 2016, suddiviso per mese, è riportato nella tabella che segue:

Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
5602	5870	11325	8702	10738	18502	23502	15607	10870	6710	5154	6543

43. Il professionista non ha fornito, invece, i ricavi relativi alle telefonate pervenute al call center.

44. Nel sito internet sotto la voce assistenza compare anche una web form che è realizzata tramite un sistema di finestre a tendina con percorsi obbligati e argomenti già preselezionati.



¹⁰ Dati di cui alla tabella allegata alla nota del 25 gennaio 2017 prot. n. 15132.

¹¹ Cfr. documentazione allegata prot. n. 52482 del 10 novembre 2014.

Invia un messaggio

 Indica che tipo di cliente sei: privato, impresa o agenzia. Di seguito indicaci il motivo della tua richiesta e ti risponderemo subito.

 Privato	 Agenzia	 Impresa
--	--	--

Complimenti e suggerimenti	Reclamo	Richieste	Consultazioni/informazioni
----------------------------	---------	-----------	----------------------------

Su quale argomento?

 Vendita biglietti: <input type="text" value="Italia"/> 8958953333 dalle 8 alle 24 tutti i giorni. 0,98€/min - scatto alla risposta 0,24€, tasse incl. da rete fissa: 1,28€/min - scatto alla risposta 0,18€, tasse incl. da cellulare.	 Servizio assistenza clienti: <input type="text" value="Italia"/> 199206621 dalle 0 alle 24 tutti i giorni (Assistenza personalizzata: dalle 9 alle 21). da rete fissa: 0,24€/min - scatto alla risposta 0,124€, tasse incl. da rete mobile: TIM 0,4896€/min - scatto alla risposta 0,1549€, tasse incl. Vodafone 0,4028€/min - scatto alla risposta 0,1549€, tasse incl. Wind 0,42€/min - scatto alla risposta 0,124€, tasse incl. H3C 0,48€/min - scatto alla risposta 0,15€, tasse incl.	 Iscriviti alla newsletter <input type="text" value="La tua e-mail qui..."/> <input type="button" value="Mi voglio iscrivere!"/>
--	---	--

    

45. Attraverso i due canali è possibile richiedere il rimborso del biglietto, le variazioni dei biglietti, la correzioni di errori in fase di prenotazione a condizione che la relativa correzione sia effettuata dal passeggero entro 24 ore dall'acquisto del biglietto aereo. In caso di modifica del nome e/o cognome del passeggero, il relativo servizio è invece soggetto al pagamento di una fee di gestione pari ad Euro 50,00. Le modalità e condizioni sopra richiamate sono, altresì, illustrate nella apposita sezione "FAQ" del sito internet *www.vueling.it*.

46. Non è previsto invece il rimborso del biglietto in caso di errore nell'inserimento del nominativo del passeggero, atteso che tale errore è suscettibile di correzione (secondo la procedura sopra illustrata).

47. Le modalità e gli eventuali costi per cancellazione o variazione del volo sono illustrati dalla compagnia sempre sul sito internet nonché all'articolo 6.2 delle Condizioni Generali di Trasporto. In caso di cancellazione del volo imputabile al vettore, il rimborso del biglietto viene effettuato in conformità alle previsioni del Regolamento (CE) n. 261/2004, come espressamente indicato dalla compagnia all'articolo 7.2 delle proprie Condizioni Generali di Trasporto. In tale ipotesi, il passeggero può richiedere il rimborso, a sua scelta, presso le biglietterie o compilando il *form* disponibile sul sito. La procedura di cui sopra trova applicazione anche

in relazione alle richieste di rimborso del biglietto in caso di variazione del volo.

48. Nell'anno 2016 Vueling ha ricevuto 147.225 reclami di cui 61.184 ai sensi del Reg. CE 261/2004 e 86.041 per disservizi vari. Il valore dei rimborsi in relazione alle richieste avanzate dai passeggeri attraverso il *form* disponibile sul sito internet www.vueling.it, è stato:

Italia	Totale in €	Numero passeggeri
Voli originanti dall'Italia	-14.379.450,34	32.006
Voli con destinazione Italia	-9.795.154,24	29.234

PRATICA sub D)

49. La tariffa *Excellence* prevede la rimborsabilità della/e tratta/e non usufruita/e mentre le tariffe *Optima* e *Basic* non prevedono alcun rimborso. Vueling non applica la c.d. "*no-show rule*", né in relazione ai biglietti A/R, né in relazione ai biglietti che comprendono una serie di tratte.

PRATICA sub E)

50. La commercializzazione dei biglietti aerei di Vueling in Italia viene realizzata, per il 50%, direttamente attraverso il sito *internet* della compagnia e, per il restante 50%, attraverso agenzie di viaggi. Non è prevista alcuna commissione per pagamento con carta di credito o PayPal per gli acquisti effettuati tramite il sito internet.

3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

51. Il professionista Vueling nelle sue memorie pervenute in data 4 maggio 2017 ha rappresentato quanto segue:

- a) Vueling ha assunto una condotta di assoluta trasparenza e cooperazione sin dall'avvio dell'istruttoria, tanto da implementare già nel corso di quest'ultima azioni correttive tese a migliorare l'informazione resa ai passeggeri;
- b) tutte le azioni implementate da Vueling nel corso dell'istruttoria appaiono idonee a rimuovere i profili di eventuale scorrettezza sollevati con riferimento a ciascuna delle pratiche contestate;
- c) **con riferimento alla pratica sub A** Vueling ha confermato la sussistenza della pratica spiegando che l'importo richiesto non è un

supplemento per il check-in online ma si tratta del pagamento per il servizio di scelta del posto e ha inoltre evidenziato di aver modificato la pagina internet relativa al servizio di check-in online fornendo una più chiara indicazione in merito alla circostanza che il servizio di check-in online gratuito con l'assegnazione casuale del posto potrebbe essere soggetto a disponibilità. Pertanto il passeggero potrà effettuare gratuitamente il check-in in aeroporto oppure effettuare il check-in online acquistando le tipologie di posto soggette a pagamento;

d) **con riferimento alla pratica sub B**, Vueling ha, anzitutto, documentato che il numero di passeggeri che hanno acquistato il "*Buono My25%*" nel biennio 2015-2016 è di scarsa rilevanza. Inoltre, la compagnia ha documentato che gli esempi numerici riportati a pagina 4 della citata comunicazione riflettono comunque l'effettiva portata dello sconto di cui i titolari del "*Buono My25%*" possono beneficiare;

e) anche le contestazioni relative alla pratica di cui sopra appaiono, dunque, attenerse a profili meramente formali, frutto di meri errori materiali derivanti dalla traduzione (dallo spagnolo all'italiano) dei testi contenuti nel sito internet www.vueling.it, in ogni caso privi di carattere decettivo e che la compagnia ha, comunque, provveduto a correggere o eliminare;

f) **con riferimento alla pratica sub C** ed in particolare al servizio *website form* ("Centro Assistenza Clienti"), Vueling precisa che le richieste di compensazione pecuniaria ai sensi del Regolamento (CE) n. 261/2004, di risarcimento o di rimborso del biglietto sono trasmesse dai passeggeri, per la stragrande maggioranza, attraverso il servizio suddetto, con una percentuale di passeggeri che hanno visto soddisfatta la propria richiesta di compensazione pari al 97% nel solo anno 2016;

g) quanto sopra è il risultato della ampia e corretta visibilità data dalla compagnia al servizio *website form* ("Centro Assistenza Clienti"), non solo attraverso le FAQ, ma altresì attraverso il *banner display* di agevole ed immediata visualizzazione inserito nella *web main page* del proprio sito internet www.vueling.it; rileva al riguardo anche il significativo incremento del personale, sia interno che esterno (siccome presente anche negli aeroporti), dedicato al *customer care*. Vueling produce altresì l'estratto della relazione fornita all'Ente Nazionale per l'Aviazione Civile nel mese di febbraio 2017, recante l'indicazione analitica dei *customer claims* ricevuti nell'anno 2016 (e relativo impatto economico), della percentuale di passeggeri che hanno visto soddisfatta la propria richiesta di compensazione nel corso del medesimo anno e delle misure in essere per la gestione dei

*customer claims*¹²;

h) **con riferimento alle pratiche sub D e E**, come documentato nel corso dell'istruttoria, la compagnia non applica di fatto né la c.d. *"no show rule"*, né alcun *"credit card surcharge"* in rapporto ai diversi strumenti di pagamento utilizzati dai propri passeggeri per l'acquisto dei biglietti;

i) le contestazioni di cui sopra appaiono, dunque, attenere a profili meramente formali, frutto di meri errori materiali o nella traduzione (dallo spagnolo all'italiano) dei testi contenuti nel sito internet www.vueling.it, in ogni caso privi di carattere decettivo e che la compagnia ha, comunque, provveduto a correggere o eliminare.

4) Le misure adottate da Vueling

52. In relazione alle pratiche contestate, il professionista Vueling ha comunicato l'adozione delle seguenti misure:

Pratica sub A) Vueling ha provveduto a modificare la pagina <http://www.vueling.com/it/servizivueling/check-in-online> e le F.A.Q. (*"Domande Frequenti"*) presenti sul proprio sito internet www.vueling.it, al fine di fornire ancor più chiara indicazione:

1. che il servizio di check-in *online* gratuito con l'assegnazione casuale del posto potrebbe essere soggetto a disponibilità;
2. che qualora il servizio di cui sopra non fosse più disponibile al momento della richiesta di effettuazione del check-in *online* con l'assegnazione casuale del posto, il passeggero potrà effettuare gratuitamente il check-in in aeroporto oppure effettuare il check-in *online* acquistando le tipologie di posto soggette a pagamento, consultabili alla pagina *"scegli il tuo posto"*, cui si accede direttamente mediante click sul link ipertestuale contenuto nella pagina <http://www.vueling.com/it/servizi-vueling/check-in-online> e nelle FAQ (*"Domande Frequenti"*);
3. delle categorie di passeggeri per le quali il servizio di check-in *online* è soggetto a restrizioni.

Pratica sub B) Vueling ha provveduto:

4. a rimuovere gli esempi numerici degli sconti prima riportati nella pagina del sito internet;
5. ad inserire anche nella pagina illustrativa del prodotto *"Buono My25%"*, la chiara indicazione che *"Il buono non è rimborsabile, che sia*

¹² Nel 2016 Vueling ha ricevuto 147.225 reclami di cui 61.187 (più del 40%) non rientranti nell'ambito di applicazione del Reg. 261/2004. Cfr. Tabella allegata alla nota Vueling del 25 gennaio 2017 prot.15132.

stato utilizzato o meno durante il Periodo di utilizzo", come già indicato nella pagina recante le condizioni di utilizzo del buono medesimo;

6. *ad introdurre nelle condizioni di utilizzo del buono, contenute nella relativa pagina internet la previsione della possibilità per il soggetto che acquisti il prodotto di esercitare il diritto di recesso "dal contratto di acquisto del buono My25% concluso con Vueling, senza alcuna penalità e senza necessità di specificarne il motivo, entro dieci (10) giorni lavorativi, decorrenti dal giorno della conferma via email da parte di Vueling dell'avvenuto acquisto del buono stesso con il codice sconto".*

Pratica sub C) Vueling ha provveduto:

7. *ad inserire nelle FAQ ("Domande Frequenti") presenti sul proprio sito internet www.vueling.it, e precisamente alla voce "assistenza", uno specifico link che consenta di canalizzare il maggior numero di passeggeri verso il website form ("Centro Assistenza Clienti"), fornendo altresì la chiara indicazione che tale servizio è gratuito ed è disponibile per tutti i passeggeri che necessitino assistenza, inoltrare un reclamo, ricevere informazioni su bagagli smarriti, danneggiati o consegnati in ritardo, effettuare una richiesta di compensazione pecuniaria ai sensi del Regolamento (CE) n. 261/2004, di risarcimento o di rimborso del biglietto;*

8. *ad inserire all'articolo 6.2 delle Condizioni Generali di Trasporto la chiara indicazione che "il cambio di volo o di titolare del biglietto è soggetto al pagamento di Euro 50,00 e della differenza tra la tariffa originaria e la tariffa del nuovo biglietto.*

Pratica sub D), Vueling ha provveduto:

9. *a modificare l'articolo 3.2 delle proprie Condizioni Generali di Trasporto al fine di rendere esplicito che, fermo restando il principio di utilizzo dei biglietti previsto in tale articolo, nella prassi la compagnia non applica la c.d. no-show rule;*

10. *a modificare l'articolo 3.4 delle proprie Condizioni Generali di Trasporto al fine di rendere esplicito che le condizioni di rimborso del biglietto acquistato sono disciplinate dalle regole tariffarie in vigore al momento dell'acquisto, riportate nelle Condizioni e consultabili nel corso del processo di acquisto del biglietto sul sito internet di Vueling.*

Pratica sub E), Vueling ha provveduto a correggere l'errore materiale contenuto nel testo delle FAQ ("Domande Frequenti") riportato a pagina 9 della Comunicazione, al fine di rendere esplicito che non è prevista alcuna commissione per pagamento con carta di credito e/o Paypal in relazione all'acquisto dei biglietti aerei effettuato in Italia.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

53. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *Internet*, in data 5 maggio 2017 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

54. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha comunicato il proprio parere entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della richiesta e non ha rappresentato ulteriori esigenze istruttorie.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

55. Preliminarmente si osserva che le condotte descritte alle lettere A), B) e C) del punto II del presente provvedimento integrano tre pratiche commerciali distinte, in ragione della distinta fase del rapporto di consumo cui attengono nonché della rispettiva autonomia strutturale derivante dalle differenti modalità con le quali si concretizza l'influenza sul normale processo di formazione della volontà del consumatore e dalle specifiche finalità perseguite. Peraltro le pratiche sono state poste in essere in un settore quale quello della vendita di biglietti aerei on line, caratterizzato da una concorrenza molto accesa. Da qui la necessità di offrire all'utente, in modo chiaro ed evidente, nella fase prodromica alla scelta d'acquisto e nella fase patologica del rapporto consumeristico, un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente rispetto alle possibili scelte del consumatore.

56. Sempre in via preliminare, si osserva che, sulla base degli elementi acquisiti, Vueling non risulta aver posto in atto le pratiche sub D) e E), pur menzionate nelle FAQ e nelle condizioni di contratto. L'istruttoria, infatti, ha fatto emergere che le condotte non si sono tradotte in comportamenti commerciali tali da integrare delle condotte rilevanti ai sensi del Codice del Consumo. Peraltro, la modifica delle condizioni generali effettuata da Vueling, conformando il dettato delle stesse ai reali comportamenti adottati dal professionista, risolve anche il potenziale equivoco circa la sussistenza delle due pratiche.

Pratica sub A): informazioni false e/o omissioni informative rilevanti nonché addebito di un supplemento sul check in online

57. Nel merito della pratica A), si osserva preliminarmente che Vueling in quanto operatore *low cost* si rivolge ad una generalità di consumatori per i quali il prezzo basso del biglietto è elemento essenziale di scelta del servizio. Tutti i supplementi richiesti dal vettore in un momento successivo all'acquisto del biglietto possono integrare modalità surrettizie di incremento del costo di quest'ultimo, se il consumatore deve o è indotto con modalità ingannevoli ed omissive a pagare per poter usufruire del servizio stesso o per esercitare i diritti contrattuali connessi.

58. Ciò premesso, Vueling prospetta nel sito internet www.vueling.it e suggerisce nelle comunicazioni che invia dopo l'acquisto del biglietto di effettuare il servizio di check-in online in quanto si tratta di un servizio gratuito che ha numerosi vantaggi per i passeggeri.

59. Anche dopo le modifiche apportate, nel corso del procedimento, alle pagine internet relative al check-in on line, il professionista continua ad esortare i passeggeri ad effettuare il check-in on line, sulla base della comodità, praticità e velocità del servizio.

60. In realtà, come segnalato da alcuni consumatori e riscontrato dalle risultanze istruttorie, durante il processo di acquisizione della carta d'imbarco, il professionista ha dichiarato che i posti gratuiti erano terminati, ed ha richiesto il pagamento di circa 15 euro per poter ottenere la carta d'imbarco¹³. E ciò, senza che in nessuna parte del sito internet venisse chiaramente indicato che il check-in online sarebbe stato sottoposto a determinate condizioni e/o al pagamento di un supplemento ovvero che i posti causali fossero contingentati e quindi suscettibili di esaurimento.

61. Infatti, dagli elementi acquisiti risulta che l'applicazione di detto importo è richiesto nel caso di acquisto della tariffa Basic e al verificarsi non solo del mancato rispetto della determinata fascia oraria indicata per effettuare il check-in on line ma anche per l'asserita indisponibilità di posti "gratuiti", aspetto totalmente rimesso alla discrezionalità del vettore e di cui il passeggero non è in alcun modo avvertito.

62. Il professionista non ha chiarito quale sia la regola sottostante per individuare i posti "random" rispetto a quelli a pagamento, confermando in questo modo che si tratta di una decisione commerciale priva di parametri oggettivi, preventivamente definiti e comunicati al passeggero.

¹³ Cfr. segnalazione del 5 febbraio 2016 prot. n. 16245.

63. A ciò si aggiunga che, nelle comunicazioni alla clientela sia tramite il sito internet che attraverso le mail inviate agli acquirenti, volte a informare il consumatore sulle modalità di fruizione del check-in, il professionista omette anche l'informazione essenziale circa la possibilità di effettuare gratuitamente il check-in in aeroporto.

64. Anche la mail inviata da Vueling¹⁴ al passeggero per ricordare l'apertura del check-in online non è idonea ad informare correttamente il passeggero in merito alla scarsità dei posti "random", alle condizioni in presenza delle quali sarebbe necessario pagare l'importo supplementare e quindi ai costi e alle modalità dell'accettazione a bordo che il consumatore dovrebbe fronteggiare per effettuare il check-in on line.

65. Al riguardo si osserva che i consumatori che normalmente si rivolgono ad una compagnia *low cost* sono abituati all'effettuazione del check-in online, essendo quest'ultimo il normale strumento per l'accettazione a bordo per tale tipologia di compagnia aerea, mentre proprio per il servizio di check-in aeroportuale alcune compagnie aeree applicano dei supplementi in quanto procedura più complessa e costosa.

66. Dalle risultanze istruttorie è emerso con evidenza che il check-in online è stato effettuato dalla maggior parte di passeggeri che hanno utilizzato Vueling e ciò a dimostrazione del fatto che si tratta dello strumento preferito per poter avere accesso a bordo dell'aereo. Le ragioni possono essere varie, come ad esempio, evitare la fila al banco dell'aeroporto, ovvero l'utilizzo dello strumento informatico e ciò soprattutto per chi è abituato all'acquisto online dei biglietti. Peraltro lo stesso professionista - come visto in precedenza - descrive e consiglia il servizio online sulla base di queste caratteristiche.

67. Nel caso di specie, tuttavia, Vueling invita i consumatori ad effettuare il check-in *on line* in quanto gratuito, salvo poi richiedere il pagamento di una *fee* aggiuntiva a causa dell'asserita mancanza di posti gratuiti, con ciò costringendo il consumatore che vuole concludere la procedura online a pagare un rilevante, e ingiustificato supplemento, non sapendo che può effettuare gratuitamente il check-in in aeroporto, modalità per la quale non sono mai esauriti i posti "gratuiti".

68. D'altro canto, una volta acquistato un biglietto aereo, l'accettazione a bordo è una fase essenziale per l'utilizzo del servizio di trasporto e non una fase distinta e separata, tant'è che Vueling stessa, per le tariffe Optima ed Excellence (le più care), prevede l'emissione della carta di imbarco

¹⁴ Cfr. segnalazione prot. n. 36755 del 26 maggio 2015.

contestualmente all'emissione del biglietto. Infatti, il check-in non corrisponde a un servizio diverso e ulteriore rispetto a quello di trasporto ma risulta inscindibilmente connesso a tale servizio in quanto in assenza della carta di imbarco il consumatore non può usufruire del servizio di trasporto aereo acquistato.

69. Anche il passeggero che compra il biglietto aereo alla tariffa basic deve essere messo in condizione di avere il posto a sedere a bordo senza ulteriori costi o esborsi economici. Peraltro, non appare giustificato che oltre alle numerose limitazioni applicate alla tariffa Basic, nella procedura di check-in on line il professionista distingua ulteriormente fra posti gratuiti suscettibili di esaurimento e quelli con scelta del posto a pagamento, nella misura in cui per ogni biglietto acquistato dovrebbe corrispondere un posto a bordo.

70. Infatti, l'erronea informazione in merito alle modalità e ai costi del check-in on line e l'omessa informazione sulla possibilità di effettuare il check-in in aeroporto nonché l'ambigua informazione sull'esaurimento dei posti gratuiti, costituiscono le modalità adottate dal professionista per indurre il consumatore in errore e procedere a richiedere un ulteriore esborso economico aggiuntivo rispetto a quanto già pagato per l'acquisto del biglietto aereo¹⁵.

71. Anche la giustificazione addotta dal professionista circa la necessità per il passeggero di dover pagare l'importo per l'acquisto del posto a sedere a causa di una presunta mancanza di posti gratuiti si basa su fattori casuali ed imprevedibili ed è palesemente smentita dal fatto, addotto peraltro a difesa dalla parte, che il passeggero può sempre effettuare il check-in in aeroporto.

72. La condotta tenuta da Vueling risulta inoltre particolarmente grave se si considera che l'importo richiesto per effettuare il check-in on line ha anche un costo elevato per il consumatore, ove rapportato al costo del biglietto (come emerge dalla tabella allegata da Vueling alcuni biglietti hanno un costo anche di 5 o 11 euro)¹⁶.

73. Le misure adottate da Vueling per eliminare i profili di scorrettezza contestati, seppur migliorano l'aspetto informativo continuano a mantenere profili di ambiguità sul comportamento che il consumatore dovrebbe adottare al fine di evitare il pagamento dell'importo aggiuntivo nel momento in cui decida di effettuare il check-in online. Infatti, un consumatore che abbia acquistato la tariffa base e scelga di effettuare il check-in online potrebbe dover continuare a pagare un importo supplementare per un servizio

¹⁵ Cfr. segnalazione prot. n. 58779 del 7 ottobre 2016.

¹⁶ Cfr. Segnalazione prot. n. 58851 del 12 ottobre 2016 ove il segnalante lamenta di aver dovuto pagare un importo quasi equivalente al costo del biglietto per poter avere la carta di imbarco.

aggiuntivo e non voluto nella fase di acquisto del biglietto - consistente nel posto dedicato solitamente alle tariffe Optima e Excellence - sulla base di variabili assolutamente casuali e non conoscibili a priori dal consumatore, con un significativo aumento del costo del biglietto.

74. Per una compagnia *low cost* che fa del prezzo basso l'elemento che contraddistingue la strategia di aggancio del consumatore, prevedere poi l'addebito di tale onere aggiuntivo comporta infatti l'incremento del prezzo che il consumatore ha pagato al momento dell'acquisto. Ed il prezzo, come noto, è per questa tipologia di servizi il primo elemento di scelta tra i diversi operatori del settore o tra i diversi mezzi di trasporto esistenti. L'eventuale pagamento del supplemento in questione, peraltro, si configura come un aggravio economico del servizio di trasporto aereo e, come tale, costituisce parte integrante del costo del biglietto e va quindi ricompreso nella tariffa proposta ai consumatori al momento della scelta di acquisto, all'inizio del processo di prenotazione via *internet*.

75. La suddetta pratica di Vueling pertanto integra un'ipotesi di violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo in quanto le ambigue informazioni in merito ai limiti sussistenti per il check-in online nonché le omesse informazioni in merito alle disponibilità gratuite del servizio inducono il consumatore a pagare un importo aggiuntivo per effettuare il check-in online dopo aver acquistato il biglietto aereo¹⁷. Nel caso di specie, pertanto, 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, impone infatti di assicurare, nelle proprie comunicazioni commerciali, la trasparenza e la chiarezza delle informazioni fornite ai consumatori al fine di consentire loro una piena e immediata percezione degli elementi essenziali delle offerte proposte, anche nell'ottica di evitare al consumatore il pagamento di supplementi ulteriori per usufruire del servizio aereo già acquistato.

Pratica sub B): informazioni non veritiere e/o omissioni informative rilevanti in merito alla carta sconto My 25%

76. La pagina internet denominata My25% promuove una campagna per l'acquisto di un buono sconto del 25% sul prezzo del biglietto in classe

¹⁷ Cfr. segnalazione prot. n. 51799 del 22 maggio 2015 dove il segnalante è stato costretto a pagare il servizio accessorio in quanto per la mancanza di tempo non sarebbe riuscito a recarsi in aeroporto ed effettuare il check-in gratuitamente.

Optima o Basic esclusi i costi di gestione, le tasse e i servizi. Il costo del citato buono sconto varia in base al periodo di validità – 3 mesi o 6 mesi – e dalla operatività della stessa sulle sole rotte spagnole, sulle sole rotte italiane o su tutte le rotte su cui opera Vueling.

77. Dalle risultanze istruttorie è emerso che lo sconto è praticato solo sulla tariffa base del volo ovvero al netto di tasse, spese amministrative, ecc. Le modalità con cui è pubblicizzato il buono sconto non evidenziano tale circostanza e creano confusione circa la reale entità dello sconto e le modalità per applicarlo. Infatti, nella pagina internet dedicata a questa offerta compare una tabella dalla quale emerge la particolare convenienza del buon sconto ma, mancando gli elementi essenziali per il calcolo dello sconto effettivo, il consumatore non riesce a percepire con esattezza il valore dello sconto e l'entità del risparmio reale.

78. Peraltro, il buono sconto in argomento non è una forma di programma fedeltà, solitamente in uso nelle compagnie aeree per fidelizzare la clientela, basato sul numero di viaggi effettuati o di miglia percorse, ma si tratta di un sistema a pagamento, con un costo anche abbastanza elevato, che di conseguenza incide sulla presunta convenienza dell'intera iniziativa.

79. Al riguardo si osserva che in assenza di un qualunque indicazione circa la quota sulla quale è applicabile lo sconto, il consumatore non è in grado di capire l'esatto risparmio che potrà ottenere ed il costo complessivo di tutta l'operazione (costo biglietto+costo buono MY25%=risparmio). A questo riguardo, gli esempi utilizzati contribuivano a rafforzare l'effetto decettivo in quanto evidenziano risparmi consistenti senza chiaramente indicare i meccanismi di calcolo applicati e quindi la loro effettiva replicabilità per chi intende acquistare tale servizio.

80. La pratica in contestazione risulta, pertanto, scorretta in base ai principi di trasparenza che devono essere osservati dal professionista, indipendentemente dal mezzo di comunicazione utilizzato, ai fini di una corretta rappresentazione della convenienza di un'offerta. Questo profilo è ancora più importante in un settore quale quello del trasporto aereo dove il prezzo del biglietto incide sulla scelta del vettore aereo da utilizzare. Infatti, l'acquisto di un buono sconto, come quello in parola può avere l'effetto di vincolare il consumatore ad utilizzare sempre lo stesso vettore aereo, quanto meno per il periodo di validità del buono, posto che solo un uso frequente del vettore consente di ammortizzare i costi di acquisto del buono sconto.

81. Anche con riferimento a tale pratica, dunque, la diligenza professionale avrebbe richiesto uno sforzo informativo ulteriore precisando fin da subito il

costo del biglietto e la quota parte dello stesso sulla quale applicare lo sconto del 25%. Sono questi elementi importanti che incidono sulla scelta del consumatore e che necessariamente devono essere portati a conoscenza in maniera chiara ed evidente nelle pagine di descrizione della promozione.

82. Fermo restando che la società è libera di diversificare le proprie tariffe e di effettuare promozioni, in ogni caso, il consumatore che acquista un buono sconto deve poter avere piena contezza, al momento della scelta, di tutti gli elementi per valutare l'esatta convenienza del servizio che si accinge ad acquistare.

83. Alla luce di quanto esposto, la presentazione del buono sconto MY25% offerto da Vueling sul proprio sito non risponde ai criteri di trasparenza e completezza informativa cui il professionista deve attenersi quando promuove la propria offerta di scontistica e, di conseguenza, non consente al consumatore, sin dal primo contatto, di conoscere l'effettiva convenienza della stessa.

84. Nel caso di specie, pertanto, 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 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.

Pertanto, tale pratica commerciale deve ritenersi contraria agli artt. 20, 21, e 22, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto il professionista non fornisce un'immediata, chiara e completa indicazione della convenienza del buono sconto MY25% proposto al consumatore. Si rileva infine, che le modifiche apportate dal professionista e descritte al precedente punto 4 (*“Le misure adottate da Vueling”*), par. 52, *sub* lett. B sono idonee a rimuovere i profili di scorrettezza accertati.

Pratica sub C): informazioni non veritiere e imposizione di ostacoli all'esercizio di diritti contrattuali

85. Il professionista indica nel sito internet e nelle mail di riscontro all'acquisto dei biglietti come modalità di accesso ai servizi di informazione e assistenza ai consumatori il *call center* a pagamento quale canale ordinario

e preferenziale tramite il quale il consumatore può ricevere informazioni contrattuali, richiedere assistenza o esercitare altri diritti contrattuali.

86. Dalle risultanze istruttorie è emerso altresì che il professionista prevede un sistema gratuito alternativo per l'assistenza alla clientela consistente in una web form, ma tale modalità di contatto non viene evidenziata adeguatamente mentre il *call center* a pagamento viene sempre indicato e suggerito quale principale modalità di assistenza della clientela.

87. Le segnalazioni riferiscono che l'assistenza gratuita offerta tramite la web form presente sul sito è di fatto inutilizzabile anche per la rigidità del sistema costituito da elementi preselezionati e da percorsi obbligati nonché per l'assenza di risposte in caso di utilizzo di detto sistema.¹⁸ Infatti, come emerge dalle medesime risultanze, i consumatori hanno spesso incontrato difficoltà nel raggiungere il personale dedicato e nel ricevere un'assistenza effettiva tramite la web form, dovendo rivolgersi obbligatoriamente al call center e, peraltro, effettuare plurimi tentativi di chiamata, con conseguente aggravio economico per poter ricevere assistenza.

88. Pertanto dal complesso dei fatti oggetto di accertamento¹⁹ emerge che, in una pluralità di circostanze, il vettore ha in concreto indotto il passeggero a rivolgersi ad un servizio di *call center* a pagamento al fine di modificare la prenotazione effettuata o richiedere il risarcimento dei danni per ritardo dell'aereo, richiedere lo storno di importi erroneamente addebitati in fase di prenotazione, ecc. senza di fatto consentire al passeggero il ricorso a modalità di esercizio alternative, non onerose, per esercitare in maniera efficace le facoltà e i diritti attribuiti dalla legge o dalle condizioni di trasporto applicabili. In questo modo il professionista ha quindi orientato i consumatori che necessitano di assistenza o che intendono presentare un reclamo verso un canale a pagamento, concretamente subordinando ad una modalità onerosa l'esercizio di legittime facoltà pertinenti alla fase di esecuzione contrattuale, così imponendo un sovrapprezzo particolarmente elevato a carico del consumatore, non previamente indicato, né prevedibile nel suo importo finale, tale da costituire un significativo e sproporzionato ostacolo non contrattuale all'esercizio dei suoi diritti, posto che il distinto canale messo a disposizione dal professionista, consistente in una web form, si è rilevato di fatto inutilizzabile.

89. Gli elementi raccolti e le descrizioni dei fatti contenuti nelle segnalazioni concordano sul fatto che il *call center* abbia rappresentato

¹⁸ Cfr. segnalazioni prot. n. 50381 del 5 agosto 2015, prot. n. 61683 del 19 ottobre 2015 e prot. n. 58036 del 4 agosto 2016.

¹⁹ Cfr. segnalazioni prot. n. 50381 del 5 agosto 2015 e prot. n. 61683 del 19 ottobre 2015.

sostanzialmente l'unica modalità effettivamente per il passeggero che voglia ricevere assistenza in relazione a talune specifiche esigenze sorte nell'ambito del processo di prenotazione *online*, quali, in particolare, la risoluzione di problematiche o disservizi occorsi nel corso delle procedure di acquisto *online*, ovvero l'errore di digitazione di un nominativo in fase di prenotazione. In tali ipotesi, il professionista non prevede modalità diverse dalla chiamata a sovrapprezzo, imponendo sistematicamente al passeggero un onere aggiuntivo e non prevedibile in anticipo ma con l'importo massimo pari a 15 euro per ogni telefonata²⁰.

90. Inoltre, come detto, il professionista ha fornito un'informativa sostanzialmente incompleta e fuorviante sui canali di assistenza accessibili, sia tramite le pagine del sito internet del vettore sia nei documenti di trasporto inviati allo stesso successivamente alla prenotazione, aspetti che – per il contenuto e le modalità di presentazione – appaiono di per sé idonei ad indurre il passeggero a contattare il *call center* per ricevere assistenza.

91. Nel caso in cui tale canale rappresenti sostanzialmente l'unica possibilità messa a disposizione del consumatore per esercitare le proprie prerogative si subordina l'esercizio di taluni diritti contrattuali ad una specifica modalità a carattere oneroso, che da un lato, addossa al consumatore i costi della chiamata ad una numerazione telefonica a sovrapprezzo e, dall'altro, può ostacolarlo e finanche dissuaderlo dal contattare il professionista.

92. Si tratta peraltro, di una fase delicata del rapporto consumeristico in quanto è il consumatore – notoriamente parte debole del rapporto – ad avere necessità di richiedere assistenza al professionista o di presentare un reclamo.

93. Sulla base delle considerazioni formulate e in base ai precedenti di questa Autorità²¹ risulta quindi scorretta e connotata da una particolare aggressività la pratica del professionista che, non rendendo fruibili canali di contatto alternativi e non onerosi per il passeggero che intenda avvalersi di specifiche facoltà attribuite dalla regola tariffaria o dalla legge (quali, in particolare, la variazione della prenotazione prima della partenza del volo, la ripetizione di somme ingiustamente addebitate, ovvero l'esercizio della facoltà di riutilizzo del biglietto attribuita dal vettore in caso di impedimento al volo), induce di fatto quest'ultimo a transitare per una numerazione a sovrapprezzo, così ostacolando o rendendo estremamente difficoltoso

²⁰ Al riguardo si rileva come alcune segnalazioni riportano che il consumatore è costretto ad effettuare più di una telefonata per avere una soluzione della problematica.

²¹ Prov. n. 25181 del 12 novembre 2014 e prov. n. 25247 del 19 dicembre 2014.

ottenere un'assistenza piena ed effettiva, fino a vanificare l'esercizio stesso dei diritti ad esso spettanti.

94. Inoltre, specialmente nel caso di diritti previsti dalla legge o dalle condizioni contrattuali applicabili, le modalità onerose alle quali il vettore ha in alcuni casi condizionato il relativo esercizio sono altresì idonee ad alterare il contenuto economico della prestazione principale, non essendo possibile percepire *ex ante* l'effettivo esborso associato all'esercizio delle prerogative che si accompagnano normalmente al titolo di viaggio originariamente acquistato, qualora non fruibili tramite l'ordinaria modalità *online* con cui è concluso il contratto relativo alla prestazione principale.

95. Da ultimo si osserva che non rileva ai fini della valutazione della fattispecie in esame la tabella allegata dal professionista relativa ai reclami e ai compensi dallo stesso riconosciuti *ex Reg. CE n. 261/2004*. Si tratta infatti di dati relativi ad una situazione diversa e successiva a quella di cui in argomento. La fattispecie oggetto della condotta aggressiva imputabile a Vueling riguarda, infatti, la difficoltà di accesso all'assistenza clienti e alla presentazione dei reclami. La tabella citata ha ad oggetto invece i risultati relativi all'esito dei reclami stessi.

96. Nel caso di specie, pertanto, 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. Come già affermato ed è bene in questa sede ribadire il rispetto dei generali principi di correttezza e buona fede, declinati anche alla luce delle prescrizioni normative nazionali e comunitarie, impone ai vettori aerei di assicurare il pieno rispetto dei diritti contrattuali non creando ostacoli fattuali all'esercizio degli stessi ovvero dotandosi di strumenti che comportano per il consumatore l'esborso di costi aggiuntivi per l'esercizio e il riconoscimento dei propri diritti contrattuali. La pratica risulta dunque aggressiva posto che la stessa crea un indebito condizionamento e un ostacolo oneroso e non contrattuale, costringendo il consumatore ad effettuare il pagamento di un costo supplementare per poter ricevere assistenza o effettuare un reclamo, risultando quindi in violazione degli artt. 20, comma 2, e 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo.

97. Le modifiche proposte dal professionista e descritte al precedente punto 4 ("*Le misure adottate da Vueling*"), par. 52, *sub lett. C*, non risultano idonee ad eliminare i profili oggetto di odierno accertamento atteso che le misure attuate ottengono alla mera modifica delle pagine internet.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

98. 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.

99. 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).

100. 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.

101. Con riguardo alla gravità delle tre violazioni riscontrate, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione del professionista che, in base all'ultimo bilancio disponibile (31 dicembre 2015), ha registrato un fatturato pari a circa 2 miliardi di euro e che può essere ritenuto uno dei principali vettori aerei nel segmento *low cost*.

102. Si tiene altresì conto, anche sulla base del parere espresso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, dell'idoneità della pratica a raggiungere un numero considerevole di consumatori, considerato, in particolare, che il numero di passeggeri nel solo anno 2016 è stato di circa 3 milioni.

103. Con riguardo alla pratica commerciale sub A), nel valutare la gravità della violazione, si tiene conto: i) della modalità di realizzazione della condotta attraverso informazioni diffuse via internet o comunicate attraverso mezzi elettronici, in grado di raggiungere un elevato numero di consumatori. ii) dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante per i consumatori.

104. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere quanto meno dal mese di novembre 2014, ed è ancora in corso²². Infatti pur essendo state inserite sul

²² Schermata del sito internet acquisita agli atti del fascicolo in data 20 marzo 2017.

sito delle informazioni aggiuntive in merito al check-in online, tuttavia esse non appaiono idonee a chiarire con esattezza le situazioni in cui il consumatore è tenuto a dover pagare il posto a sedere in aereo e a renderlo edotto che il check-in in aeroporto è comunque gratuito.

105. Alla luce di quanto esposto si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Vueling S.A. nella misura base di 400.000 € (quattrocentomila euro) tenuto conto della durata e della gravità dell'infrazione. Considerato che il professionista è già stato destinatario di un precedente provvedimento²³ di accertamento di violazione del Codice del Consumo l'importo della sanzione è aumentato a 450.000 € (quattrocentocinquanta euro).

106. Con riguardo alla pratica commerciale sub B), nel valutare la gravità della violazione, si tiene conto della specificità del settore, nel quale la personalizzazione del rapporto d'acquisto indebolisce di fatto il consumatore acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista il quale nell'ambito di un'offerta commerciale di scontistica ha un onere informativo e di trasparenza più rilevante in rispetto agli obblighi informativi già previsti dal legislatore.

107. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere quanto meno, a far data dal mese di febbraio 2016 e fino al mese di aprile 2017 quando il professionista ha implementato alcune misure volte a rimuovere il profilo *de quo*²⁴.

108. Alla luce di quanto esposto, tenuto conto del limitato impatto della pratica, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Vueling S.A. nella misura di 100.000 € (centomila euro) sulla base della durata e della gravità dell'infrazione. Considerato che il professionista è già stato destinatario di un precedente provvedimento²⁵ dell'Agcm l'importo della sanzione è aumentato a 150.000 € (centocinquanta euro). Si deve tuttavia tenere conto che nel corso del procedimento il professionista ha parzialmente modificato la sua condotta, anche implementando le misure proposte come impegni, mediante l'attenuazione di alcuni aspetti dei diversi profili di ingannevolezza e scorrettezza oggetto di accertamento. In considerazione di ciò, si ritiene congruo diminuire l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nella

²³ Cfr., da ultimo, provv. n 24881 del 16 aprile 2014 Vueling Supplemento per pagamento con carte di credito.

²⁴ Rilevazione dal sito internet Vueling del 20 marzo 2017.

²⁵ Cfr., da ultimo, provv. n 24881 del 16 aprile 2014 Vueling Supplemento per pagamento con carte di credito.

misura di 100.000 € (centomila euro).

109. Con riguardo alla pratica commerciale *sub C*), nel valutare la gravità della violazione, si tiene conto della specificità della fase, nella quale il consumatore si trova in una situazione di debolezza stante la necessità di richiedere assistenza o di presentare un reclamo quando il professionista non consente al passeggero di ottenere un'effettiva assistenza tramite la piattaforma *web* imponendo di fatto il ricorso ad una modalità onerosa di esercizio quale il call center a pagamento, al fine consentire il concreto esercizio delle facoltà attribuite dalla legge o dalle condizioni di trasporto applicabili. Deve altresì consolidarsi il potenziale pregiudizio economico cui il vettore espone il passeggero dei vantaggi dell'inesistenza di canali gratuiti.

110. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere, quanto meno, dal mese di novembre 2014, e risulta ancora in corso²⁶.

111. Alla luce di quanto esposto si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Vueling S.A. nella misura di 400.000 € (quattrocentomila euro) sulla base della durata e della gravità dell'infrazione. Considerato che il professionista è già stato destinatario di un precedente provvedimento²⁷ l'importo della sanzione è aumentato a 450.000 € (quattrocentocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub A*) risulta in contrasto agli art. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto prospetta caratteristiche solo parzialmente vere ed omette informazioni rilevanti in merito alle caratteristiche e costi reali del servizio pubblicizzato;

RITENUTO, altresì, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub B*) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive ad ingannare i consumatori sulla convenienza dello sconto pubblicizzato;

RITENUTO, altresì, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub C*) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale

²⁶ Nota Vueling del 29 marzo 2017, prot. n. 30160.

²⁷ Cfr., da ultimo, provv. n. 24881 del 16 aprile 2014 Vueling Supplemento per pagamento con carte di credito.

ed idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive a condizionare indebitamente il consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Vueling S.A., costituisce per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, 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 dalla società Vueling S.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 comma 2, del Codice del Consumo;

c) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera C), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Vueling S.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

d) di irrogare alla società Vueling S.A., relativamente alla pratica a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 450.000 € (quattrocentocinquantamila euro);

e) di irrogare alla società Vueling S.A., relativamente alla pratica b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro);

f) di irrogare alla società Vueling S.A., relativamente alla pratica c), una sanzione amministrativa pecuniaria di 450.000 € (quattrocentocinquantamila euro);

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

Le sanzioni amministrative irrogate 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 di copia del modello 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