

PS8033 - TUI.IT-SUPPLEMENTO CARTA DI CREDITO SU ACQUISTO VOLO

Provvedimento n. 24761

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;

VISTO il proprio provvedimento del 9 ottobre 2013, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 30 luglio e 7 agosto 2013, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Easy Market S.p.A., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è un'agenzia *on line* che promuove viaggi e attività per il tempo libero e gestisce il sito *web* *www.tui.it*. La società, in base ai dati di bilancio disponibili al 30 settembre 2012, ha realizzato ricavi per circa 28 milioni di euro e ha registrato una perdita di esercizio pari a 510.421 euro.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. Il procedimento concerne la correttezza delle comunicazioni commerciali diffuse sul sito *internet* del professionista *www.tui.it*, con specifico riferimento alle offerte di voli aerei. In particolare, ad avviso dei segnalanti, i prezzi presentati all'inizio della prenotazione non riportavano alcune rilevanti componenti di costo quali le spese di gestione, il costo della polizza assicurativa ed il supplemento applicato per il pagamento con carta di credito (di seguito anche “*credit card surcharge*”). La polizza assicurativa, sebbene dal carattere accessorio, risultava preselezionata, salvo *opting out* in caso di disinteresse all'acquisto di detta polizza. Inoltre, la denominazione, il domicilio o la sede legale e il numero di iscrizione al registro delle imprese (o numero REA), non venivano indicati né nelle sezioni “*Chi siamo*” o “*Contatti*”, né nel *footer* delle pagine del sito, ma potevano essere ricercati unicamente nei documenti “*Termini e Condizioni Volo + Hotel*” e “*Privacy Policy*”, accessibili mediante *link* successivi alla *homepage*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

3. A seguito di segnalazioni ricevute a decorrere dal mese di febbraio 2012 e sulla base delle rilevazioni del sito *internet* del professionista effettuate d'ufficio nel mese di giugno 2013, in data 27 giugno 2013 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8033 per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

4. In tale sede, in particolare, venivano ipotizzate due pratiche commerciali, ossia:

a) l'ingannevolezza delle comunicazioni commerciali aventi ad oggetto la promozione *on line* di servizi turistici in quanto nella *homepage* risultava pubblicizzato un determinato prezzo mentre alla fine della procedura di prenotazione veniva prospettato un altro, di entità ampiamente superiore e risultava omessa l'informativa chiara e facilmente accessibile, in merito alla denominazione, al domicilio o alla sede legale ed al numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche REA (o al registro delle imprese) del professionista;

b) l'ingannevolezza del sistema di preselezione dell'assicurazione facoltativa "Assicurazione Annullamento", durante il processo di prenotazione dei servizi turistici, comportante un ulteriore onere per un servizio diverso da quello oggetto di prenotazione.

5. In data 17 luglio 2013 è pervenuta, da parte del professionista, una nota di risposta alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento.

6. Successivamente, in data 30 luglio e 7 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. Il contenuto degli impegni è stato illustrato nel corso dell'audizione della Parte svoltasi dinnanzi gli Uffici il 30 settembre 2013. La Parte ha depositato una ulteriore memoria l'11 novembre 2013.

7. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 4 dicembre 2013 ed il rigetto è stato comunicato al professionista in data 6 dicembre 2013.

8. 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.

9. Il 16 dicembre 2013 la Parte ha depositato una memoria conclusiva.

2) Le evidenze acquisite

10. I segnalanti hanno lamentato che l'importo visualizzato ad esito dell'interrogazione del sistema veniva maggiorato, procedendo con la prenotazione, per effetto dell'applicazione di ulteriori oneri economici, dapprima, a titolo di spese di gestione e di acquisto di una polizza facoltativa, e, quindi, nella fase terminale del processo di prenotazione, dopo l'inserimento dei dati della carta di credito, a titolo di contributo *credit card surcharge*; pertanto, all'esito del pagamento, il prezzo totale risultava di importo superiore a quanto inizialmente prospettato.

Pratica a)

11. Le simulazioni di acquisto sul sistema di prenotazione e acquisto *online* del professionista effettuate d'ufficio nel mese di giugno 2013 ed acquisite agli atti del fascicolo¹, attestavano che la prima indicazione del prezzo dei biglietti aerei come visualizzati nella prima fase del processo di prenotazione nel medesimo sito, veniva presentata al netto dell'importo delle spese di gestione e del *credit card surcharge*, aggiunti nella fase finale dell'acquisto. Invero, nella *homepage* del sito compaiono tre sezioni "Pacchetti vacanze", "Viaggi fai da te" e "Viaggi su misura". La sezione "Viaggi fai da te" reca 5 servizi (volo, hotel, volo+hotel, auto e crociere); simulando l'acquisto di un biglietto aereo, l'importo visualizzato ad esito dell'interrogazione del sistema, sebbene presentato con la dicitura "Prezzo medio per passeggero a/r (tasse incluse)", risulta maggiorato, nel corso del processo di prenotazione, dell'importo della polizza "Assicurazione Annullamento" e delle spese di gestione (per la lavorazione della pratica). Inoltre, solo all'atto della conferma della prenotazione risulta applicato l'ulteriore supplemento per pagamento con carta di credito.

12. A titolo esemplificativo, come risulta dalla documentazione in atti², per l'acquisto di un volo per 4 persone (tratta Roma – Torino con il vettore Alitalia) l'importo prospettato all'inizio del processo di prenotazione, pari a 310,30 € è "lievitato", nella schermata in cui ha inserito i dati della carta di credito, fino a 446,30 € (con addebito pari a 48,00 € a titolo di spese di gestione - 6 € a persona per tratta - in favore di Easy Market S.p.A. e pari a 398,00 € in favore del vettore aereo).

13. Per effetto degli impegni presentati da Easy Market S.p.A. il 30 luglio e 7 agosto 2013³, sono stati inseriti:

- a decorrere dal 1° luglio 2013, le spese di gestione sin dalla prima pagina di offerta dei voli i cui dettagli sono ricercati ed immessi dal consumatore;

- a decorrere dal 7 agosto 2013, i dati del professionista nella sezione "Chi siamo" e nel *footer* delle pagine del sito www.tui.it;

- a decorrere dal 15 settembre 2013, in relazione ai supplementi applicati per il pagamento con carta di credito, nella prima pagina di offerta dei voli i cui dettagli sono ricercati ed immessi dal consumatore, la seguente avvertenza: "In caso di acquisto di voli aerei operati da compagnie low cost, queste ultime applicheranno direttamente delle spese amministrative per l'incasso con carta di credito. Tali costi variano a seconda della compagnia aerea prescelta e del tipo di carta di credito. Prima di concludere la transazione di acquisto del volo Ti preghiamo di verificare sia nel box di inserimento di carta di credito, sia nel box di riepilogo prezzi l'ammontare di tale costo aggiuntivo al prezzo del

¹ Documento n. 10 del fascicolo istruttorio.

² Documento n. 10 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr.: memorie della Parte, documenti nn. 14 e 15 del fascicolo istruttorio.

biglietto, il cui addebito totale Ti apparirà sull'estratto conto della Tua carta di credito utilizzata". Siffatta avvertenza è riportata sotto forma di *box* permanente, dotato di tecnologia *point&click* bloccante i successivi processi di acquisto in caso di mancata lettura. A decorrere dal 16 dicembre 2013 tale informativa è stata integrata e attualmente riporta la circostanza che l'importo massimo dell'eventuale *credit card surcharge* applicato è pari al 10% del costo totale del biglietto. Segnatamente, l'attuale dicitura presente nel *box* in esame risulta: "In caso di acquisto di voli aerei operati da compagnie low cost, queste ultime applicheranno direttamente delle spese amministrative per l'incasso con carta di credito. Tali costi variano a seconda della compagnia aerea prescelta e del tipo di carta di credito. In ogni caso essi avranno un importo inferiore al 10% del costo totale del biglietto. Prima di concludere la transazione di acquisto del volo Ti preghiamo di verificare sia nel box di inserimento di carta di credito, sia nel box di riepilogo prezzi l'ammontare di tale costo aggiuntivo al prezzo del biglietto, il cui addebito totale ti apparirà sull'estratto conto della tua carta di credito utilizzata".

Pratica b)

14. In relazione al meccanismo di preselezione automatica dell'assicurazione, la procedura di acquisto sul sito del professionista comporta che il consumatore, dopo aver selezionato il volo di interesse, viene indirizzato in una pagina in cui si visualizza, sulla sinistra, un riquadro "Dettagli tariffa" e, sulla destra, un altro riquadro con, in alto, la dicitura "Prezzo biglietto/i" (il cui importo coincide con quello della tariffa) e, in basso, la dicitura "Prezzo totale" recante un importo che include il costo dell'assicurazione facoltativa. Invero, la scelta dell'opzione "Si chiedo l'Assicurazione annullamento" risulta già impostata sebbene sia suscettibile di essere modificata nel senso che è possibile scegliere una copertura maggiore ("Sì, richiedo l'Assicurazione Top all inclusive") oppure non richiedere affatto tale servizio supplementare ("No grazie, non richiedo l'assicurazione").

15. L'illustrato meccanismo comporta l'adesione del consumatore alla copertura assicurativa facoltativa in assenza di una sua esplicita scelta in tal senso. Segnatamente, in una delle simulazioni effettuate d'ufficio l'11 giugno 2013 il costo dell'assicurazione ammonta a 20,53 € per persona, per un volo Roma – Bruxelles (andata e ritorno), dal costo di 327,03 €

16. A decorrere dal 1° luglio 2013 il professionista ha eliminato, dalla procedura di acquisto dei propri servizi, il *flag* preselezionato sulla polizza assicurativa⁴; pertanto, nella versione attuale del sistema di prenotazione *on line*, il consumatore è tenuto a selezionare una delle tre opzioni: assicurazione annullamento, assicurazione top, rinuncia all'assicurazione.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

17. Il professionista con comunicazione pervenuta in data 17 luglio 2013 ha escluso che il meccanismo di creazione del prezzo possa indurre in inganno il consumatore anche in considerazione del fatto che il consumatore medio dei prodotti turistici risulta più avvezzo ad utilizzare gli strumenti *on line* rispetto ad altri settori.

18. Il professionista ha parimenti escluso che possa crearsi confusione in ordine al soggetto titolare del sito e responsabile del prodotto pubblicizzato.

19. Con riguardo, poi, alla polizza assicurativa, Easy Market S.p.A. ha evidenziato che il contratto di assicurazione consente al consumatore di recedere dal contratto di viaggio in un momento successivo all'acquisto senza dover incorrere in penali e che, comunque, solo il 26% degli utenti ha acquistato la polizza non deselezionando l'apposito tasto; al riguardo ha dichiarato di aver provveduto a rimborsare gli importi dell'assicurazione in favore di consumatori che hanno lamentato di averla stipulata inconsapevolmente.

20. Inoltre, in relazione ai costi aggiuntivi, il professionista ha rappresentato di aver modificato in via cautelativa il sistema di prenotazione al fine di rendere visibili, già nella fase di ricerca dei voli disponibili, i diritti di agenzia.

21. Il professionista, inoltre, ha precisato che per effetto della modifica del sito *web* - apportata prontamente subito dopo l'avvio del procedimento - è stata inserita una informativa in merito alla presenza del *credit card surcharge* (il cui importo varia in relazione alla compagnia aerea prescelta e al tipo di carta utilizzata); inoltre, nel caso di viaggio di più passeggeri, i supplementi sono calcolati cumulativamente e non per passeggero e per tratta e sono sempre comunque visualizzabili, nella loro differente entità, all'atto della prenotazione.

22. Con memorie dell'11 novembre e del 16 dicembre 2013 il professionista ha dato riscontro in merito ad alcune segnalazioni; da ultimo, Easy Market S.p.A. ha confermato l'attuazione degli impegni proposti e ha sottolineato di aver posto in essere un comportamento ampiamente collaborativo soprattutto con riferimento alla tempestiva prospettazione,

⁴ Idem nota 2.

sin dal 1° luglio 2013, del prezzo “finito” senza applicazione di costi aggiuntivi ad eccezione dell’eventuale *credit card surcharge* - stabilito dalle compagnie aeree e non preventivabile da Easy Market S.p.A. - della cui esistenza il consumatore ha notizia grazie al *pop-up* inserito a decorrere dal 15 settembre 2013.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

23. 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.

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).

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

24. Il procedimento in esame è diretto a verificare la correttezza delle modalità di presentazione delle condizioni offerte per il servizio di trasporto aereo dalla società Easy Market S.p.A. attraverso il proprio sito *internet* in lingua italiana *www.tui.it*.

Pluralità di pratiche commerciali

25. Le condotte descritte nel precedente punto II del presente provvedimento integrano due 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 valutazione⁵.

26. La prima pratica riguarda la fase promozionale di varie tipologie di offerte nell’attività di intermediazione *on line* svolta da Easy Market S.p.A. 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.

27. La seconda pratica, connotata da autonomia strutturale e funzionale, concerne il meccanismo di preselezione automatica della polizza “*Assicurazione annullamento*”, 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.

Le violazioni

Pratica a)

28. Nel corso del procedimento si è accertato che il professionista, a partire almeno dal febbraio 2012, ha promosso la propria offerta di voli, tramite *internet* mediante l’illustrazione incompleta del prezzo dei voli nella *homepage*, relegando nella fase finale del processo di prenotazione un’informativa completa sul costo complessivo dei servizi intermediati. Invero, è stata riscontrata l’omessa indicazione fin dall’inizio del contatto (ossia, nella pagina iniziale del processo di prenotazione), di tutti gli oneri addebitati al consumatore rispetto al prezzo inizialmente pubblicizzato. Nella *homepage*, infatti, il prezzo risultava corredato dalla sola menzione “*prezzo medio per passeggero (tasse incluse)*” e dalla voce “*dettagli*” - cliccando la quale si ha cognizione della presenza di spese di gestione e del relativo importo -, mentre l’esistenza del *credit card surcharge* (e del relativo importo) è conosciuta solo alla fine della prenotazione.

29. 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 del costo globale della transazione, non appaiono rispondenti agli *standard* di chiarezza, completezza e percepibilità degli elementi rilevanti dell’offerta indispensabili per una scelta consapevole.

30. Al riguardo giova osservare che, secondo il costante orientamento dell’Autorità, confermato dalla giurisprudenza amministrativa⁶, l’indicazione del prezzo deve includere, fin dall’inizio, ogni onere economico gravante sul

⁵ In tal senso, cfr. Tar Lazio, sez. I, 20 gennaio 2010, n. 633.

consumatore, il cui ammontare sia determinabile *ex ante*⁷, ovvero presentare delle modalità di esposizione che consentano un'immediata e chiara percezione da parte del consumatore delle relative informazioni. Ciò in quanto il messaggio pubblicitario viene letto velocemente, sicché è idoneo ad indurre in errore il consumatore "quando il prezzo finale ed effettivo del servizio non sia quello enfatizzato nel claim principale, ma a tale prezzo si debbano aggiungere - in base ad indicazioni non contestuali e prive della stessa enfasi - oneri ulteriori, dei quali non venga indicata, neppure approssimativamente, l'incidenza sulla spesa complessiva"⁸.

31. Analoghe considerazioni valgono per l'esposizione del prezzo nel sistema di prenotazione come rinnovato in virtù degli impegni della Parte e della loro implementazione, in quanto il prezzo inizialmente indicato non comprende tutte le possibili voci di costo certe, ma si limita ad avvisare il consumatore dei possibili ulteriori addebiti. Invero, il prezzo indicato al consumatore non è inclusivo né dell'importo delle spese di gestione (indicato a parte solo selezionando la voce "dettagli" posta accanto al prezzo), né del supplemento richiesto per il pagamento con carta di credito, sebbene in questo caso non possa proseguire nella prenotazione se non apre lo specifico *pop-up* informativo dell'importo di detto supplemento individuato, però, in via generica in misura percentuale del prezzo del biglietto.

32. 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 passeggeri 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 pagamento⁹, 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, anche a seguito dell'introduzione dell'informativa della percentuale massima che può essere applicata sul costo del biglietto a titolo di *credit card surcharge*, poiché non include, nel primo prezzo presentato, il costo inevitabile connesso con l'utilizzo degli strumenti di pagamento, contravviene al sopra menzionato divieto.

33. 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 non evitabili che lo compongono.

34. Sul punto, come non ha mancato di rilevare il giudice amministrativo, 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 acquistati¹⁰; inoltre, il *credit card surcharge* costituisce un supplemento, in termini puramente probabilistici, prevedibile secondo buona fede, nonché inevitabile atteso che non si può prescindere da detto supplemento per l'acquisto del biglietto *on line*¹¹.

35. Le modifiche introdotte dal professionista in corso di procedimento, a partire dal 16 dicembre 2013, con la menzione della percentuale massima che può essere applicata sul costo del biglietto a titolo di *credit card surcharge*, non superano tale difetto di trasparenza informativa in quanto il prezzo indicato all'inizio della prenotazione 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.

⁶ Tar Lazio, sez. I, 20 gennaio 2010, n. 633.

⁷ Peraltro, 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".

⁸ Tar Lazio, sez. I, 8 settembre 2009, n. 8395.

⁹ 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".

¹⁰ Tar Lazio, sez. I, 15 febbraio 2012, n. 1521.

¹¹ Tar Lazio, sez. I, 12 aprile 2012, n. 3318.

36. Quanto alla contestazione relativa all'omessa e/o non agevole accessibilità dell'informativa sulla denominazione, domicilio sede legale e numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche REA (o al registro delle imprese) del professionista, quest'ultimo ha provveduto, fin dal 7 agosto 2013, ad effettuare le opportune integrazioni sia nella sezione "*Chi siamo*", sia nel *footer* delle pagine del sito *web*.

37. 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 *online* al fine della comprensione, da parte dei consumatori, della portata delle offerte di viaggio da esso intermedate. 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.

38. 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.

Pratica b)

39. La predisposizione di un servizio opzionale di copertura assicurativa, offerto nel corso del processo di prenotazione mediante un meccanismo di preselezione automatica, sotto la voce "*Sì richiedo l'Assicurazione Annullamento*" - 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 effettuato.

40. L'avvenuta eliminazione, dal 1° luglio 2013, del meccanismo di preselezione automatica con la modalità "*opt-in*" (in base alla quale il consumatore è tenuto 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.

41. 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.

42. 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.

43. 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, lettere b) e d), del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

44. 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.

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

46. 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.

47. Con riferimento alla pratica commerciale oggetto di contestazione, *sub a)*, del presente provvedimento, viene in rilievo, preliminarmente, la dimensione economica del professionista che in base ai dati di bilancio disponibili al 30 settembre 2012, ha realizzato ricavi per circa 28 milioni di euro.

48. 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 Easy Market S.p.A. avviene attraverso il sistema di prenotazione presente sul proprio sito *internet*.

49. 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 febbraio 2012 ed è ancora in corso.

50. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Easy Market S.p.A. nella misura di 55.000 €(cinquantacinquemila euro).

51. In considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Easy Market S.p.A. per la pratica *sub a)* nella misura di 50.000 €(cinquantamila euro).

52. Relativamente alla seconda pratica commerciale oggetto di contestazione, descritta *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.

53. Per quanto riguarda la durata della violazione, è da rilevare che la condotta si è protratta a partire almeno dal febbraio 2012 al 30 giugno 2013, data della rimozione del meccanismo di selezione automatica della copertura assicurativa nel corso del procedimento.

54. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Easy Market S.p.A. per la pratica *sub b)* nella misura di 20.000 €(ventimila euro).

55. In considerazione del fatto che, sotto il profilo delle condizioni economiche, il professionista ha registrato nell'ultimo esercizio perdite di bilancio, si ritiene congrua l'applicazione di una sanzione, nei confronti della società Easy Market S.p.A., per la violazione di cui alla pratica *sub b)* nella misura di 15.000 €(quindicimila 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;

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 risultata scorretta - fino alla data del 30 giugno 2013 quando il profilo contestato è stato rimosso - ai sensi degli artt. 20 e 21, comma 1, lettere *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 e al prezzo del servizio acquistato

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al titolo II, lettera *a)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Easy Market S.p.A., 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 Easy Market S.p.A., 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) di irrogare alla società Easy Market S.p.A. per le violazioni di cui alle precedenti lettere *a)* e *b)*, due sanzioni amministrative pecuniarie pari, rispettivamente, a 50.000 €(cinquantamila euro) e a 15.000 €(quindicimila euro);

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

Le sanzioni amministrative di cui alla precedente lettera c) 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
