

DELIBERA N. 385/24/CONS

PARERE

**ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
RYANAIR DAC
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**

PS12689

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 9 ottobre 2024;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante *“Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”* (di seguito, Autorità);

VISTO il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *“Codice del consumo, a norma dell’articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229”* (di seguito, Codice);

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”* come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 332/24/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 24 settembre 2024 al prot. n. 248862 dell’Autorità, con la quale l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice e dell’art. 1, comma 6, lettera c), numero 9), della Legge n. 249/97, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società RyanAir DAC (di seguito “RyanAir” o la “Società” o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice. Nella nota di richiesta di parere dell’AGCM si informa che, con comunicazione del 14 dicembre 2023, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione degli artt. 21 e 22 del Codice;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché le pratiche in questione sono state diffuse tramite *internet* (sito web del Professionista) si richiede all’Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 16, commi 3 e 4, del *“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’AGCM con delibera del 1° aprile 2015, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell’AGCM del 14 dicembre 2023, di avvio del procedimento istruttorio PS12689, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice e dell’art. 6 del Regolamento e contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell’art. 12, comma 1, del Regolamento;



CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la società RyanAir svolge – quale attività prevalente – l’esercizio di collegamenti aerei per il trasporto di persone e cose sia in Italia che in Paesi esteri, caratterizzandosi come compagnia aerea *low cost*;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12689, AGCOM evidenzia che, secondo le segnalazioni pervenute e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, RyanAir avrebbe posto in essere le seguenti condotte:

- a) durante il processo di prenotazione *online* nel sito ufficiale di RyanAir, dopo aver selezionato il/i volo/i ad una delle tariffe offerte dal vettore (Basic o Regular o Plus o Flexi Plus), non risulterebbe fornita alcuna indicazione sulle condizioni applicabili al *check-in*, né verrebbe indicata una possibile maggiorazione di costi a seguito della sua mancata effettuazione entro due ore dalla partenza. Anche nella *mail* trasmessa da RyanAir, nella quale si ricapitola al cliente l’ordine di prenotazione, non è presente alcuna indicazione né con riguardo alla tempistica né con riferimento a costi aggiuntivi. Inoltre, nella *mail* automatica – nella quale RyanAir ricorda al cliente di effettuare il *check-in* – è indicato “Ricorda che devi effettuare il *check-in online* per evitare la penale di 55€”, ma non si menziona la presenza di un termine entro il quale tale strumento *online* rimanga disponibile. L’informazione circa l’orario di chiusura del *check-in online* è disponibile solo nei “Terms & Conditions” (T&C) e nelle FAQ presenti nel sito *web*, raggiungibili al di fuori del processo di prenotazione. Infatti, nelle FAQ le informazioni sul *check-in* possono essere visionate solo separatamente e, per conoscere il costo del servizio da corrispondere, pari a “€/£55“Dopo aver prenotato/[in]aeroporto”, è necessario uscire dalla pagina cliccando sul collegamento ipertestuale che riporta alla Tabella dei supplementi facoltativi dove, il consumatore (che ha optato per volare con tariffe Basic e/o Regular) deve ricercarlo effettuando lo *scroll* della pagina. Infine, si rileva che l’art. 6.2.2 dei T&C indica le fasce nelle quali è possibile fare il *check-in* e si limita ad indicare che il *check-in online* non è più disponibile durante le due ore precedenti l’orario di partenza previsto per il volo, ma non menziona eventuali maggiorazioni. L’applicazione di un supplemento è indicata al successivo 6.2.4, che rinvia ad una tabella al fine di rinvenirne il costo.
- b) Sul sito di RyanAir, una volta scelta la rotta di andata/ritorno, l’utente può decidere di acquistare il biglietto secondo diverse tariffe, ciascuna delle quali può includere specifici servizi ancillari. Qualora venga scelta la tariffa “Basic”, che non comprende servizi extra, il processo di prenotazione del biglietto consente di aggiungerli in un secondo momento, prima di completare l’acquisto. Infatti, durante il processo di prenotazione del volo, dopo avere deciso se acquistare o meno l’opzione di scelta del posto, il sito di RyanAir propone di selezionare la propria preferenza in merito ai bagagli. L’utente può mantenere il bagaglio a mano incluso nella tariffa Basic (“borsa piccola”), ovvero ha la facoltà di aggiungere il servizio “priorità e



due bagagli a mano”, per avere così la possibilità di portare a bordo un altro bagaglio a mano. Con riferimento a tale servizio aggiuntivo viene mostrato un prezzo indicativo di base (con la dicitura “Da” cui fa seguito “Aggiungi da X,XX €” ed in calce “Per volo”). Laddove venga scelto di aggiungere il servizio “*priorità e due bagagli a mano*” questo viene automaticamente aggiunto ad entrambi i voli di andata/ritorno. Il prezzo relativo alla tariffa *Basic* viene immediatamente aggiornato con la somma complessiva, che però è mostrata solo in alto a destra della schermata, senza che venga data alcuna evidenza delle voci che la compongono. Per poter visualizzare le singole voci di costo è necessario che l’utente clicchi sulla cifra mostrata in alto a destra per far apparire una finestra a scomparsa. Tale finestra mostra il prezzo applicato al servizio per la tratta di andata e per la tratta di ritorno (il quale può essere diverso dal primo), ma nessuna indicazione viene fornita dal sito in merito a tale facoltà di visualizzazione. Qualora si volesse decidere di effettuare una scelta disgiunta tra il volo di andata e il volo di ritorno in merito all’acquisto del servizio “*priorità e due bagagli a mano*” è necessario selezionare la piccola voce in calce alla tabella (“*Diverso per il ritorno?*”), che consente di aprire un duplice menù che mostra l’opzione di acquisto del servizio sia per il volo di andata che per il volo di ritorno, con evidenza dei costi unitari applicabili. In caso di mancata spunta del pulsante “*Diverso per il ritorno?*”, nessun menù viene visualizzato e il sistema attribuisce automaticamente al volo di ritorno la stessa preferenza espressa per quello di andata. Infatti, solo una volta che si è selezionato il servizio “*priorità e due bagagli a mano*” e si apre il menù per la scelta disgiunta, emerge che il servizio è già preselezionato per entrambi i voli, nonostante abbia un prezzo differente (precedentemente non comunicato). L’informativa sui costi diversi sul servizio aggiuntivo tra Andata e Ritorno appare soltanto al momento del pagamento laddove il sito fornisce un riepilogo della prenotazione, con evidenza del prezzo finale e delle singole voci di costo per ciascun volo, comprese quelle derivanti dai servizi aggiuntivi prescelti.

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero entrambi integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 21 e 22 del Codice. In particolare,

- a) la prima pratica ha ad oggetto le informazioni relative alle condizioni applicabili al *check-in* che potrebbero risultare ingannevoli e omissive in quanto, durante il processo di prenotazione *online*, il sito non indica che il *check-in online* non sarà più disponibile decorse le due ore dalla partenza e che, in tal caso, potrà essere fatto unicamente in aeroporto con un aggravio dei costi a carico del consumatore, per un importo di 55€. Inoltre, il consumatore apprende dalla mail di conferma del volo prenotato di dover effettuare il *check-in online* prima del viaggio, ma non che il servizio di *check-in online* sia disponibile a tempo. Analogamente, il vettore avverte che in caso di *check-in* in aeroporto vi sarà un supplemento da pagare, ma non chiarisce che, sussistendo un termine per il *check-in*, l’utente nelle due ore precedenti il volo potrà effettuarlo solo in aeroporto;



- b) la seconda pratica è relativa al servizio “priorità e due bagagli a mano” e ha ad oggetto carenze informative in caso di acquisto di un volo andata/ritorno (A/R); infatti, il prezzo del servizio viene proposto, con preselezione per l’andata e per il ritorno, senza indicazione nel prezzo unitario del servizio distintamente per andata e per ritorno. Infatti, qualora il consumatore non selezioni la scelta disgiunta per A/R, peraltro posta in caratteri piccoli sotto la schermata principale, il sistema applica automaticamente tale preferenza sia al viaggio di andata che a quello di ritorno, aggiungendo il medesimo servizio “*priorità e due bagagli a mano*” a quest’ultimo, senza che il consumatore abbia immediata visione né di tale scelta A/R né dei prezzi singolarmente applicati.

VISTA la documentazione trasmessa dall’AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa al comportamento della Società;

RITENUTO opportuno che il parere sul caso di specie sia reso all’AGCM ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice, riportando le valutazioni di questa Autorità in relazione all’attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l’eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica;

RILEVATO che la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e attività attuate dalla Società tramite *Internet*;

CONSIDERATO che *Internet* è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all’utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento;

RILEVATO che, in base a quanto riportato nell’osservatorio sulle comunicazioni di questa Autorità, i dati sull’accesso ai siti/app dei principali operatori evidenziano un numero mensile di utenti unici¹ che si sono collegati a Internet nel primo trimestre del 2024 compreso tra 44,2 e 44,4 milioni su base mensile (tra 43,8 e 44,0 milioni nel primo trimestre del 2023), con circa 73 ore e 35 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su Internet; di questi, a marzo 2024, 43,5 milioni hanno usato Google (43,0 milioni nello stesso mese del 2023), 39,6 milioni Meta Platforms (38,8 milioni nello stesso mese del 2023), 35,4 milioni Amazon (35,7 milioni nello stesso mese del 2023). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel primo trimestre del 2024, tra 38,0 e 38,6 milioni (tra 37,7 e 38,0 milioni nel primo trimestre del 2023), con una media di 2 ore e 52 minuti³ trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/app di *e-commerce*;

CONSIDERATO che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dalle Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app utilizzati dalla Società, potrebbero essere indotti ad assumere una

¹ Numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito *web*, una categoria, un canale o un’applicazione durante il periodo di riferimento.

² Dato riferito al mese di marzo 2024.

³ Dato riferito al mese di marzo 2024.

decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate;

RITENUTO, pertanto, che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCM sopra richiamata;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione della Commissaria Elisa Giomi, relatrice ai sensi dell'articolo 31 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

di esprimere parere nei termini di cui in motivazione.

Il presente parere sarà pubblicato sul sito *web* dell'Autorità, salvo che vengano rappresentate, entro trenta giorni dal suo ricevimento, eventuali ragioni ostative alla pubblicazione.

Roma, 9 ottobre 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE
Elisa Giomi

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba