

DELIBERA N. 83/24/CONS

**PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL
MERCATO IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI
DI VUELING AIRLINES S.A. IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI
SCORRETTE**

PS/12650

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 3 aprile 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. 434/22/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 19 marzo 2024 al prot. n. 82879 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, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società Vueling Airlines S.A. (di seguito Vueling o la Società o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice, che 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*. Nella nota di richiesta di parere dell’AGCM si informa che, con comunicazione dell’11 ottobre 2023, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti dei Professionisti al fine di valutare l’eventuale violazione degli artt. 20, 21, e 22 del Codice;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché alcune delle pratiche in questione sono state diffuse tramite *internet* (sito *web* e *app* 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 11 ottobre 2023, di avvio del procedimento istruttorio PS/12650, 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, secondo la comunicazione dell'AGCM, in base ad informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, nonché a seguito di una denuncia pervenuta in data 17 febbraio 2023 e oggetto di successive richieste di informazioni alla stessa Società fatte in data 11 maggio 2023 e 1° agosto 2023, il Professionista avrebbe differenziato il prezzo di vendita del servizio aggiuntivo bagaglio a mano tra i due canali di acquisto *online* offerti (sito *web* e *app*) e tra i *device* utilizzati dal cliente, in assenza di adeguata informativa;

TENUTO CONTO che nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS/12650, AGCM evidenzia che, in base ad informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, nonché a seguito di una denuncia pervenuta in data 17 febbraio 2023 e oggetto di successive richieste di informazioni alla stessa Società fatte in data 11 maggio 2023 e 1° agosto 2023, l'analisi dei dati forniti dal Professionista, nelle date 8 giugno 2023 e 11 settembre 2023, riguardanti molteplici tratte effettuate tra i mesi di gennaio ed agosto del 2023, sembrerebbe confermare una sistematica differenziazione del prezzo del servizio bagaglio a mano tra *web* ed applicazione. A fronte di tale differenziazione di prezzo per il servizio bagaglio a mano in funzione del canale *online* usato – *web* o *app* – il Professionista non risulterebbe fornire alcuna chiara informazione al consumatore. Infatti, il consumatore che voglia scegliere tale servizio aggiuntivo e acceda al sito *web* della Società, nella pagina “bagagli a mano” non trova alcuna informativa sulla differenziazione dei prezzi e visualizza in fondo pagina importi distinti solo tra “*web/app*” e “in aeroporto”. Pertanto, sul sito *web* del professionista i due percorsi di vendita sono presentati ai consumatori come del tutto equivalenti. Anche la sezione del sito in cui vengono descritte le tariffe dei servizi aggiuntivi del volo non risulta fornire ai consumatori alcuna chiara distinzione tra i due percorsi online di acquisto del servizio bagaglio a mano: il sito *web* e l'applicazione. Infatti, nella parte superiore della pagina il Professionista informa i consumatori riguardo alle tariffe dei servizi supplementari del volo, evidenziando che i prezzi sono dinamici e variano in base alla domanda, alla tratta, alla data del viaggio e/o al canale attraverso cui viene acquistato il servizio (ad esempio il sito *Vueling.com* o il banco in aeroporto). Pertanto, anche in tale pagina non risulta fornita alcuna distinzione tra i percorsi di vendita tramite sito *web* e applicazione, ma viene differenziato esclusivamente l'acquisto tramite il sito *web* e il banco in aeroporto. In questa sezione del sito *web*, l'applicazione non è neanche menzionata come possibile percorso di acquisto online del servizio. Infine, stando alle evidenze fornite dal denunciante, apparentemente confermate dalle preliminari verifiche condotte dall'Autorità, anche il *device* sarebbe stato utilizzato quale parametro per procedere ad una profilazione del prezzo. Dalle evidenze agli atti, infatti, il prezzo del servizio bagaglio a mano risultava diverso se acquistato nel medesimo momento con *device* diversi (*pc* o *iphone*).

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, e 22 del Codice, fornendo al consumatore un'informazione incompleta, poco trasparente e omissiva sulle modalità di definizione di prezzo connesse alle modalità di acquisto del servizio di trasporto del bagaglio differenziate tra *web* ed *app*. In particolare, il Professionista non sembra informare i propri clienti riguardo alla differenziazione di prezzo tra i due percorsi di acquisto online. Il sito *web* del professionista non risulta esplicitare *web* e applicazione tra i criteri di definizione del prezzo nelle pagine della sezione relative al servizio di bagaglio a mano. Ulteriore ambiguità è rappresentata

dall'accomunare web e applicazione rispetto al prezzo presso il banco accettazione. L'assenza di informazioni potrebbe indurre il consumatore a scelte non consapevoli visto che potrebbe risultare poco intuitiva la distinzione tra web ed applicazione, incidendo proprio sulla scelta iniziale tra i due percorsi di acquisto. Tale predetto profilo di carenza informativa, ove accertato, potrebbe configurare una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice. Infine, l'eventuale utilizzo del dato sul *device* utilizzato dal consumatore ai fini di operare una discriminazione di prezzo, in assenza di idonea informativa, potrebbe configurare una condotta scorretta in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

VISTA la documentazione trasmessa dall'AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa ai comportamenti 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 anche 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 terzo trimestre del 2023 compreso tra 43,3 e 43,9 milioni su base mensile (tra 43,3 e 44,1 milioni nel terzo trimestre del 2022), con circa 64 ore e 49 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su Internet; di questi, a settembre 2023, 43,0 milioni hanno usato Google (43,3 milioni nello stesso mese del 2022), 39,4 milioni Meta Platforms (39,4 milioni nello stesso mese del 2022), 36,0 milioni Amazon (35,2 milioni nello stesso mese del 2022). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di e-commerce varia, nel terzo trimestre del 2023, tra 38,1 e 38,2 milioni (tra 37,8 e 38,1 milioni nel terzo trimestre del 2022), con una media di 2 ore e 38 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 dalla 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 decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate;

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 settembre 2023.

³ Dato riferito al mese di settembre 2023.

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

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Antonello Giacomelli, relatore 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, 3 aprile 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE

Antonello Giacomelli

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE

Giulietta Gamba