



DELIBERA N. 246/25/CONS

PARERE

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

PS12922

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 16 ottobre 2025;

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. 58/25/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 6 ottobre 2025 al prot. n. 247988 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 WizzAir Hungary Ltd (di seguito WizzAir 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 febbraio 2025, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione degli articoli 21, 22, 33 e 35 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*) si richiede all’Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 17, comma 2, del *“Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa”* (di seguito, Regolamento), adottato dall’AGCM con delibera del 5 novembre 2024, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell’AGCM del 14 febbraio 2025, di avvio del procedimento istruttorio PS12922, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice, dell’art. 8, comma 3, del Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, e dell’art. 6 del Regolamento e contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell’art. 13, comma 1, del Regolamento;

CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la società WizzAir svolge – quale attività prevalente – quella di compagnia aerea *low*



cost, che ha per oggetto principale l'esercizio di linee e collegamenti aerei per il trasporto di persone e cose;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12922, AGCM evidenzia che, secondo le segnalazioni pervenute e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, WizzAir avrebbe posto in essere la seguente condotta:

il Professionista promuove ed offre un servizio in abbonamento denominato "All You Can Fly" (di seguito l'"Abbonamento"). Da quanto risulta, il Professionista, tramite il proprio sito *Internet* (<https://multipass.wizzair.com/>), a partire dal mese di agosto 2024 ha iniziato ad offrire un abbonamento annuale, al prezzo ordinario di €599 (inizialmente proposto ad un prezzo promozionale scontato), che consentirebbe al sottoscrittore l'acquisto di "voli illimitati", da scegliere fra tutte le rotte internazionali operate dal Professionista. Secondo quanto prospettato al pubblico, l'abbonato otterrebbe la possibilità illimitata di acquistare biglietti per voli pagando un prezzo aggiuntivo *standard* ("tariffa fissa ricorrente") di €9,99, da versare per ogni viaggio, "evitando così la preoccupazione di modifiche nei prezzi", all'interno di una finestra temporale predefinita ("prenota fino a 3 giorni prima della partenza"). Ne discende quindi una successione di momenti, tra loro connessi ma distinti, in cui il consumatore dapprima acquista l'Abbonamento e successivamente, in qualità di sottoscrittore, compra i singoli biglietti ad una tariffa riservata. Tuttavia, a dispetto di quanto indicato nei propri *claim* e nel prospetto riassuntivo delle caratteristiche dell'Abbonamento, l'effettiva fruizione dei vantaggi inclusi appare soggetta a limitazioni e restrizioni, relative alla finestra temporale rispetto alla partenza del volo nella quale può essere acquistato il relativo biglietto, al numero di posti a disposizione degli Abbonati per ogni volo e per ogni aeroporto di partenza, all'applicazione della tariffa fissa di €9,99, agli effetti che discendono in caso di *no show* ripetuto, inclusa l'applicazione di una penale, alle conseguenze dell'interruzione delle attività della Società presso l'aeroporto di preferenza del consumatore, indicato al momento della sottoscrizione dell'abbonamento ovvero della sospensione o interruzione dell'intero servizio. A fronte dei *claim* sopra descritti, la menzione delle limitazioni applicabili sembrerebbe rinvenibile solo nelle FAQ o nella documentazione contrattuale. Nello specifico, la prenotazione del singolo volo può avvenire in un ben più limitato intervallo di tempo rispetto a quello che emerge dai *claim*, compreso tra le 72 e le 3 ore dalla partenza del volo. Il consumatore può prenotare il volo alla tariffa agevolata solo nei tre giorni anteriori alla partenza, e beneficiare, quindi, solo dei posti fino ad allora rimasti invenduti. Con riferimento ai posti acquistabili, il Professionista si riserva di determinare discrezionalmente il numero massimo di voli prenotabili giornalmente e il numero di posti che riserva agli Abbonati rispetto ad un singolo volo e per ciascun aeroporto. Il biglietto acquistato mediante l'Abbonamento corrisponde ad una tariffa *Basic*, comprensiva della possibilità di portare a bordo solo un oggetto personale (con misure 40x30x20) e quindi priva di qualunque dei servizi ancillari, che rimangono acquistabili da parte del consumatore in maniera separata e solo attraverso il sito ordinario della Società. Le Condizioni Generali di contratto indicano inoltre che l'importo della tariffa aggiuntiva – prospettata come fissa – potrebbe variare in ragione dei tassi di cambio e/o di non meglio precisate modifiche normative. Le Condizioni Generali prevedono che il consumatore possa



decadere dai vantaggi dell'Abbonamento, senza alcun rimborso e con la possibile applicazione di una penale, qualora violi alcune condizioni di utilizzo dei biglietti (i.e. "mancate presentazioni" all'imbarco). Infine, le Condizioni Generali di Contratto consentono al Professionista di modificare unilateralmente le condizioni contrattuali ivi previste, interrompere le operazioni dall'aeroporto scelto dal consumatore come il proprio *hub* preferito, ovvero di cessare l'intero servizio. In particolare, costituiscono oggetto del presente procedimento, limitatamente ai rapporti tra il Professionista e i consumatori, le seguenti clausole:
7.4 Wizz Air si riserva il diritto di modificare unilateralmente i presenti T&C in qualsiasi momento, attraverso la pubblicazione delle modifiche dei T&C sul Sito web. Nel caso in cui Wizz Air intenda modificare sostanzialmente i presenti T&C, l'Utente riceverà una notifica via e-mail in merito alla modifica proposta entro 30 (trenta) giorni prima della modifica sostanziale prevista, la quale entrerà in vigore solo dopo l'approvazione da parte dell'Utente;

7.5 Qualora l'Utente sia in disaccordo con le modifiche sostanziali proposte, l'Utente può interrompere il proprio abbonamento a Wizz All You Can Fly con effetto immediato mediante una comunicazione scritta d'interruzione (si veda il Punto 7.3). Nella comunicazione scritta, l'Utente ha la facoltà di richiedere il rimborso parziale della Quota per il voucher in proporzione ai Mesi restanti del Periodo d'idoneità;

7.6 Wizz Air ha la facoltà di cessare di operare voli in uno o in più Paesi. Nel caso in cui Wizz Air agisca in tal senso e l'aeroporto preferito dell'Utente sia interessato da questa cessazione delle operazioni, l'abbonamento Wizz All You Can Fly dell'Utente continuerà fino al termine del Periodo d'idoneità in corso, dopo il quale l'abbonamento Wizz All You Can Fly dell'Utente non si rinnoverà automaticamente per il successivo Periodo d'idoneità;

7.7 Wizz Air ha la facoltà di scegliere di far cessare o sospendere il servizio Wizz All You Can Fly in qualsiasi momento. Se Wizz Air sceglie di porre fine al servizio Wizz All You Can Fly, a sua discrezione: (a) l'abbonamento Wizz All You Can Fly dell'Utente sarà valido fino al termine del Periodo d'idoneità in corso. Al termine del Periodo d'idoneità in corso, l'abbonamento Wizz All You Can Fly dell'Utente non si rinnoverà automaticamente e all'Utente non verrà addebitato alcun corrispettivo per un ulteriore Periodo d'idoneità oppure (b) l'abbonamento Wizz All You Can Fly dell'Utente cesserà con effetto immediato. L'Utente riceverà un rimborso parziale della Quota per il voucher in proporzione ai Mesi restanti del Periodo d'idoneità in corso;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 21, 22, 33 e 35 del Codice. In particolare,

nel presentare in sede di "primo aggancio" una soluzione in abbonamento "senza limiti" e, successivamente, nell'offrire l'acquisto dei biglietti ad una tariffa aggiuntiva riservata agli abbonati, il Professionista, in violazione degli articoli 21 e 22 del Codice, avrebbe mancato di fornire una rappresentazione adeguata e chiara delle principali limitazioni imposte, specie in considerazione della loro rilevanza rispetto all'estensione dei vantaggi dell'offerta e alla relativa possibilità di fruizione, con ciò condizionando sensibilmente il consumatore nella comprensione delle caratteristiche dell'Abbonamento, alterandone – conseguentemente – la scelta



commerciale di acquisto, sia rispetto alla sottoscrizione del medesimo, che rispetto all'acquisto dei singoli voli. La mancanza di un'informativa chiara e completa appare idonea ad incidere considerevolmente sulla formazione di una consapevole scelta commerciale da parte del consumatore, perché informazioni rilevanti non vengono messe a disposizione in modo contestuale alla prospettazione dei *claim*, bensì *aliunde* (nelle FAQ o nelle Condizioni Generali di Contratto), in un momento successivo ed eventuale, allorché l'attenzione e la disponibilità del consumatore sono state già attratte dall'offerta allettante ("All You Can Fly"). Il Professionista fornisce una rappresentazione della finestra di acquisto dei voli che appare confusoria, poiché sembra suggerire un periodo di eleggibilità all'acquisto ben più ampio rispetto a quello effettivo, che si apre in stretta prossimità del viaggio. Inoltre, la comunicazione adottata sembra omettere un avvertimento sull'esistenza di limitazioni al numero totale di biglietti prenotabili dagli abbonati (sul singolo volo e da ogni aeroporto), nonché sul fatto che tale numero sembrerebbe rimesso alle scelte discrezionali del Professionista, non conoscibili da parte del consumatore. Eppure, siffatte limitazioni appaiono idonee ad incidere su un elemento rilevante, quale la disponibilità residua di posti acquistabili alla tariffa agevolata al momento dell'apertura della finestra di acquisto. Anche le caratteristiche della tipologia di biglietto acquistabile appaiono non adeguatamente evidenziate, mancando un riferimento alla natura *Basic* della tariffa aerea, che presuppone l'acquisto separato di qualsiasi altro servizio ancillare al volo. In aggiunta, il consumatore – una volta accolto l'invito promozionale del Professionista e sottoscritto l'Abbonamento con la prospettiva di liberarsi da ogni preoccupazione quanto alle "modifiche nei prezzi" pagando solo una *flat fee* per ciascun viaggio prenotato – sarebbe in realtà esposto ad una tariffa variabile, in ragione di tassi di cambio o modifiche normative non meglio precisate. Parimenti, sembrerebbe mancare, prima dell'acquisto del biglietto, un'idonea informativa sulle conseguenze della "mancata presentazione" del passeggero all'imbarco, con particolare riferimento alla prospettazione di un aggravio di oneri e costi incombenti sul consumatore. Sulla base di quanto sopra esposto, vantaggi e modalità di fruizione dell'Abbonamento appaiono tutt'altro che "illimitati": essi risultano bensì soggetti a restrizioni in grado di incidere sensibilmente sulla scelta consapevole dei consumatori, ma non vengono adeguatamente precisate dal Professionista, mancando note specifiche o rinvii che permettano una corretta comprensione delle sue caratteristiche. In aggiunta, le clausole di cui all'art. 7 delle Condizioni Generali, come indicate al par. II, appaiono in sé vessatorie ai sensi degli articoli 33 e 35 del Codice, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. In particolare, le previsioni di cui agli articoli 7.4 e 7.5 risulterebbero vessatorie ai sensi dell'articolo 33 del Codice, in quanto conferiscono alla Società la generica potestà di variare unilateralmente le condizioni contrattuali, omettendo di indicare i giustificati motivi che potrebbero indurre il Professionista a tale modifica. Inoltre, in caso di conseguente recesso del consumatore, il rimborso appare irragionevolmente subordinato ad un'espressa richiesta del cliente, aggiuntiva a quella di recesso. Tale previsione sembrerebbe far discendere da un'omissione del consumatore la possibilità per il Professionista di trattenere le somme già versate dal cliente per prestazioni non ancora fruite. Inoltre, l'articolo 7.6 appare vessatorio ai sensi dell'articolo 33 del Codice, laddove



conferisce al Professionista la facoltà di interrompere o cessare, a propria discrezione, l'operatività dei voli presso l'aeroporto selezionato dal consumatore come il proprio preferito: tale clausola rimette, infatti, al Professionista la potestà di modificare unilateralmente una componente rilevante del servizio offerto in abbonamento, senza che siano specificate modalità e tempistiche di preavviso, o indicati i giustificati motivi alla base della possibile variazione e senza che venga riconosciuto al consumatore il diritto di recesso e rimborso, limitandosi il Professionista ad escludere il rinnovo automatico. Infine, l'articolo 7.7 risulterebbe vessatorio ai sensi degli articoli 33 e 35 del Codice, in quanto prevede che l'esecuzione del servizio sia condizionata alla generica decisione unilaterale del Professionista, il quale può cessare o sospendere l'erogazione, senza che siano indicati motivi o modalità e tempi di preavviso. Inoltre, non sono immediatamente comprensibili le condizioni di operatività delle opzioni a) e b) indicate *sub* articolo 7.7, la cui applicazione è in ogni caso rimessa alla discrezionalità del Professionista. Quest'ultimo, infatti, può altresì scegliere in qualsiasi momento di interrompere o sospendere il servizio, decidendo se il contratto rimanga comunque valido ovvero termini immediatamente, previo rimborso pro-quota. Alla luce delle particolari caratteristiche di fruizione e durata dell'Abbonamento, le previsioni contrattuali sopra descritte sembrano, nel loro complesso, rendere aleatoria l'esecuzione del servizio da parte della Società e porre il consumatore in uno stato di incertezza e sostanziale squilibrio negoziale. I profili di vessatorietà rilevati sembrano permanere anche sulla base della lettura e dell'interpretazione di ciascuna delle clausole alla luce del contesto complessivo dell'intero contratto per adesione in esse sono inserite. Le clausole indicate al paragrafo II ed oggetto di contestazione nei limiti descritti al paragrafo IV, sono oggetto di una presunzione di vessatorietà ai sensi dell'articolo 33 del Codice, nei termini sopra indicati, e il Professionista ha l'onere di fornire elementi tali da costituire prova contraria della richiamata presunzione di vessatorietà.

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 alle 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

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.



2025 compreso tra 44,3 e 44,6 milioni su base mensile (tra 44,2 e 44,4 milioni nel primo trimestre del 2024), con oltre 75 ore e 13 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a marzo 2025, 43,7 milioni hanno usato Google (43,5 milioni nello stesso mese del 2024), 39,6 milioni Meta Platforms (39,6 milioni nello stesso mese del 2024), 35,8 milioni Amazon (35,4 milioni nello stesso mese del 2024). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel primo trimestre del 2025, tra 38,2 e 38,7 milioni (tra 38,0 e 38,6 milioni nel primo trimestre del 2024), con una media di 2 ore e 36 minuti³ trascorsi 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 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 del Commissario Massimiliano Capitanio, 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, 16 ottobre 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella

² Dato riferito al mese di marzo 2025.

³ Dato riferito al mese di marzo 2025.