

PS3080 - BRAVOFLY - VOLAGRATIS

Provvedimento n. 24760

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 gennaio 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 l'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento

I. LE PARTI

1. Bravofly SA. in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è un'agenzia *on line* svizzera che promuove viaggi e attività per il tempo libero e gestisce il sito *web* www.volagratis.com. La società, in base ai dati di bilancio disponibili al 31 dicembre 2012, ha realizzato ricavi per circa 80 milioni di franchi svizzeri, pari a circa 66 milioni di euro¹.

2. Assoutenti Roma, U.Di.Con (Unione per la Difesa dei Consumatori), Altroconsumo, Confconsumatori, SEC (Sportello europeo del Consumatore) in qualità di associazioni dei consumatori.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne la correttezza delle comunicazioni commerciali diffuse sul sito *internet* del professionista www.volagratis.com, con specifico riferimento alle offerte di servizi turistici. In particolare, molti segnalanti hanno lamentato che i prezzi pubblicizzati dal professionista nel proprio sito *internet* non sarebbero veritieri ed il prezzo finale sarebbe significativamente superiore in quanto comprensivo di alcune componenti, illustrate solo al termine di una serie di passaggi nella procedura di prenotazione, di rilevante entità rispetto al costo del biglietto o del pacchetto. Invero, il prezzo finale, rispetto a quello prospettato all'inizio della prenotazione, risulterebbe maggiorato del costo della polizza facoltativa “*Scacciapensieri*”, delle spese amministrative e del supplemento per pagamento con carta di credito (di seguito anche “*credit card surcharge*”).

4. I segnalanti hanno lamentato, altresì, la difficoltà di contattare il servizio di assistenza al numero 892040, peraltro a costi significativi (1,80 € al minuto per un costo massimo di 15 € a telefonata che dopo viene interrotta), attesa l'assenza di un diverso recapito non a pagamento, suscettibile di vanificare l'esercizio dei diritti contrattuali e la presentazione di eventuali reclami.

5. In particolare, le tre pratiche commerciali contestate riguardano:

a) l'ingannevolezza delle comunicazioni commerciali aventi ad oggetto la promozione *on line* di servizi turistici (voli, alberghi, pacchetti viaggio, ecc.). In particolare, nella *homepage* veniva evidenziato un prezzo che, alla fine della procedura di prenotazione, risultava di entità ampiamente superiore;

b) l'ingannevolezza del sistema di preselezione automatica della polizza assicurativa facoltativa “*Assistenza Scacciapensieri*” configurante un meccanismo di silenzio assenso suscettibile di indurre in errore i consumatori sotto il profilo dell'assenza di una consapevole scelta di acquisto di un servizio diverso da quello richiesto;

c) l'omessa predisposizione di un sistema di assistenza clienti facilmente accessibile alternativo al numero telefonico a pagamento, nonché l'omessa chiara indicazione del domicilio o della sede legale, del numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese del professionista (riportati esclusivamente nelle “*Condizioni*”

¹ Tasso di cambio al 31 dicembre 2012.

contrattuali di servizio”, reperibili alla pagina web www.volagratis.com/content/it/condizionigenerali.html a seguito della selezione di più link successivi alla homepage).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. A seguito di segnalazioni ricevute da alcuni consumatori, anche per il tramite di alcune associazioni dei consumatori, a decorrere dal mese di gennaio 2009 e sulla base delle rilevazioni d'ufficio del sito *internet* del professionista, è stato comunicato alla Parte, in data 27 giugno 2013, l'avvio del procedimento istruttorio n. PS3080 per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

7. In data 7 agosto 2013 è pervenuta, da parte del professionista, una nota di risposta alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento.

8. Successivamente il 30 agosto 2013, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

9. Il 17 ottobre 2013 si è svolta l'audizione della Parte dinanzi gli Uffici. Il 12 novembre 2013 la Parte ha integrato gli impegni del 30 agosto.

10. In data 29 novembre 2013 è stata da ultimo comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento. Il 3 dicembre la Parte ha depositato la versione definitiva e consolidata degli impegni.

11. Questi ultimi sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 4 dicembre 2013 e il rigetto è stato comunicato al professionista in data 6 dicembre 2013.

12. Il 16 dicembre 2013 la Parte ha depositato una memoria conclusiva. Infine, successivamente alla conclusione della fase istruttoria, in data 21 gennaio 2014, la Parte ha prodotto una ulteriore memoria.

2) Le evidenze acquisite

13. I segnalanti lamentavano di venir resi edotti solo nello svolgimento delle varie fasi in cui si articola la prenotazione della consistenza delle spese amministrative, della presenza di un addebito a titolo di “Assistenza Scacciapensieri”, automaticamente selezionato, e da ultimo, a conclusione dell'iter di prenotazione, dell'ulteriore applicazione del supplemento per pagamento con carta di credito.

Pratica a)

14. Le simulazioni effettuate d'ufficio (da ultimo nel mese di giugno 2013 ed acquisite agli atti del fascicolo²) sul sistema di prenotazione e acquisto *on line* del professionista, hanno confermato che in caso di acquisto sia di biglietti aerei, sia di pacchetti “Volo+Hotel” sussiste una notevole divergenza tra l'offerta pubblicizzata sulla homepage con il generico claim “da X € per persona”, che non include le tasse e i supplementi, e l'offerta effettivamente disponibile al prezzo più basso. In particolare, alcuni importi aggiuntivi non sarebbero compresi *ab origine* nelle tariffe pubblicizzate nella homepage sebbene di natura certa e prevedibile in quanto riferiti sostanzialmente a tutte le transazioni eseguite per qualsiasi tratta servita. Peraltro, per conoscere le singole voci di costo del prezzo, il consumatore deve cliccare sulla dicitura “Dettagli”, rinvenibile sul fondo della schermata, sola sezione in cui appare all'inizio l'importo delle spese amministrative (nonché della polizza “assistenza scacciapensieri”, cfr. pratica sub b)); inoltre, il medesimo viene a conoscenza dell'esistenza del *credit card surcharge* e del relativo importo unicamente nella fase terminale del processo di prenotazione quando, dopo la selezione del tipo di carta, viene visualizzato il predetto contributo per la transazione.

15. A titolo esemplificativo³, simulando l'acquisto di un pacchetto “Volo+Hotel” per due persone per Amsterdam offerto, per il mese di giugno 2013, con il claim “da 120 € a persona”, nessuna delle possibili combinazioni di viaggio elencate a seguito della ricerca nella pagina dei risultati era disponibile a quel prezzo. Selezionando una delle alternative possibili (voli Milano – Amsterdam, andata e ritorno + hotel Plantage 2 notti), l'importo prospettato all'inizio del processo di prenotazione, pari a 193 € a persona (ossia, 386€ per una coppia) “lievita” progressivamente a 492,24 €, poi, a 513,04 € (in caso di pagamento con carta di credito Visa) o 521,04 € (in caso di pagamento con carta di credito Mastercard).

² Documento n. 71 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr.: documento n. 71 del fascicolo istruttorio.

16. Per effetto degli impegni presentati da Bravofly S.A. il 30 agosto 2013 ed integrati il 12 novembre ed il 3 dicembre 2013⁴, il professionista ha distinto in modo più netto le due diverse tipologie di servizi, di comparazione e di prenotazione, offerti sul proprio sito, indicandole all'inizio di ciascuna pagina consultata dall'utente e tramite l'utilizzo di riquadri a colori e con caratteri ben visibili.

17. In relazione alle modalità espositive delle condizioni economiche applicate nel servizio di prenotazione, il professionista ha attuato le misure descritte negli impegni rigettati dall'Autorità⁵ consistenti nell'introduzione, in un riquadro nella *homepage*, di una avvertenza sull'applicazione di costi amministrativi e quote di gestione variabili all'interno di un certo intervallo di valori (ossia: *“la prenotazione prevede costi amministrativi (compresi tra 0 e 7 € per persona per tratta) e una quota di gestione (compresa tra 0 e 17 € per persona per tratta) che include i nostri servizi esclusivi”*), costi che rimangono sempre scorporati dal prezzo offerto. Anche in relazione al servizio di comparazione, il professionista ha inserito, nel riquadro con i risultati della comparazione effettuata, un'avvertenza sulla possibile applicazione di costi amministrativi e quote di gestione in caso di prenotazione.

Pratica b)

18. In relazione al meccanismo di preselezione automatica dell'assicurazione, la procedura di acquisto sul sito del professionista al momento dell'avvio del procedimento comportava che il consumatore, dopo aver selezionato il volo di interesse, veniva indirizzato in una pagina che riporta i dati del viaggio con a fianco sulla sinistra un quadratino “prespuntato” corredato dalla dicitura *“Scacciapensieri, per garantirti il rimborso del biglietto nel caso tu non possa più partire”* e sulla destra, un riquadro riepilogativo rubricato *“Gli importi del tuo viaggio”* recante il prezzo del volo e quello dell'assicurazione facoltativa. Invero, la scelta della polizza risultava già impostata sebbene suscettibile di essere modificata nel senso che era possibile scegliere una copertura maggiore (*“Volaflex plus”* o *“Volaflex Top + ass. bagaglio”*) oppure non richiedere affatto tale servizio supplementare attraverso la rimozione della “spuntatura”.

19. L'illustrato meccanismo implicava l'adesione del consumatore alla copertura assicurativa facoltativa in assenza di una sua esplicita scelta in tal senso. Segnatamente, nella simulazione effettuata d'ufficio il 13 giugno 2013 il costo dell'assicurazione risultava pari a 12,50 € per persona, per un volo Roma - Torino dal costo di 100,30 €

20. Bravofly SA. ha dichiarato che nel 2012 sono stati stipulati [omissis]⁶ contratti assicurativi (su un numero totale di transazioni pari a [omissis]).

21. In conseguenza dei sopra menzionati impegni, a decorrere dal 5 settembre 2013, è stato rimosso il sistema automatico di preselezione con riferimento alla polizza assicurativa *“Scacciapensieri”* sul sito www.volagratis.com, nonché su tutti gli altri siti italiani del gruppo Bravofly.

Pratica c)

22. Infine, quanto alle censure sulle carenti procedure di assistenza ai clienti, il sito non riportava una chiara indicazione dei dati identificativi del professionista, presenti solo nelle *“Condizioni contrattuali di servizio”*, reperibili alla pagina www.volagratis.com/content/it/condizionigenerali.html a seguito della selezione di più *link* successivi alla *homepage* mentre nel *footer* in fondo a ciascuna pagina del sito e nella sezione *“Chi siamo”* (il cui *link* è presente nella *homepage*) figurava la scarna dicitura: *“Volagratis è un marchio registrato di Bravofly SA Copyright 2006-2013 Bravofly.com – Tutti i diritti riservati. Volagratis è un sito registrato del gruppo Bravofly, operatore europeo del turismo on line”*. Inoltre il sito risultava carente anche sotto il profilo della facile accessibilità al servizio di assistenza clienti, in mancanza di una alternativa facilmente fruibile al contatto tramite numero telefonico a pagamento.

23. La pagina www.volagratis.com/content/it/centroassistenza.html si limitava infatti a rinviare tramite *link* alla sezione FAQ ed a una serie di domande/risposte sull'assistenza, nonché al numero di telefono a pagamento con l'indicazione dei costi.

24. A tale riguardo, il professionista ha evidenziato che, oltre al numero a pagamento 892040 - che è anche canale di vendita - utilizzato da meno dell'1% degli utenti, vi è la possibilità di compilare un *form on line* reperibile nella sezione *“centro assistenza”* del sito con riferimento a determinate tipologie di domande.

25. In relazione a tali evidenze il professionista nel corso dell'audizione del 17 ottobre 2013 ha dichiarato di aver provveduto:

⁴ Cfr.: documenti nn. 93, 103 e 107 del fascicolo istruttorio.

⁵ Suscettibili di essere introdotte entro 5 giorni dalla eventuale comunicazione di approvazione degli impegni (cfr. pag. 9 del testo degli impegni del 12 novembre e 3 dicembre 2013, documenti n. 103 e n. 107 del fascicolo istruttorio).

⁶ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

- ad indicare i propri dati identificativi nella sezione "*Chi siamo*" del sito *www.volagratis.com* e a rendere più chiaro il *footer* in fondo a ciascuna pagina del predetto sito;
- a mettere a disposizione della clientela, a decorrere dal 2 agosto 2013 e per una durata indeterminata, un sistema di assistenza (ulteriore rispetto al *form on line* e al numero telefonico a pagamento) facilmente accessibile via *e-mail*, in relazione a tutte le tipologie di problematiche riscontrate dai consumatori.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

26. Il professionista, con comunicazione pervenuta del 7 agosto 2013, ha premesso di aver effettuato l'ultimo rilascio tecnologico dell'attuale versione del sito nell'aprile 2013 e ha precisato che si avvale di una unica piattaforma tecnologica disponibile in 12 lingue e che nel 2012 la percentuale di richieste provenienti da clienti attestati su accessi IP italiani è stata pari al 40%.
27. Bravofly SA. ha, quindi, negato la competenza dell'Autorità trattandosi di società di diritto svizzero e utilizzando un dominio contraddistinto dal suffisso ".com".
28. La parte ha riferito di fornire due diverse tipologie di servizi, quella di comparazione (gratuita), utilizzata dall'80% degli utenti, e quella di acquisto di voli o di vacanze (a pagamento), cui accede il 20% degli utenti, di cui solo il 2% effettua l'acquisto.
29. La società ha aggiunto che il consumatore viene informato della circostanza che il prezzo per persona non comprende la quota di gestione, ma include le tasse con la dicitura "*prezzo per persona, quote di gestione escluse: X tax incl.*"; ciò in quanto solo al termine del processo di prenotazione è possibile determinarne l'importo perché quest'ultimo dipende da molteplici fattori non conoscibili precedentemente.
30. Bravofly SA. ha poi negato la gravità della pratica contestata dall'Autorità, sottolineandone l'assenza o tenuità degli effetti atteso che solo il 20% degli utenti utilizza il servizio di prenotazione e solo il 30% stipula la polizza assicurativa. A tale ultimo riguardo, la Parte ha dichiarato che negli anni 2012-2013 sono stati rimborsati 16 consumatori che avevano lamentato di aver sottoscritto inconsapevolmente la polizza assicurativa automaticamente prelezionata.
31. Nella memoria del 3 dicembre 2013, inoltre, il professionista ha dato riscontro ad alcune segnalazioni pervenute all'Autorità rilevandone l'infondatezza mentre, nella memoria conclusiva del 16 dicembre 2013, ha rilevato come gli utenti del sito siano esperti ed avveduti navigatori del *web*, circostanza confermata da una indagine di mercato svolta da NetObserver⁷ e ha lamentato il rigetto degli impegni da parte dell'Autorità nonostante gli sforzi tempestivamente profusi dalla società per rimuovere le criticità contestate.
32. Infine, nella memoria del 21 gennaio 2014, pervenuta dopo la conclusione della fase istruttoria, la Parte ha comunicato di aver apportato ulteriori modifiche al proprio sito *web* cosicché, in relazione a ciascuna offerta presentata nella pagina dei risultati, l'utente può selezionare il *link il tuo prezzo*" che fornisce la possibilità di inserire il tipo di carta di credito (oltre a ribadire il *range* dei costi amministrativi suscettibili di essere applicati, pari a 0-7 euro per passeggero per tratta, e delle quote di gestione, pari a 0-17 euro per passeggero per tratta) per ricalcolare il prezzo (di quella singola offerta) sulla base di tale indicazione.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

33. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 17 dicembre 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.
34. Con parere pervenuto in data 15 gennaio 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che le pratiche commerciali in esame risultano scorrette ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni: la modalità di presentazione del prezzo del servizio offerto non rende chiaramente percepibile al consumatore l'esborso finale da corrispondere per l'acquisto del biglietto aereo; inoltre, il sistema di preselezione automatica della polizza assicurativa appare idoneo ad ingenerare confusione nel consumatore non intenzionato all'acquisto di detto servizio, inducendolo erroneamente a ritenere che esso sia indispensabile per poter procedere all'acquisto del biglietto elettronico (o, comunque, procedere all'acquisto di un servizio senza aver pienamente compreso la sua diversa natura); infine, l'omessa predisposizione di un sistema di assistenza clienti facilmente accessibile alternativo al numero telefonico a pagamento, nonché l'omessa chiara indicazione dei dati identificativi di Bravofly SA. appare idonea a determinare un

⁷ Allegato 1 al documento n. 117 del fascicolo istruttorio.

significativo squilibrio nei rapporti tra professionista e consumatore con l'effetto di vanificare l'esercizio dei diritti contrattuali.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

35. Il procedimento in esame è diretto a verificare la correttezza delle modalità di presentazione delle condizioni offerte per il servizio di trasporto aereo passeggeri e per i pacchetti vacanza da Bravofly SA. attraverso il proprio sito *internet* in lingua italiana *www.volaregratis.com* e il relativo sistema di prenotazione e acquisto *on line*.

36. In via preliminare, in merito all'eccezione di incompetenza sollevata da Bravofly SA., occorre rilevare che la tutela amministrativa di cui l'Autorità è investita *ex art. 27* del Codice del Consumo non trova limitazioni in ragione del fatto che il professionista ha sede in Svizzera: invero, le pratiche commerciali contestate sono dirette a consumatori italiani - come, peraltro, testimoniato dalla predisposizione del sito web in lingua italiana - e producono i loro effetti in Italia.

Pluralità di pratiche commerciali

37. Le condotte descritte nel precedente punto II del presente provvedimento integrano tre distinte pratiche commerciali, in quanto relative a diverse fasi del rapporto contrattuale con il consumatore ed aventi peculiari caratteristiche strutturali che giustificano una loro singola ed autonoma valutazione⁸.

38. La prima pratica riguarda la fase promozionale di varie tipologie di offerte nell'attività di intermediazione di servizi turistici (voli, servizi di alloggio, voli+albergo) *on line* svolta da Bravofly SA. e, in particolare, l'addebito di ulteriori oneri economici rispetto al prezzo pubblicizzato a titolo di spese di gestione e di pagamento con carta di credito.

39. La seconda pratica, connotata da autonomia strutturale e funzionale, concerne il meccanismo di preselezione automatica della polizza "Scacciapensieri", ossia di un servizio diverso da quello di intermediazione di servizi turistici che costituisce oggetto dell'attività principale del professionista. In proposito rileva il fatto che l'utente, nel processo di prenotazione elettronica, viene automaticamente indirizzato (salvo *opting out*) all'acquisto di un prodotto distinto e ulteriore rispetto al servizio turistico.

40. La terza pratica, infine, attiene essenzialmente alla fase della gestione dei reclami, ostacolata dall'omessa predisposizione di un sistema di assistenza clienti facilmente accessibile alternativo al numero telefonico a pagamento, oltre che dalla scarsa chiarezza dell'indicazione dei dati identificativi del professionista.

Le violazioni

Pratica a)

41. Nel corso del procedimento si è accertato che il professionista, dal 2009 ad oggi, ha promosso la propria offerta di servizi turistici tramite *internet* mediante l'illustrazione incompleta del prezzo proposto, relegando solo nella fase finale del processo di prenotazione un'informativa completa sul costo globale effettivo dei servizi intermediati. Invero, è stata riscontrata l'omessa indicazione nel prezzo pubblicizzato all'inizio del contatto, di tutti gli oneri non evitabili che sono successivamente addebitati al consumatore. Quest'ultimo, infatti, dopo aver interrogato il sistema, visualizza le soluzioni di viaggio che recano un prezzo per persona non comprensivo di spese di gestione ed ha cognizione, successivamente, degli ulteriori oneri rappresentati: *i*) dalle spese di gestione solo qualora clicchi la voce "dettagli" (che apre un riquadro dove figura il relativo importo) ovvero al momento della conferma della prenotazione e *ii*) dal *credit card surcharge* (e del relativo importo) solo proseguendo nella prenotazione dopo aver inserito i dati del viaggiatore e della carta.

42. Siffatte modalità di presentazione al pubblico dell'offerta poiché non consentono al consumatore di comprendere fin dall'inizio del processo di prenotazione l'entità effettiva della transazione che si sta concludendo non appaiono rispondenti agli *standard* di chiarezza, completezza e percepibilità degli elementi rilevanti dell'offerta indispensabili per una scelta consapevole.

43. Al riguardo giova osservare che, secondo il costante orientamento dell'Autorità, confermato dalla giurisprudenza amministrativa⁹, l'indicazione del prezzo deve includere, fin dall'inizio, ogni onere economico gravante sul

⁸ In tal senso, cfr. Tar Lazio, sez. I, 20 gennaio 2010, n. 633.

⁹ Tar Lazio, sez. I, 20 gennaio 2010, n. 633.

consumatore, il cui ammontare sia determinabile *ex ante*¹⁰, ovvero presentare delle modalità di esposizione che consentano un'immediata e chiara percezione da parte del consumatore delle relative informazioni.

44. Analoghe considerazioni valgono anche in relazione alle modalità di esposizione del prezzo nel sistema di prenotazione, anche tenuto conto delle modifiche attuate dal professionista, che prevede che l'importo dei costi amministrativi e di gestione venga quantificato a parte e in via generica nell'ambito di una forcella di valori in quanto non supera il difetto di trasparenza informativa in contestazione. Il prezzo indicato all'inizio della prenotazione, infatti, continua a non includere tutte le voci di costo con la conseguenza che le condizioni economiche applicate rimangono rappresentate in maniera incompleta, confondendo il consumatore rispetto all'esborso finale complessivo da sostenere per il volo prescelto.

45. Con riguardo al *credit card surcharge*, occorre rilevare che esso costituisce un elemento di costo inevitabile e prevedibile, nonché un onere aggiuntivo che non corrisponde a un servizio diverso e ulteriore, rispetto a quello del trasporto aereo a cui è, invece, inscindibilmente connesso. Giova ricordare - a conferma della contrarietà di siffatta prassi alla disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette - la vigenza del divieto di applicare spese per l'utilizzo di servizi di pagamento¹¹, mentre è consentito applicare uno sconto in caso di utilizzo di un particolare strumento di pagamento. Nel caso di specie, la politica di *price display* adottata dal professionista che non include, nel primo prezzo presentato, il costo inevitabile connesso con l'utilizzo degli strumenti di pagamento per i quali è previsto l'addebito di tale onere - anche tenuto conto delle più recenti modifiche introdotte - si pone in contrasto con il citato divieto di applicare spese per l'utilizzo di servizi di pagamento.

46. In altri termini, la presentazione delle tariffe dei servizi offerti dal professionista attraverso lo scorporo dell'importo del *credit card surcharge* e delle spese di gestione dal prezzo del biglietto, così come le modalità utilizzate per informare i consumatori sulla presenza di tali supplementi, non rispondono ai criteri di trasparenza e completezza informativa cui la società avrebbe dovuto attenersi in quanto non consentono al consumatore, sin dal primo contatto, di conoscere l'effettivo prezzo del biglietto, inclusivo dell'insieme di voci di costo che lo compongono.

47. Giova aggiungere, come rilevato dal giudice amministrativo, che è imposto al professionista un particolare onere di chiarezza nella strategia comunicativa sin dalla iniziale presentazione del prodotto: ciò al fine di salvaguardare la libertà di autodeterminazione del consumatore e consentire a quest'ultimo di percepire il costo effettivo dei servizi acquistati¹²; inoltre, il *credit card surcharge* costituisce un supplemento, in termini puramente probabilistici, prevedibile secondo buona fede, nonché inevitabile atteso che non si può prescindere di detto supplemento per l'acquisto del biglietto *on line*¹³.

48. Ciò premesso, la condotta posta in essere dal professionista non risulta conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile da un operatore dello specifico settore delle agenzie di viaggio *on line* al fine della comprensione, da parte dei consumatori, della portata delle offerte di viaggio da esso intermedie. Il rispetto del generale principio di correttezza impone infatti agli operatori di assicurare, nelle proprie comunicazioni commerciali, la trasparenza tariffaria e la chiarezza delle informazioni fornite ai consumatori al fine di consentire loro una corretta percezione degli elementi essenziali del prodotto pubblicizzato e sulla sua convenienza.

49. La pratica risulta perciò scorretta con riferimento al prezzo dell'offerta, configurandosi, pertanto, una violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo in quanto il professionista non fornisce un'immediata, chiara e completa indicazione della presenza, entità e natura di oneri aggiuntivi (*credit card surcharge* e spese di gestione), economicamente apprezzabili rispetto al prezzo del biglietto inizialmente proposto al consumatore, che si sommano, nel corso del processo di prenotazione *on line*, al prezzo dei biglietti offerti dal professionista ai consumatori italiani per le tratte servite.

¹⁰ Peraltro, in relazione ai voli aerei, al fine di garantire ai consumatori un'informazione trasparente circa il costo complessivo finale del prodotto, ai sensi dell'art. 3, comma 1, del D.L. 31 gennaio 2007, n. 7 (convertito in legge 2 aprile 2007, n. 40), "sono vietati le offerte e i messaggi pubblicitari di voli aerei recanti l'indicazione del prezzo al netto di spese, tasse e altri oneri aggiuntivi, ovvero riferiti a una singola tratta di andata e ritorno, a un numero limitato di titoli di viaggio o a periodi di tempo delimitati o a modalità di prenotazione, se non chiaramente indicati nell'offerta". Il comma 2 del medesimo articolo prevede che "A decorrere dal trentesimo giorno successivo alla data di entrata in vigore del presente decreto, le offerte e i messaggi pubblicitari di cui al comma 1 sono sanzionati quali pubblicità ingannevole".

¹¹ Sancito all'art. 3, comma 4, del Decreto Legislativo 27 gennaio 2010, n. 11 ("Attuazione della 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 forza del quale "il beneficiario non può applicare spese al pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento".

¹² Tar Lazio, sez. I, 15 febbraio 2012, n. 1521.

¹³ Tar Lazio, sez. I, 12 aprile 2012, n. 3318.

Pratica b)

50. La predisposizione di un servizio opzionale di copertura assicurativa, offerto nel corso del processo di prenotazione mediante un meccanismo di preselezione automatica, attraverso un quadratino “prespuntato” seguito dalla dicitura “*Scacciapensieri, per garantirti il rimborso del biglietto nel caso tu non possa più partire*” - obbligando il consumatore non interessato a deselezionare l’opzione al fine di evitare l’acquisto della polizza - risulta ingannevole in ragione della sua idoneità a ingenerare nel consumatore un erroneo convincimento in merito alla natura (facoltativa e non obbligatoria) del servizio in esame e, conseguentemente, a indurlo a una scelta che non avrebbe altrimenti effettuato¹⁴.

51. L’avvenuta rimozione, a decorrere dal 5 settembre 2013, del meccanismo di preselezione automatica con la modalità “*opt-in*” (in base alla quale il consumatore è obbligato a effettuare una scelta esplicita al fine di acquistare il servizio opzionale) rimuove le sopra menzionate criticità. Tuttavia, occorre considerare che la preselezione dell’opzione di sottoscrizione della assicurazione facoltativa inganna il consumatore sulla reale natura di tale servizio e, perciò, integra una condotta scorretta; pertanto, la sua rimozione dalla procedura di acquisto *on line* non elimina gli effetti decettivi già prodotti durante l’avvenuta diffusione della pratica.

52. Sotto tale profilo non assume rilievo neanche la dichiarazione resa dal professionista in merito ai rimborsi dell’assicurazione che avrebbe effettuato in favore dei consumatori che avevano stipulato inconsapevolmente la polizza, atteso che detta dichiarazione non risulta suffragata da idonea documentazione a sostegno.

53. Tutto ciò premesso, anche la seconda condotta posta in essere dal professionista non risulta conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell’attività svolta.

54. La pratica risulta perciò scorretta, sotto il profilo della sua ingannevolezza, in quanto l’utilizzo di un meccanismo non trasparente di silenzio-assenso, è suscettibile di indurre in errore il consumatore medio in relazione ad un servizio opzionale non consapevolmente richiesto, configurandosi, pertanto, una violazione degli artt. 20 e 21, comma 1, lettera b) e d), del Codice del Consumo.

Pratica c)

55. Quanto all’omessa indicazione dei dati identificativi del professionista e alla non agevole accessibilità dell’assistenza clienti, siffatte condotte appaiono idonee a scoraggiare i tentativi di contatto e la proposizione di reclami ostacolando per i consumatori l’esercizio dei diritti contrattuali¹⁵.

56. Il professionista ha chiarito che un *form* per contattare la società, alternativo al numero di telefono a pagamento, era già disponibile nel sito nella versione vigente al momento dell’avvio del procedimento. Tuttavia tale strumento di accesso è accessibile a seguito di una serie di link e di limitata portata in quanto relegato all’interno di specifiche FAQ e circoscritto ai relativi oggetti¹⁶. A tale ultimo proposito, va considerato che il numero a pagamento è risultato essere l’unica modalità di contatto in alcune rilevanti fattispecie, ad esempio, per richiedere un rimborso nel caso di annullamento del volo o per richiedere informazioni in caso di variazione del volo comunicata dalla società.

57. A decorrere dal 2 agosto 2013, il professionista ha riferito dell’adozione di un sistema di assistenza (ulteriore rispetto al *form on line*, nei limiti sopra descritti, e al numero telefonico a pagamento) accessibile via *e-mail* non limitato a specifiche problematiche riscontrate dai consumatori, nonché dell’inserimento di opportune integrazioni sia nella sezione “*Chi siamo*”, sia nel *footer* delle pagine del sito *web* del professionista. Solo quest’ultima misura risulta essere stata implementata.

58. Tutto ciò premesso, anche la terza condotta posta in essere dal professionista non risulta conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell’attività svolta. Il professionista, peraltro, oltre ai propri recapiti “elettronici”, dovrebbe indicare anche informazioni ulteriori per un contatto rapido, per evitare che il fruitore del servizio *online*, versando in una situazione di impossibilità di accesso ad *internet*, si trovi dunque nell’impossibilità di contattarlo¹⁷.

¹⁴ Tale posizione riflette un orientamento consolidato dell’Autorità, confermato dal giudice amministrativo (cfr.: Tar Lazio, n. 633/2010, cit.).

¹⁵ Tale pratica commerciale, oltre a rilevare ai sensi degli artt. 20, comma 2, 24 e 25, lett. d), del Codice del Consumo, in quanto contraria a diligenza professionale ed idonea ad ostacolare l’esercizio di diritti contrattuali e la proposizione di reclami, rileva ai sensi dell’art. 22, comma 5, del Codice del Consumo in base al quale sono omissioni rilevanti gli obblighi di informazione previsti dal diritto comunitario connessi alle comunicazioni commerciali (nel caso di specie, l’art. 7 del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70, recante “Attuazione della Direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici del servizio della società dell’informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico”).

¹⁶ Documento n. 71 del fascicolo istruttorio.

¹⁷ Corte di Giustizia C-298/07, 16 ottobre 2008.

59. La pratica risulta perciò scorretta, sotto il profilo della sua ingannevolezza, con riferimento al servizio di assistenza clienti, configurandosi, pertanto, una violazione degli artt. 20, comma 2, e 22, comma 5, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale - in base al normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere da un operatore dello specifico settore delle agenzie di viaggio - e suscettibile di ostacolare i diritti contrattuali dei consumatori.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

60. Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinqüesdecies* del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, 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.

61. 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. *ex multis*: Consiglio di Stato, sez. VI, 19 gennaio 2012, n. 209).

62. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge 24 novembre 1981, n. 689, 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.

63. Con riferimento alla pratica commerciale *sub a)*, viene in rilievo, preliminarmente, la dimensione economica del professionista che, in base ai dati di bilancio disponibili al 31 dicembre 2012, ha realizzato ricavi per circa 66 milioni di euro¹⁸.

64. In secondo luogo, la gravità della violazione deve apprezzarsi in considerazione dell'elevato grado di diffusione della pratica idonea a raggiungere un numero considerevole di consumatori tenuto conto, in particolare, che la vendita dei servizi offerti da Bravofly SA. avviene attraverso il sistema di prenotazione presente sul proprio sito *internet*.

65. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire almeno dal 2009 ed è ancora in corso.

66. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Bravofly SA. per la pratica *sub a)* nella misura di 120.000 €(centoventimila euro).

67. Relativamente alla pratica commerciale *sub b)*, la gravità della violazione va apprezzata in considerazione della sua idoneità a raggiungere un elevato numero di consumatori e dell'importanza del professionista, per le motivazioni espresse nei paragrafi precedenti.

68. Per quanto riguarda la durata della violazione, è da rilevare che la condotta si è protratta almeno dal 2009 al 5 settembre 2013, data della rimozione del meccanismo di preselezione della copertura assicurativa facoltativa nel corso del procedimento.

69. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Bravofly SA. per la pratica *sub b)* nella misura di 55.000 €(cinquantacinquemila euro).

70. Infine, anche relativamente alla pratica *sub c)*, la gravità della violazione va apprezzata in considerazione della sua idoneità a raggiungere un elevato numero di consumatori e dell'importanza del professionista, per le motivazioni espresse nei paragrafi precedenti.

71. Per quanto riguarda la durata della violazione, è da rilevare che la pratica si è protratta almeno dal 2009 ed è comunque ancora in corso.

72. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Bravofly SA. per la pratica *sub c)* nella misura di 50.000 €(cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta al titolo II, lettera *a)*, del presente provvedimento, sulla base delle considerazioni suesposte, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 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 ai servizi pubblicizzati dal professionista;

¹⁸ Tasso di cambio al 31 dicembre 2012.

RITENUTO, inoltre, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che, la pratica commerciale descritta al titolo II, lettera *b*), del presente provvedimento, sulla base delle considerazioni suesposte, è stata scorretta, fino alla data del 5 settembre 2013, - quando il profilo contestato è stato rimosso - ai sensi degli artt. 20 e 21, comma 1, lettera *b*) e *d*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre in errore il consumatore medio in relazione alla natura, alle caratteristiche ed il prezzo del servizio acquistato;

RITENUTO, infine, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che, la pratica commerciale descritta al titolo II, lettera *c*), del presente provvedimento, sulla base delle considerazioni suesposte, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 22, comma 5, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre in errore il consumatore medio in relazione alla natura, alle caratteristiche ed il prezzo del servizio acquistato;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al titolo II, lettera *a*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Bravofly SA., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al titolo II, lettera *b*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Bravofly SA., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che la pratica commerciale descritta al titolo II, lettera *c*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Bravofly SA., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 comma 2, e 22, comma 5, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

d) di irrogare alla società Bravofly SA. per le violazioni di cui alle precedenti lettere *a*), *b*) e *c*), tre sanzioni amministrative pecuniarie pari a 120.000 €(centoventimila euro), a 55.000 €(cinquantacinquemila euro) e a 50.000 € (cinquantamila euro);

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

Le sanzioni amministrative di cui alla precedente lettera 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. 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 verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, 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 per il 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
