

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 giugno 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI i propri provvedimenti del 9 marzo e 11 maggio 2011, con i quali, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;
VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Ryanair Ltd (di seguito anche “Ryanair”) in qualità di professionista, con sede legale nella Repubblica d’Irlanda. La società ha per oggetto principale l'esercizio di linee e collegamenti aerei per il trasporto di persone e cose in Italia, fra l'Italia e Paesi esteri e in Paesi esteri. Ryanair opera con più di 1.400 voli al giorno da 44 basi e circa 160 destinazioni in più di 27 Paesi, ed ha trasportato oltre 70 milioni di passeggeri nel 2010, di cui 22 milioni in Italia. Dall’ultimo bilancio disponibile della compagnia aerea – 31 marzo 2010 – risulta un fatturato pari a circa 3.000 milioni di euro.

2. Un consumatore, in qualità di segnalante.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne alcune condotte poste in essere da Ryanair nello svolgimento della propria attività. In particolare, sulla base delle segnalazioni pervenute nel periodo febbraio 2008 – settembre 2010¹, anche tramite la *Direzione Contact Center* dell’Autorità, nonché di documentazione acquisita d’ufficio², le contestazioni mosse al professionista riguardano le seguenti 5 pratiche commerciali:

A) La disponibilità, distribuzione e allocazione di posti in relazione a talune promozioni diffuse a mezzo internet e/o a mezzo stampa

4. Alcune richieste di intervento presentate in data 26 febbraio e 28 marzo 2008, hanno segnalato la presunta ingannevolezza di taluni messaggi pubblicitari diffusi da Ryanair a mezzo *internet* e/o stampa, relativamente all’impossibilità di rinvenire, in fase di prenotazione dei voli prescelti, le tariffe pubblicizzate o, comunque, tutte le informazioni relative alle limitazioni concernenti le offerte ed, in particolare, all’allocazione per tratta delle disponibilità dei posti.

5. Più precisamente, nelle richieste di intervento si afferma che - pur avendo simulato svariate prenotazioni, entro il termine previsto dai corrispondenti messaggi promozionali, per volare in date comprese nel periodo indicato - la tariffa pubblicizzata non sarebbe mai risultata

¹ Cfr documenti nn. 1, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 15, 16, 17, 20, 22, 25, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 45, 46, 49, 50, 51, 52, 54, 55, 56, 57, 61, 62, 74, 75, 76, 78, 79, 81, 82, 84, 87, 89, 92, 94, 95, 96, 98, 99, 102, 104, 105, 107, 110, 111, 113, 114, 117, 118, 121, 122, 126 e 128 dell’indice del fascicolo.

Nel periodo di svolgimento del procedimento istruttorio, sono state complessivamente circa 80 le richieste di intervento pervenute sia da parte di consumatori che di istituzioni pubbliche.

² Si tratta di complessive n. 287 pagine *web*, stampate dal sito *internet* <http://www.ryanair.com/it> nel periodo agosto 2008 – agosto 2010. In particolare: *i*) n. 29 pagine relative ad una simulazione di acquisto volo Roma Ciampino – Hahn del 7 agosto 2008; *ii*) n. 15 pagine concernenti le *General Conditions of Carriage for Passengers and Baggage*; *iii*) n. 15 pagine concernenti i Termini e Condizioni di viaggio; *iv*) n. 2 pagine concernenti le Condizioni per l’utilizzo del sito Web Ryanair, rilevate in data 14 luglio 2010; – *v*) n. 4 pagine concernenti la Tabella delle Tariffe stampate in data 26 luglio 2010; – *vi*) n. 126 pagine relative a simulazioni effettuate in data: 25 gennaio 2010 (31 pagine) – 15 febbraio 2010 (20 pagine) – 23 marzo 2010 (17 pagine) – 14 luglio 2010 (35 pagine) e 20 luglio 2010 (23 pagine); *vii*) n. 85 pagine relative a diverse sezioni delle FAQ (*Frequently Asked Questions*) – Domande sui viaggi stampate nel mese di luglio 2010; *viii*); *viii*) n. 11 pagine visionate a partire dall’*Home Page* – link “*Chi Siamo*” - in data 2 agosto 2010. Le descritte pagine *web* sono state acquisite agli atti del fascicolo PS892 con verbale del 30 settembre 2010. Cfr. doc. n. 130 dell’indice del fascicolo.

Immagine 5

Table of Fees

	Prenotazione effettuata su www.ryanair.com		Prenotazione effettuata tramite call centre* o aeroporto	
	Sterline GB	Euro	Sterline GB	Euro
Tariffa per check-in online	£ 5	€ 5	£ 10	€ 10
Visa Electron - As a special offer to Visa Electron card holders, Ryanair, for a limited period only, will not apply a Debit Card charge	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis
Pagamento spese amministrative - Per passeggero/per tratta	£ 5	€ 5	£ 5	€ 5
Tariffa aeroportuale per il check-in - Per passeggero/per tratta	£ 10	€ 10	£ 40	€ 40
Tariffa per imbarco con priorità* - Per passeggero/per tratta	£ 3	€ 3	£ 4	€ 4
Tariffa Aeroportuale del nuovo rilascio della carta d'imbarco	n/a	n/a	£ 40	€ 40
Tariffa per neonati* - Per neonato/per tratta (Dormivi al di sotto di 2 anni sia per il volo di andata che per quello di ritorno)	£ 20	€ 20	£ 20	€ 20
Tariffe bagagli affidati al check-in* - Ogni passeggero può affidare al check-in un massimo di 3 bagagli per un peso complessivo non superiore a 15 kg				

- Commissione per pagamento con carta di credito

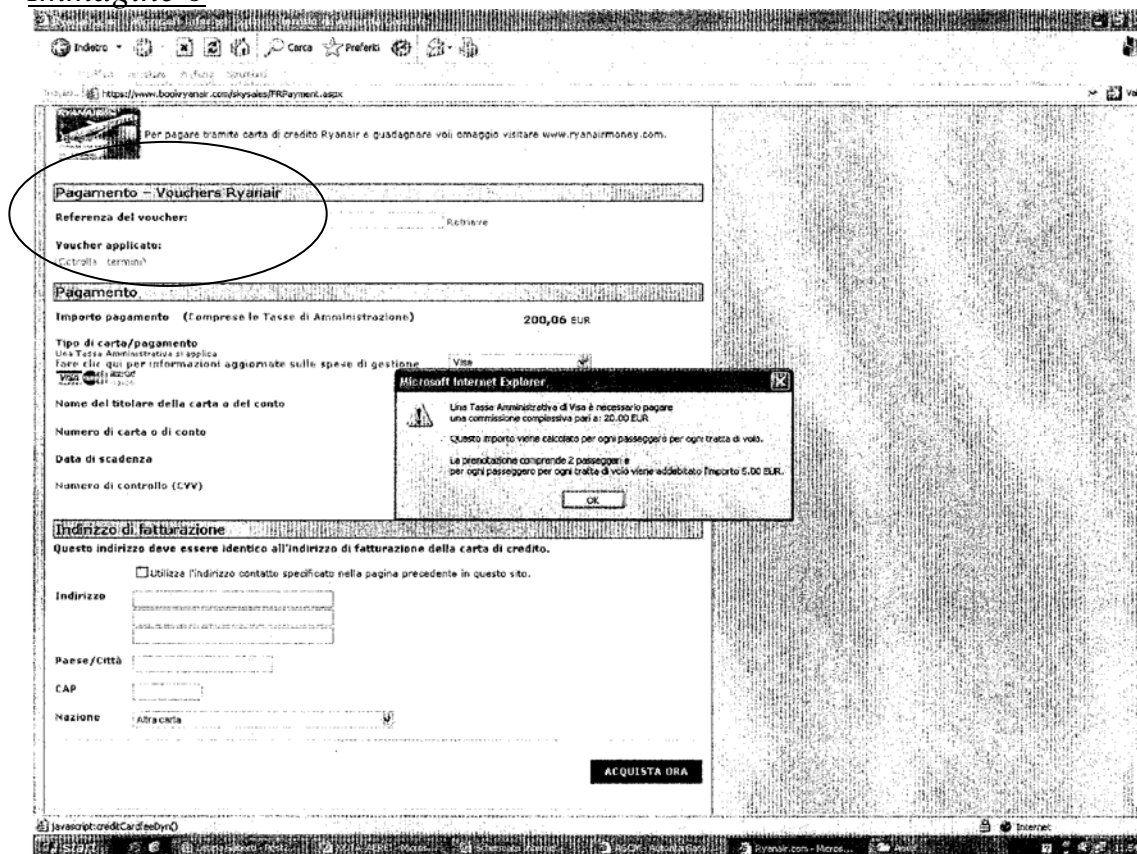
12. Ulteriori richieste di intervento⁹ - pervenute a partire dal mese di marzo 2008 e fino al novembre 2010 - hanno evidenziato che al termine dell'*iter* di prenotazione, quando il consumatore deve indicare la carta di credito che utilizzerà per il pagamento, viene applicato un costo aggiuntivo (denominato "Tariffa amministrativa"), rispetto alla tariffa base e agli altri servizi opzionali prescelti, di importo pari a 5 euro, per passeggero e per tratta.¹⁰

13. L'addebito del citato costo aggiuntivo, di entità predeterminata, viene applicato dal professionista nella fase finale dell'*iter* del sistema di prenotazione *on line* di Ryanair (fase del pagamento), facendo incrementare ulteriormente il prezzo originario del biglietto (*cfr. successiva immagine*).

⁹ Cfr. documenti nn. 4, 16, 17, 31, 32, 33, 34, 49, 50, 54, 56, 74, 89, 95, 98, 99, 104, 126, 197, 201, 203 e 215 dell'indice del fascicolo.

¹⁰ Tale costo aggiuntivo risulta, dalle diverse segnalazioni pervenute, diversamente denominato dal professionista come *Passenger Fee* e/o *Italian domestic handling fee* e/o *spese di gestione* e - attualmente - *tariffa amministrativa*).

Immagine 6



14. Alcuni consumatori hanno, poi, evidenziato l'impossibilità di perfezionare l'acquisto di un biglietto aereo sul sito *internet* del professionista con la specifica carta di credito indicata come esente da commissioni¹¹, trovandosi costretti - al fine di concludere l'operazione - ad utilizzare un diverso circuito di pagamento tra quelli accettati ed indicati sul sito (ad es. *VISA* anziché *VISA Electron*) con applicazione della prevista commissione di 5 euro per tratta e per passeggero.

- *IVA su voli nazionali – Erronea indicazione del prezzo dei servizi definiti opzionali*

15. Infine, con riferimento agli elementi di costo sopra descritti, nonché alle tariffe per altri servizi opzionali (quali - ad es. - il trasporto bagagli), alcune segnalazioni¹² hanno lamentato l'esistenza di difformità tra gli importi indicati nella *Table of Fees* del professionista e quelli effettivamente addebitati ai consumatori. Tale difformità discendeva dall'indicazione dei

¹¹ Cfr. documenti nn. 20, 22, 25, 26, 27, 39, 46, 62, 75 e 76 dell'indice del fascicolo.

¹² Cfr. documenti nn. 96 e 128 dell'indice del fascicolo.

prezzi senza applicazione dell'Imposta sul Valore Aggiunto (*IVA*) che invece deve essere applicata ai voli domestici, informazione che al momento dell'avvio del procedimento istruttorio veniva fornita soltanto nel documento *Termini e Condizioni di viaggio* di Ryanair, presente in una diversa sezione del sito *internet* del professionista.

C) L'assistenza post vendita per il rimborso del biglietto non fruito per causa del vettore o per il rimborso di tasse relative al biglietto non fruito per cause del passeggero: Il numero telefonico a pagamento (899...): il bonus di credito, informativa, modalità e procedure per il rimborso.

16. Ulteriori richieste di intervento, nonché la documentazione acquisita d'ufficio, evidenziano che il professionista da un lato prevede l'utilizzo di un numero telefonico a pagamento (899) per l'utilizzo del *bonus* previsto in caso di volo non fruito per motivi imputabili al vettore, dall'altro tuttora non fornisce adeguate informazioni circa le modalità di esercizio del diritto al rimborso delle tasse governative in caso di biglietti non fruiti per cause imputabili ai passeggeri, indirizzandoli, anche in questo caso, verso un numero a pagamento (899).¹³

17. Da rilevazioni effettuate d'ufficio sul sito *internet* di Ryanair è emerso che: “*Per usufruire del credito di viaggio, è necessario contattare il centro prenotazioni Ryanair. Per informazioni fare clic qui*”.¹⁴ Il collegamento ipertestuale consente di giungere ad una pagina *web* dove, tra gli altri, vengono forniti i numeri telefonici da contattare per l'Italia, tutti a pagamento.

18. Infine, un consumatore, in data 9 dicembre 2009, ha segnalato le difficoltà incontrate per contattare il servizio clienti Ryanair al numero telefonico a pagamento 899, evidenziando che taluni messaggi pubblicitari gli venivano proposti nell'attesa di parlare con l'operatore, con il risultato di aumentare considerevolmente la durata ed il costo della telefonata.¹⁵

19. In data 12 ottobre 2009, un consumatore ha contestato l'eccessiva onerosità della procedura prevista per il rimborso delle tasse governative relative ad un volo non fruito evidenziando, oltre alla necessità di chiamare

¹³ In data 26 febbraio e 19 maggio 2009, alcuni consumatori hanno segnalato la necessità di dover contattare un numero telefonico a pagamento (899...), per utilizzare un *bonus* relativo ad un credito maturato a seguito della modifica dell'orario di un volo operata dal vettore, sopportando rilevanti costi anche per la lunghezza dei tempi di attesa. *Cfr.* documenti nn. 37 e 52 dell'indice del fascicolo.

¹⁴ *Cfr.* doc. n. 130 dell'indice del fascicolo.

¹⁵ *Cfr.* doc. n. 94 dell'indice del fascicolo.

un numero a pagamento (899), anche l'eccessivo ammontare della *fee* amministrativa pari a 20€ richiesta per procedere al rimborso delle citate tasse governative. Peraltro, sia la procedura per richiedere il rimborso che l'importo della *fee* non erano rinvenibili nei termini e nelle condizioni del contratto di trasporto (nella versione pubblicata in italiano sul sito del professionista), nel documento *General Conditions of Carriage for Passengers and baggage* o nelle *mail* di conferma della prenotazione recapitata all'indirizzo di posta elettronica dei consumatori.¹⁶

D) Le informazioni e le comunicazioni rivolte ai consumatori italiani in lingua diversa dall'italiano (inglese)

20. Rilevazioni d'ufficio hanno evidenziato, poi, che le *General Conditions of Carriage for Passengers and baggage*, presenti nell'*home page* del sito www.ryanair.com/it - e scaricabili dal *link* denominato *Condizioni di Trasporto* – vengono riportate interamente in lingua inglese. Inoltre, la compagnia aerea richiede che la corrispondenza ad essa indirizzata venga effettuata preferibilmente in lingua inglese.¹⁷

E) I maggiori oneri da corrispondere per i servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo e per riemissione della carta di imbarco in aeroporto

- *I servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo*

21. Alcune richieste di intervento hanno lamentato che il corrispettivo preteso dal professionista per alcuni servizi fosse superiore a quello indicato nel sito *internet* del medesimo.

22. In particolare, in data 12 ottobre 2009 e 20 luglio 2010, due consumatori hanno segnalato la presunta scorrettezza delle modalità di calcolo del corrispettivo richiesto in caso di cambio data e tratta di un volo rispetto a quanto riportato nel documento "*Termini e Condizioni di viaggio*", pubblicato sul sito *internet* www.ryanair.com che determinavano oneri maggiori rispetto a quelli effettivamente dovuti.¹⁸

¹⁶ Cfr. doc. n. 84 dell'indice del fascicolo.

¹⁷ Nella sezione delle *Domande sui viaggi – Contatti*, si riporta che *I reclami saranno accettati solo via posta o fax e preferibilmente in lingua inglese*. Cfr. doc. n. 130 dell'indice del fascicolo.

¹⁸ Cfr. documenti nn. 84 e 121 dell'indice del fascicolo.

- *Il servizio di riemissione della carta di imbarco*

23. Un'ulteriore segnalazione, del 22 giugno 2009, ha lamentato l'addebito di costi aggiuntivi – pari a 11€ per passeggero (per IVA e diritti amministrativi) - rispetto a quelli indicati nella *Table of Fees* e nei *Termini e Condizioni di viaggio* Ryanair per riemissione carta d'imbarco in aeroporto (pari a 40 £/€).¹⁹ In relazione a tali costi aggiuntivi²⁰ non risulta alcuna informativa sul sito del professionista.

24. Da ultimo, in data 23 agosto 2010, un consumatore ha segnalato che il professionista, al momento dell'imbarco sul volo Milano – Bergamo del 13 agosto 2010, avrebbe preteso la corresponsione di una *fee* aggiuntiva pari a 180 euro, pena il rifiuto di fornire il servizio di trasporto, per il cambio del nome sulla carta d'imbarco che appariva sulla stampa della carta stessa soltanto con le iniziali, pur avendo il passeggero inserito correttamente tutti i dati all'atto della prenotazione.²¹

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

25. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 30 settembre 2010 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS892 per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25, del Codice del Consumo²².

26. Nel periodo 11 ottobre 2010 – 15 marzo 2011, sono pervenute ulteriori richieste di intervento sia da parte di consumatori che di istituzioni pubbliche, anche attraverso la Direzione *Contact Center* dell'Autorità.²³

27. In data 14 ottobre 2010, l'Autorità, ai sensi dell'art. 5 del Decreto Legislativo 9 aprile 2003 n. 70, ha inoltrato richiesta di assistenza al *Department of Enterprise, Trade and Employment Enterprise, Sectoral and eBusiness Unit* irlandese. In merito a tale richiesta non è pervenuto alcun riscontro.²⁴

¹⁹ Cfr. doc. n. 55 dell'indice del fascicolo.

²⁰ Il riferimento è ai seguenti costi: IVA 20% e diritti richiesti dalle società concessionarie dei servizi aeroportuali.

²¹ Cfr. doc. n. 122 dell'indice del fascicolo.

²² Cfr. doc. n. 131 dell'indice del fascicolo.

²³ Cfr. documenti nn. 132, 136, 196, 197, 201, 203, 215, 226, 228 e 229 dell'indice del fascicolo.

²⁴ Cfr. doc. n. 134 dell'indice del fascicolo.

28. In data 2 dicembre 2010 uno dei consumatori segnalanti ha presentato istanza di partecipazione al procedimento, accolta in data 6 dicembre 2010.²⁵

29. In data 6 dicembre 2010 il professionista ha fornito le informazioni richieste contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento e ha presentato ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'art. 8, del Regolamento, impegni volti a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di contestazione, impegni cui ha comunicato di aver dato attuazione.²⁶

30. In data 14 gennaio 2011, a seguito di apposita istanza avanzata dal professionista in data 2 dicembre 2010, si è svolta l'audizione di Ryanair, nel corso della quale sono state richieste al professionista ulteriori informazioni e documentazione, parzialmente fornite con successiva comunicazione del 31 gennaio 2011.²⁷

31. Il 16 febbraio 2011 l'Autorità ha deliberato il rigetto degli impegni presentati dal professionista con decisione comunicata il 23 febbraio 2011.²⁸

32. In data 21 febbraio 2011 è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo e dell'art. 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale di cui alla lettera **B)** del precedente paragrafo II, in particolare per ciò che concerne la effettiva natura dell'addebito di cinque euro per persona e per tratta (*Tariffa amministrativa*), nonché le modalità di calcolo di tale importo.²⁹

33. In data 2 marzo 2011 l'Autorità, ai sensi dell'art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo, ha richiesto alla società Visa Europe Service Inc, di fornire informazioni concernenti la pratica di cui alla lettera **B)** del precedente paragrafo II, successivamente pervenute in data 25 marzo 2011 ed integrate il 31 marzo 2011.³⁰

34. In data 8 marzo 2011 il professionista ha comunicato di *ritenersi impossibilitato* ad assolvere l'onere della prova non considerandola attinente al procedimento in corso.³¹

35. In data 16 marzo 2011 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie, deliberata in data 9 marzo 2011. Un'ulteriore proroga dei termini di

²⁵ Cfr. doc. n. 205 dell'indice del fascicolo.

²⁶ Cfr. documenti nn. 210, 211 e 220 dell'indice del fascicolo.

²⁷ Cfr. documenti nn. 206, 213 e 219 dell'indice del fascicolo.

²⁸ Cfr. doc. n. 223 dell'indice del fascicolo.

²⁹ Cfr. doc. n. 221 dell'indice del fascicolo.

³⁰ Cfr. documenti. nn. 225, 234, 235 e 236 dell'indice del fascicolo.

³¹ Cfr. documenti. nn. 227 e 246 dell'indice del fascicolo.

conclusione del procedimento è stata deliberata dall’Autorità in data 11 maggio 2011 e comunicata alle Parti il successivo 17 maggio.³²

36. Il 5 aprile 2011 è stata acquisita d’ufficio ulteriore documentazione.³³ Nella stessa data è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento, fissato alla data del 18 aprile 2011.³⁴

37. In data 18 aprile 2011, il professionista ha presentato una propria memoria conclusiva.³⁵

38. Considerato che talune delle condotte oggetto del procedimento sono state diffuse tramite *internet*, in data 21 aprile 2011 è stato chiesto all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di esprimere il proprio parere ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 16, commi 3 e 4, del Regolamento. Il parere è pervenuto in data 3 giugno 2011.³⁶

39. Infine, in data 29 aprile 2010, l’Autorità ha notificato al *Department of Enterprise, Trade and Employment Enterprise, Sectoral and eBusiness Unit* irlandese, nonché alla Direzione Generale Mercato Interno della Commissione Europea, la propria intenzione di adottare provvedimenti inibitori nei confronti della società Ryanair.³⁷

2) Le evidenze acquisite

40. In relazione alle cinque distinte pratiche commerciali contestate al professionista nella comunicazione di avvio del procedimento, di cui al precedente paragrafo II, lettere da **A**) a **E**), concernenti altrettanti profili di presunta scorrettezza imputabili al vettore aereo, dalle risultanze istruttorie è emerso quanto segue.

³² Cfr. documenti nn. 230 e 231 dell’indice del fascicolo.

³³ Si tratta di: *i*) copia della sentenza del Bundesgerichtshof del 20 maggio 2010 per complessive n. 19 pagine; *ii*) n. 5 pagine *web* e n. 7 pagine *web* rilevate dal sito www.ryanair.com/it - a partire dalla sezione Contatti - rispettivamente in data 25 gennaio 2011 ed in data odierna; *iii*) n. 2 pagine *web* e n. 2 pagine *web* scaricate dal sito www.ryanair.com/it (Tabella dei supplementi facoltativi), rispettivamente in data 23 febbraio 2011 ed in data 5 aprile 2011.

³⁴ Cfr. documenti nn. 238 e 240 dell’indice del fascicolo.

³⁵ Cfr. doc. n. 246 dell’indice del fascicolo.

³⁶ Cfr. documenti nn. 247 e 263 dell’indice del fascicolo.

³⁷ Cfr. doc. n. 248 dell’indice del fascicolo.

A) Le modalità di prospezione di taluni messaggi pubblicitari diffusi da Ryanair a mezzo internet e/o stampa

41. La politica promozionale di Ryanair è basata su campagne pubblicitarie non rivolte ad un unico Paese, ma riferite contemporaneamente a tutti i Paesi in cui essa opera.³⁸ Le offerte di voli indicate nei messaggi pubblicitari sono, dunque, relative a tutte le rotte coperte dal professionista, sebbene le comunicazioni promozionali sono distintamente rivolte ai consumatori di ogni singolo Paese attraverso la stampa locale e/o nazionale oppure attraverso la sezione dedicata del sito *internet* del professionista, nel caso di specie *www.ryanair.com/it*.

42. Il professionista ha poi precisato di distribuire i posti in offerta sulle singole tratte sulla base di criteri commerciali per raggiungere un *load factor* elevato, ovvero di un'alta percentuale di posti occupati per ciascun volo, in quanto strategia che gli permette di ottimizzare i propri ricavi derivanti dalla vendita di attività accessorie.³⁹ In particolare, Ryanair lancia le proprie offerte e le relative campagne pubblicitarie, facendo leva su tariffe estremamente basse e variando la distribuzione delle sue offerte di giorno in giorno a seconda del numero di prenotazioni effettuate e del raggiungimento del *load factor* prefigurato per ciascun volo in offerta.

43. Il sistema gestionale adottato da Ryanair per le prenotazioni dei voli rende inizialmente disponibile una prima *tranche*, corrispondente al numero complessivo di posti in promozione o comunque ad una quota sostanziale del numero complessivo di posti in promozione, la quale può essere successivamente modificata, fino al limite massimo pubblicizzato (ad esempio, "1 milione") o addirittura oltre lo stesso. A seconda della risposta dei consumatori nel periodo della promozione, il professionista modifica la distribuzione dei biglietti a prezzi scontati sulle tratte incluse nell'offerta, aggiungendone nuovi o alzando i prezzi dei biglietti su quelle rotte per le quali è stato raggiunto il *target* del *load factor* previsto. Agli operatori della Ryanair viene lasciato un margine discrezionale al fine di determinare la distribuzione ed il numero di biglietti inclusi nell'offerta nei giorni successivi al primo.

44. Il complessivo atteggiarsi dell'offerta durante il periodo di validità delle promozioni è, quindi, frutto di un processo dinamico connesso alla risposta del mercato. Pertanto, il numero dei posti a disposizione in un determinato

³⁸ Cfr. le dichiarazioni del professionista presenti nel documento n. 211 dell'indice del fascicolo

³⁹ Cfr. doc. n. 211 dell'indice del fascicolo.

giorno su una determinata rotta probabilmente non sarà lo stesso del giorno successivo. Il sistema gestionale del professionista verifica comunque che i posti messi a disposizione giornalmente sul complesso delle tratte sia sempre in numero ragionevolmente adeguato.

45. In questo contesto il reperimento di un'offerta specifica dipende dall'effettiva disponibilità di posti su ogni singolo volo nel momento in cui viene effettuata la prenotazione, poiché i posti offerti alla tariffa pubblicizzata potrebbero essere stati venduti ad altri consumatori dopo l'inizio della promozione e prima che la prenotazione sia effettuata. Il numero complessivo di posti in offerta, per tutte le tratte servite, viene comunque sostanzialmente rispettato.⁴⁰

46. Le campagne promozionali di Ryanair sono caratterizzate, come evidenziato nel corso dell'istruttoria, da una serie di condizioni e limitazioni che possono riguardare, oltre alla effettiva disponibilità dei posti sulle varie tratte⁴¹: **1)** l'esclusione dalla tariffa dei supplementi facoltativi (*Le tariffe non includono i supplementi facoltativi*); **2)** il periodo di prenotazione (ad es. - *Periodo di prenotazione: 7/8/08 – 10/8/08*); **3)** il periodo di volabilità (ad es. - *Periodo di viaggio: 1/9/08 – 30/9/08*); **4)** i giorni della settimana applicabili (ad es. - *Giorni applicabili: after 12:00 Mon – all day Tue & Wed*); **5)** alcune fasce orarie di certi giorni della settimana (ad es. - *before 12:00 Thurs – after 12:00 Sat*); **6)** l'acquisto anticipato di 14 giorni; **7)** l'esclusione dell'offerta in un arco temporale ricompreso nell'ambito del periodo complessivo di validità della promozione (ad es. *Non applicabile nel periodo ven 12 mar 10 – 18 mar 10 from/to Ireland*); **8)** l'esclusione di determinate tratte normalmente coperte dal professionista; **9)** ulteriori limitazioni (ad es. *Da notare che questa offerta: non è valida durante le vacanze scolastiche o maggiori eventi sportivi*).

47. Tali condizioni e limitazioni sono visualizzabili sul sito *internet* di Ryanair dopo aver effettuato la scelta della tratta di interesse e del giorno in cui si vuole effettuare il viaggio, nell'ambito del periodo di prenotazione indicato, oppure dopo aver cliccato in corrispondenza di uno degli aeroporti di destinazione presenti in un elenco disponibile sull'*home page* (si veda, a titolo esemplificativo, la successiva immagine n.7).

⁴⁰ Cfr. doc. n. 213 dell'indice del fascicolo (verbale audizione del professionista).

⁴¹ Tra parentesi si riportano le diciture riscontrate nelle pagine *web* acquisite agli atti con riferimento a diverse offerte promozionali esaminate. Cfr. doc. 130 dell'indice del fascicolo.



28/02/2008 TUE 8:48 FAX 003/004

48. Di seguito si riportano le caratteristiche e le modalità di rappresentazione di tali limitazioni relativamente ad ognuna delle iniziative promozionali oggetto di contestazione nel presente procedimento.

49. Con riferimento all'offerta denominata "2 MILIONI DI POSTI a partire da €10. Solo andata – Tasse incluse", che è stata diffusa nel periodo tra il 24 ed il 28 febbraio 2008 per voli da effettuarsi tra il 8 marzo ed il 30 giugno 2008, sia sul sito *internet* del professionista che su alcune testate giornalistiche, le citate condizioni e limitazioni hanno riguardato:

Tab1

Offerta	Condizioni	Periodo	Limitazioni	Tratte escluse
"2 milioni di posti a partire da €10. solo andata – tasse incluse"	1.Booking period dal 24 al 28 febbraio 2008	dall'8 marzo al 30 aprile 2008	lunedì fino alle 12, giovedì dopo le 12, venerdì, sabato prima delle 12 e domenica	dal 19 al 26 marzo 2008: da e per l'Irlanda e il Regno Unito
	2. Acquisto anticipato di almeno 14 giorni	dal 1 maggio al 30 giugno 2008		dal 1 al 6 maggio: da e per l'Irlanda e il Regno Unito
				dall'8 al 13 maggio: da e per la Germania
				dal 22 al 27 maggio: da e per il Regno Unito
				dal 29 maggio al 3 giugno: da e per l'Irlanda

50. Nessuna di tali limitazioni veniva indicata nei messaggi stampa (se non attraverso un generico rinvio alla consultazione del sito).

51. Per tale campagna sono stati pubblicati anche messaggi su diversi quotidiani⁴² che, però, differentemente dal *claim* utilizzato sul sito *internet* (2 MILIONI DI POSTI), presentavano un numero di voli in offerta variabile a seconda dell'aeroporto di partenza indicato. A mero titolo esemplificativo, di seguito si riportano (*successiva immagine n.8*) i messaggi che hanno ad oggetto le partenze da Alghero (che pubblicizzava “25.000 posti”), apparso sul giornale La Nuova Sardegna in data 26 febbraio 2008,

Immagine 8

The advertisement is a black and white graphic. At the top left, a diagonal banner reads 'TARIFE PIU' BASSE GARANTITE'. The main headline is 'PER FESTEggiARE IL NUOVO SITO'. Below this, the central text reads '25,000 POSTI - €10' with 'A PARTIRE DA' written in smaller letters between 'POSTI' and '€10'. To the right, it says 'VIAGGIA AD APRILE, MAGGIO E GIUGNO'. On the left side, it says 'NUOVO SITO = TARIFE ANCORA PIU' BASSE'. At the bottom, there is a small airplane icon with 'RYANAIR' written next to it, followed by the text 'STANSTED - LONDRA: È PIU' ECONOMICO ONLINE! PRENOTA SU WWW.TERRAVISION.EU'. Below the Ryanair logo, there is a small disclaimer: 'Prenoto entro la mezzanotte del 28.02.08. Tariffa di sola andata, tasse incluse, €4,00 di spese amministrative per prenotazioni con carta di credito per passeggero a tratta. Prezzo garantito soggetto a termini e condizioni visionabili su Ryanair.com. Partenze da Alghero.'

e quello che riguarda i voli in partenza da Trapani (che pubblicizzava “15.000 posti”), apparso sul Giornale di Sicilia alla stessa data (*successiva immagine n.10*).

⁴² La Tab.2 che segue riporta le testate giornalistiche sulle quali sono stati pubblicati i messaggi riguardanti la promozione in esame, la data ed il costo della pubblicazione

Quotidiano	Data di pubblicazione	Costo di pubblicazione
Corriere della Sera	26 febbraio 2008	€ [omissis]#
Gazzetta dello Sport	26-27 febbraio 2008	€ [omissis]
Il Giornale	26 febbraio 2008	€ [omissis]
Giornale di Sicilia	26 febbraio 2008	€ [omissis]
Il Carlino	26 febbraio 2008	€ [omissis]
Il Gazzettino	26 febbraio 2008	€ [omissis]
Il Messaggero	26 febbraio 2008	€ [omissis]
Nazione/Il Giorno	26 febbraio 2008	€ [omissis]
Nuova Sardegna	26 febbraio 2008	€ [omissis]
Totale		€ [omissis]

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

TARIFE PIÙ BASSE GARANTITE

PER FESTEGGIARE IL NUOVO SITO

15,000 POSTI - A PARTIRE DA €10

NUOVO SITO = TARIFE ANCORA PIÙ BASSE VIAGGIA AD APRILE, MAGGIO E GIUGNO

RYANAIR

STANSTED - LONDRA. È PIÙ ECONOMICO ONLINE! PRENOTA SU WWW.TERRAVISION.EU

Prenota entro la mezzanotte del 28.02.08. Tariffa di sola andata. Tasse incluse. <€4.00 di spese amministrative per prenotazioni con carta di credito per passeggero a tratta. Prezzo garantito soggetto a termini e condizioni visibili su Ryanair.com. Partenze da Trapani.

52. Per questi specifici messaggi, le informazioni fornite dal professionista hanno permesso di verificare che i posti effettivamente offerti in partenza dall'aeroporto di Alghero erano meno di quelli indicati sul relativo quotidiano ([10.000 – 15.000] su 25.000 riportati nel messaggio ed a fronte di una capacità di trasporto pari a circa 50.000 posti); la stessa evidenza si ha per l'offerta promozionale relativa ai voli in partenza dall'aeroporto di Trapani ([2.000 – 3.000] offerti su circa 15.000 pubblicizzati ed a fronte di una capacità di trasporto inferiore.

53. Il numero complessivo di biglietti inizialmente messo a disposizione (in offerta) per la campagna pubblicitaria è risultato, secondo quanto dichiarato da Ryanair, complessivamente pari a [1.000.000 – 2.000.000], quindi inferiore a quanto indicato nel messaggio, sebbene corrispondente a circa il 26% del totale *seats available*.⁴³

54. Avuto riguardo all'offerta denominata *VOLA A PARTIRE DA €10, solo andata, tasse incluse*, diffusa sul sito *internet* di Ryanair, nel periodo tra il 28 marzo e il 3 aprile 2008 per voli da effettuarsi tra il 12 aprile ed il 25 ottobre 2008, le condizioni e limitazioni sono quelle descritte nella seguente tabella.

⁴³ Cfr. doc. n. 211 dell'indice del fascicolo, allegato 4.

Tab3

Offerta	Condizioni	Periodo	Limitazioni	Tratte escluse
"Vola a partire da €10, solo andata, tasse incluse"	1. Booking period dal 28 marzo al 3 aprile 2008 2. Acquisto anticipato di almeno 14 giorni	dal 12 aprile al 25 ottobre 2008	venerdì e domenica	dal 1 luglio al 31 agosto: tutte le rotte tranne quelle da e per l'Irlanda
				dal 15 luglio al 31 agosto: tutti i voli eccetto quelli da e per il Regno Unito
				dal 1 al 6 maggio 2008: tutti i voli
				dall'8 al 13 maggio 2008: da e per la Germania
				dal 22 al 27 maggio 2008: da e per il Regno Unito
				dal 29 maggio al 3 giugno: da e per l'Irlanda

55. Il numero di biglietti inizialmente messo a disposizione (in offerta) per la campagna pubblicitaria è risultato complessivamente pari a [2.000.000 – 3.000.000], corrispondente a circa il 24% del totale *seats available*.⁴⁴

56. In relazione alla pratica in esame, il professionista ha dichiarato, infine, che tutte le campagne promozionali di Ryanair sono attuate con modalità pressoché identiche a quelle fin qui esaminate, e ha descritto, a titolo esemplificativo, ulteriori campagne promozionali realizzate nel corso del 2010 e caratterizzate dalla stessa *policy*.⁴⁵

57. In relazione all'offerta denominata "*1 MILIONE DI VOLI A 1 EURO. Solo andata - tasse e spese opzionali escluse*", diffusa sia sul sito *internet* di Ryanair che su alcune testate giornalistiche, alcune a diffusione locale⁴⁶ (cfr. *successiva immagine n. 10*)

⁴⁴ Cfr. doc. n. 211 dell'indice del fascicolo, allegato 8.

⁴⁵ Si riportano, di seguito, le denominazioni utilizzate per tali ulteriori campagne: 1) *Solo andata, da €5, tasse e spese incluse*; 2) *Solo andata, da €9 tasse e spese incluse*; 3) *Solo andata, da €7 tasse e spese incluse*; 4) *Solo andata, da €6 tasse e spese incluse*.

⁴⁶ La Tab.4 che segue riporta i giornali su cui sono stati pubblicati i messaggi riguardanti la promozione in esame, la data ed il costo della pubblicazione.

1 MILIONE DI VOLI

1



SOLO ANDATA

VIAGGIA DA OTTOBRE A DICEMBRE
RYANAIR

Prenota entro il 08.10.09. Soggetto a disponibilità, termini e condizioni. Per ulteriori informazioni visitare il sito Ryanair.com. Spese e tasse opzionali escluse.

nel periodo tra il 6 e il 8 ottobre 2009 per voli da effettuarsi tra il 20 ottobre ed il 17 dicembre 2009, le condizioni e limitazioni sono quelle descritte nella tabella successiva.

Quotidiano	Data di pubblicazione	Costo di pubblicazione
Italia Oggi	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Arena di Verona	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Giornale di Sicilia	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Il Centro	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Il Gazzettino	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Il Tirreno	6 ottobre 2009	€ [omissis]
La Repubblica	6 ottobre 2009	€ [omissis]
La Stampa	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Unione Sarda	6 ottobre 2009	€ [omissis]
City Mag	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Gazzetta dello Sport	8 ottobre 2009	€ [omissis]
Il Giornale	8 ottobre 2009	€ [omissis]
Giornale di Vicenza	8 ottobre 2009	€ [omissis]
Gazzetta del Mezzogiorno	6 ottobre 2009	€ [omissis]
Totale		€ [omissis]

Tab5

Offerta	Condizioni	Periodo	Limitazioni	Tratte escluse
“1 milione di voli a 1 euro – solo andata – tasse e spese opzionali escluse”	1. Booking period dal 6 all’8 ottobre 2009 2. Acquisto anticipato di almeno 14 giorni	dal 20 ottobre al 17 dicembre 2009	nessuna	nessuna

58. Il numero di biglietti che il professionista ha indicato di aver messo a disposizione per la campagna pubblicitaria è risultato complessivamente pari a [1.000.000 – 2.000.000], corrispondente a circa il 27% del totale *seats available*.⁴⁷

59. Sulla base dei dati forniti dal professionista, si è riscontrato che il numero dei posti messi in offerta in partenza da tutti gli aeroporti italiani era inferiore a 100.000, pari a circa [omissis]. Appare, poi, rilevante evidenziare i posti in partenza da alcuni aeroporti in relazione alla diffusione del messaggio su quotidiani locali: ad esempio, i posti in offerta in partenza dall’aeroporto di Trieste erano circa 1000.

Le modifiche adottate dal professionista in corso di procedimento

60. In relazione alla pratica commerciale in esame, con specifico riferimento alle promozioni riportanti la locuzione “*tasse e spese opzionali escluse*”, in data 6 dicembre 2010 il professionista ha presentato impegni, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell’art. 8, del Regolamento, volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

61. In particolare, l’impegno proposto da Ryanair è consistito nel non utilizzare ulteriormente, a far data dal 15 febbraio 2011, il *claim* “*tasse e spese opzionali escluse*”, limitandolo a “*spese opzionali escluse*”.

⁴⁷ Cfr. doc. n. 211 dell’indice del fascicolo, allegato 9.

B) Le modalità di indicazione del prezzo proposto dal professionista sul sito internet www.ryanair.com/it all'inizio del sistema di prenotazione on line dei voli. Web check in - Tariffa amministrativa - IVA su voli nazionali

Web check in

62. La *web check-in fee* è una componente del prezzo del biglietto che il professionista applica - per persona e per tratta - a tutti i passeggeri che effettuano una prenotazione e si riferisce ai costi sostenuti da Ryanair per processare le richieste di *check-in online* dei passeggeri. Il suo costo variava fino al maggio 2009, in relazione alle modalità di acquisto del biglietto aereo: *on-line* (€6)⁴⁸ o presso l'aeroporto o il *call center* (€10). I biglietti venduti nell'ambito di promozioni non prevedono l'addebito della *Web check-in fee*; infatti, la *policy* generale di Ryanair per tale tipologia di biglietti, è quella di includere la *web check-in fee* nel prezzo pubblicizzato o di rinunciarvi *tout court*.

63. Tuttavia, in corso di istruttoria è emerso che, a far data dal 21 maggio 2009, i consumatori che acquistavano un titolo di viaggio tramite il sito *web* del professionista avevano l'obbligo di effettuare il *check in on line* (al costo di 5 €), come risulta da un comunicato della compagnia riportato nell'immagine che segue.⁴⁹

⁴⁸ Fino a dicembre 2010 il costo della *web check in* era pari a 5 euro.

⁴⁹ Cfr. doc. n. 57 dell'indice del fascicolo.

**RICHIESTA CHECK IN ONLINE OBBLIGATORIA PER TUTTE LE
PRENOTAZIONI ESEGUITE DAL 21 MAGGIO 2009 IN POI**

Ryanair, la Compagnia Aerea low cost piu' grande di tutta l'Europa, conferma che dal 21 Maggio 2009 in poi, tutte le nuove prenotazioni eseguite, compresi passeggeri con bambini, richiedono effettuare il check in online e portare la propria carta d'imbarco stampato in aeroporto.

Per la Vostra convenienza abbiamo sottolineato sotto i cambiamenti principali nella procedura del check in.

**INFORMAZIONI IMPORTANTI PER PASSEGGERI CHE HANNO ESEGUITO NUOVE PRENOTAZIONI
DAL 21 MAGGIO IN POI:**

Tutti passeggeri devono eseguire il check in online e portare la propria carta d'imbarco gia' stampato all'aeroporto in tal modo da presentare alla sicurezza dell'aeroporto e successivamente al cancello d'imbarco.

Il check in online puo' essere effettuato da 15 giorni a 4 ore prima dell'orario previsto per la partenza del volo. (Una volta effettuata il check in online, fino a 4 ore prima, la carta d'imbarco puo' essere ristampato fino a 40 minuti prima dell'orario previsto per la partenza del volo)

Ai passeggeri che si presenteranno in aeroporto privi della carta d'imbarco stampata vera' applicata una tariffa per riemissione carta d'imbarco per poterne riceverne una nuova. (Eur40/GBP40), questa tariffa e' disponibile per l'acquisto solamente fino a 40 minuti prima dell'orario previsto per la partenza del volo.

Tutti passeggeri (compresi bambini e passeggeri che viaggiano sui voli domestici) devono essere in possesso di un Passaporto Valido o una Carta d'Identita' Valida incluso il Kindausweis e il Certificato di Nascita. (La patente di guida non e' accettata).*

Tutti passeggeri non UE/SEE DEVONO recarsi presso il banco dei Visti/Immigrazione Ryanair all'aeroporto (a prescindere delle richieste Visa) affinche' la loro carta d'imbarco online venga controllata e timbrata PRIMA di passare dalla sicurezza dell'aeroporto se non viene effettuata questo controllo la Ryanair riserva il diritto di rifiutare l'imbarco. Il banco dei Visti/Immigrazione chiude precisamente 40 minuti prima dell'orario previsto per la partenza del volo.

Passeggeri con bagagli d'imbarcare dovranno presentare la propria carta d'imbarco e bagaglio d'imbarcare all'aeroporto al banco di consegna bagagli almeno un'ora 2 dell'orario previsto per la partenza del volo (Il desk di consegna bagagli chiudera' entro e non oltre 40 minuti dell'orario della partenza).

Ryanair non accetta le prenotazioni per ragazzi (sotto 16 anni) non accompagnati

64. Sempre da evidenze acquisite, è emerso che, ancora nel mese di giugno 2009, nella pagina *web* della *Table of Fees*, il professionista elenca tra gli elementi di costo facoltativi del prezzo del biglietto la voce *check in on line*, divenuta già obbligatoria⁵⁰ (cfr. successiva immagine n. 12).

⁵⁰ Cfr. doc. n. 57 dell'indice del fascicolo e il doc. n. 87 (segnalazione della CCIAA di Pistoia) dal quale risulta che, ancora nel mese di ottobre 2009, il costo della *web check in* veniva evidenziato nella *Table of fees* presente sul sito *internet* del professionista con la precisazione: "in alcuni casi promozionali non applicata".

Immagine 12

3

Table of Fees

(Sterline GB/Euro o equivalente nella valuta locale)	Prenotazione effettuata su www.pnr.it		Prenotazione effettuata tramite call center* o aeroporto	
	Sterline GB	Euro	Sterline GB	Euro
Tariffa per check-in online	€ 5	€ 5	€ 20	€ 20
Visa Electron - Az a special offer to Visa Electron card holders, please, for a limited period only, will not apply a debit card charge	Gratuito	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Pagamento spese amministrative - Per prenotazioni per parte	€ 5	€ 5	€ 5	€ 5
Tariffa aeroportuale per il check-in - Per passeggeri per parte	€ 10	€ 10	€ 40	€ 40
Tariffa per imbarco con priorità - Per passeggeri per parte	€ 3	€ 3	€ 4	€ 4
Tariffa aeroportuale del nuovo rilascio delle carte d'imbarco	n/a	n/a	€ 40	€ 40
Tariffa per servizi - Per prenotazioni per parte (escluso al di sotto di 2 anni da per il solo di andare che per quelli di ritorno)	€ 20	€ 20	€ 20	€ 20
Tariffa bagagli affidati al check-in - Ogni passeggero può affidare al check-in un massimo di 3 bagagli per un peso complessivo non superiore a 20 Kg				

28/08/2008 THU 9:28 FAX

008/012

65. Nella procedura di prenotazione, il costo del *Web check in* viene aggiunto alla tariffa dopo che il consumatore ha selezionato il volo di interesse (tratta, data e tariffa). Esso viene aggiunto dopo che la tariffa prescelta è stata selezionata dal consumatore, come risulta dalla successiva immagine.

Immagine 13

The screenshot shows the Ryanair website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Indietro', 'Cerca', and 'Preferiti'. Below that, the search results for 'Volo di andata Da Roma (Ciampino) - Girna (Barcelona)' are displayed. A table shows flight options for various dates in March and April. A 'Selezionare un volo' section allows users to choose between different fare types (Tariffa normale, Tariffa normale Adulto). A 'Volo di andata' summary shows the route, departure/arrival times, and a price breakdown including 'Tariffa: 45,50 EUR', 'Check-in online: 18,00 EUR', 'Tassa / Spese: 5,00 EUR', and 'Costo totale: 68,50 EUR'. A similar section is shown for the return flight 'Volo di ritorno Da Girna (Barcelona) - Roma (Ciampino)'. At the bottom, a 'Totale' of 193,14 EUR is shown. On the right side, there are promotional banners for 'Voli Barcellona 10€' and 'Voli da Roma'. A red circle labeled 'tariffe' points to the fare selection area, and another red circle labeled 'Check in on line' points to the 'Check in on line' button in the flight summary.

Le modifiche adottate dal professionista in corso di procedimento

66. A far data dal 6 dicembre 2010, Ryanair ha provveduto a rimuovere la *Web check-in fee* dalla Tabella dei supplementi facoltativi.

Commissione per pagamento con carta di credito

67. Dalle evidenze acquisite risulta che Ryanair, al termine del processo di prenotazione *on line* di un volo, quando il consumatore deve indicare quale carta di credito, tra quelle accettate, utilizzerà per il pagamento, ha applicato un costo aggiuntivo, rispetto alla tariffa e agli altri servizi opzionali prescelti, di importo pari a 5 euro, per passeggero e per tratta.

68. L'addebito di tale costo aggiuntivo, che risultava presentato quale onere facoltativo⁵¹, viene normalmente applicato dal professionista (salvo che per

⁵¹ Tale onere è, infatti, inserito all'interno della *Table of Fees*, visionabili mediante *link* ipertestuale dall'*home page* del sito www.ryanair.com/it

una specifica tipologia di carta di credito/debito) in relazione a tutti i biglietti acquistati *on line*.

69. Fino al mese di dicembre 2009, Ryanair imputava detto costo quale commissione per il pagamento con carta di debito o con carta di credito escludendo solo le transazioni effettuate con la carta *Visa Electron*.

70. A decorrere dal 1° gennaio 2010, Ryanair ha escluso dal pagamento di tale supplemento unicamente le transazioni effettuate con carte prepagate *Mastercard*, anziché *Visa Electron*.⁵² Il professionista ha reso noto che l'eliminazione dell'esenzione dal pagamento della *fee* per i possessori di carta *Visa Electron* è dipesa dalla possibile intenzione di *Visa* di ritirare la carta dal mercato.⁵³

71. Contestualmente, tale commissione - sempre di importo pari a 5 euro, per passeggero e per tratta - è stata ridenominata quale supplemento per le spese amministrative sostenute dal professionista per la gestione e manutenzione del sistema di prenotazione (*Tariffa amministrativa*).

72. Il numero di transazioni effettuate con ciascuna carta di credito accettata dal sistema di prenotazione Ryanair per il periodo 2008-luglio 2010 è quello risultante dalla seguente tabella relativa ai dati forniti dal professionista⁵⁴. Nell'ultima riga è indicata la percentuale delle transazioni alle quali è stata applicata la commissione relativa al pagamento con carta di credito.

Tab6

Carta di credito	Numero di transazioni		
	2008	2009	Fino a Luglio 2010
<i>Visa Connect</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>Visa Delta / Debit</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>ELV</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>Laser</i>	ND	ND	[omissis]
<i>Mastercard</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>Mastercard prepagata</i>	ND	[omissis]	[omissis]
<i>Visa Electron</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>Visa</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>Voucher</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]
% con applicazione CCS	86,6%	77,4%	94%

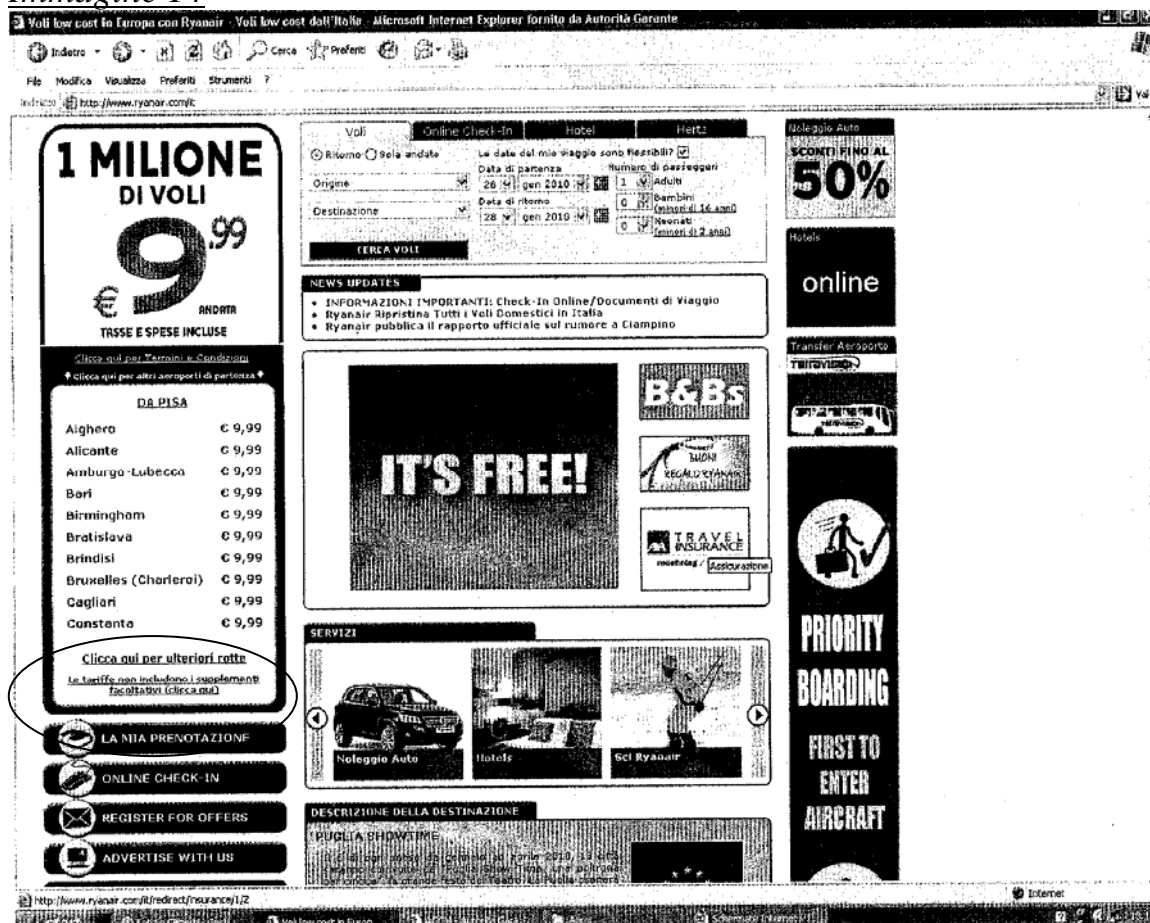
⁵² Le prenotazioni per i neonati sono anch'esse esentate dal pagamento di tale supplemento.

⁵³ Cfr. doc. n. 246 dell'indice del fascicolo.

⁵⁴ Cfr. documento n. 211, allegato 13, dell'indice del fascicolo.

73. Nel corso della procedura di prenotazione, l'informazione al consumatore circa l'esistenza e l'ammontare della *Tariffa amministrativa* viene resa unicamente nella *Table of Fees*, contenuta in una diversa sezione del sito e raggiungibile attraverso *link* ipertestuali situati, in caratteri ridotti, sia nell'*home page* - sotto la voce "*Le tariffe non includono i supplementi facoltativi (clicca qui)*" (cfr. successiva immagine n. 14)-, che nelle diverse fasi dell'*iter* di prenotazione sotto la voce *Tasse e supplementi*.

Immagine 14



74. In relazione al supplemento richiesto per il pagamento con carta di credito, il professionista, pur essendo stato destinatario di una comunicazione di attribuzione dell'onere della prova, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, non ha chiarito l'esatta natura e modalità di calcolo di tale supplemento addebitato a conclusione del processo di prenotazione *online*⁵⁵.

⁵⁵ Cfr. punto 2), n. 2, del doc. n. 131 dell'indice del fascicolo (comunicazione di avvio del procedimento).

75. Al riguardo, Ryanair si è limitata a dichiarare che l'importo di 5 € richiesto ai consumatori viene definito in via autonoma, sulla base di una ricognizione sommaria dei costi dallo stesso sostenuti per la gestione delle prenotazioni.

76. Per ciò che concerne, poi, i problemi riscontrati dai diversi consumatori che hanno lamentato di non essere riusciti a completare l'acquisto di biglietti tramite *Visa Electron* o *Mastercard prepaid*, il professionista ha reso noto che essi sono legati, perlopiù, al ritardo con cui talvolta gli istituti che emettono le carte di credito trasmettono le informazioni necessarie a Ryanair per aggiornare la lista dei codici identificativi (ovvero la lista di codici BIN) utilizzata dal sistema di prenotazione. Pertanto, a causa di tale ritardo nelle comunicazioni, può accadere che una carta di credito non venga riconosciuta dal sistema di prenotazione come appartenente ad un circuito di pagamento.

77. Laddove il consumatore segnali a Ryanair una difficoltà nell'utilizzo della carta di credito *Visa Electron* o *Mastercard* prepagata, Ryanair si attiva per compiere le verifiche del caso e aggiornare, con cadenza settimanale, la lista di codici BIN.⁵⁶

78. In proposito, dalle informazioni richieste alla società *Visa Europe Service Inc.*, è emerso che le transazioni effettuate con carta *Visa Electron* sono generalmente processate allo stesso modo di quelle con carte *Visa* e si perfezionano attraverso tre fasi: *autorizzazione*, *clearing* e *settlement*.

79. Nel caso di specie, limitatamente alla fase di *autorizzazione*⁵⁷ di una transazione effettuata con carta *Visa Electron*, il processo prevede che il *merchant* (Ryanair) contatti l'*acquirer*⁵⁸ ovvero, qualora il *cardholder* utilizzi una carta emessa da una banca del circuito *Visa* diversa dall'*acquirer*, l'autorizzazione debba essere concessa dall'*issuer* a seguito

⁵⁶ Ryanair ha prodotto (Cfr. documento n. 211, allegato 12, dell'indice del fascicolo) alcune *e-mail* interne esemplificative della sua procedura di verifica e aggiornamento della lista di codici BIN.

⁵⁷ L'autorizzazione costituisce la fase preliminare del *processing* e consiste nell'approvazione della transazione - relativa per esempio all'acquisto di beni o servizi presso il *merchant* (professionista) effettuati dal *cardholder* (possessore della carta) - da parte o per conto dell'*issuer* (istituto che emette la carta). Il sistema di concessione dell'autorizzazione è strutturato in modo tale da garantire all'*issuer* la possibilità di monitorare l'utilizzo delle carte e di proteggersi da utilizzi fraudolenti (o eccessivi) delle stesse.

⁵⁸ Istituto convenzionato con il *merchant* al fine di accettare transazioni con carte *Visa* che, a sua volta, autorizza la transazione stessa (qualora egli abbia anche emesso la carta al *cardholder*, cd. autorizzazione "on us").

dell'instradamento della richiesta di autorizzazione su una specifica *processing route*.⁵⁹

80. I due principali requisiti per l'accettazione della carta *Visa Electron* sono i seguenti⁶⁰:

- *Visa Europe* richiede che gli *Acquirer* che convenzionano gli esercenti stipulino un *Merchant Agreement* in base al quale il *merchant* deve avere la capacità di autorizzare elettronicamente una transazione (ciò è dovuto al fatto che tutte le transazioni *on line* con carte *Visa Electron* devono essere autorizzate);
- qualora una carta *Visa Electron* sia utilizzata presso un *merchant Visa Electron*, quest'ultimo deve richiedere l'autorizzazione a prescindere dal valore della transazione.

81. Il primo requisito di cui sopra indica che la banca *acquirer*, nel convenzionare un *merchant* per l'accettazione di carte *Visa Electron*, deve accertarsi che lo stesso *merchant* possieda le capacità tecniche per richiedere l'autorizzazione della transazione. Il secondo requisito si limita a precisare che il *merchant*, non solo deve possedere i requisiti tecnici necessari per richiedere l'autorizzazione elettronica, ma è altresì tenuto a richiedere tale autorizzazione per tutte le transazioni effettuate con carta *Visa Electron*.

82. In ognuna delle argomentazioni rese nel corso del procedimento, sia dal professionista che dalla società terza richiesta, emerge che le procedure autorizzative necessarie per il buon fine della transazione *on line*, necessitano di un comportamento attivo da parte del professionista al quale è demandato da un lato, l'aggiornamento dei codici identificativi e, dall'altro, l'instradamento del processo verso l'istituto che ha emesso la carta al fine dell'approvazione definitiva.

⁵⁹ Le carte *Visa Electron* riportano, all'interno del *Service Code* incorporato nel chip o nella striscia magnetica, un codice la cui presenza indica che l'autorizzazione *on-line* è richiesta in ogni caso. Per le altre carte *Visa*, invece, è generalmente previsto un "*floor limit*" al di sotto del quale non è richiesta l'autorizzazione *on-line* della transazione (dunque solo le transazioni che superano il *floor limit* dovranno essere autorizzate dall'*issuer*). Nei casi in cui la carta non viene fisicamente presentata al *merchant*, per esempio nelle transazioni su *internet* (cd. *Card-not-Present*), per tutte le transazioni *Visa* è previsto un *floor limit* pari a zero e, quindi, non vi è alcuna differenza tra le transazioni effettuate su *internet* con una carta *Visa Electron* o un'altra carta *Visa* (in entrambi i casi è infatti richiesta l'autorizzazione *on line* da parte dell'*issuer*). Nonostante tutte le transazioni effettuate su *internet* con carta *Visa* richiedano l'autorizzazione, qualora un *merchant* voglia identificare quale tipologia di carta *Visa* sia stata utilizzata, egli può utilizzare le cd. *Account Range Definition Table*, ossia uno schema di sintesi che riporta il dettaglio della tipologia di carte utilizzate (*Visa Electron*, *Visa Classic*, etc.). *Visa Europe* fornisce periodicamente tali prospetti alle banche che aderiscono al circuito le quali, a loro volta, possono distribuirle ai *merchants*.

⁶⁰ Tali requisiti non sono alternativi.

IVA su voli nazionali – Erronea indicazione del prezzo dei servizi definiti opzionali

83. Le tariffe e i supplementi di prezzo definiti opzionali (qualora scelti dal consumatore) previsti per i voli interni in Italia, Francia, Portogallo, Germania e Spagna sono soggetti a IVA alle percentuali in vigore stabilite dai relativi governi.

84. Ryanair ha chiarito⁶¹ che gli importi dei supplementi relativi alla *Web check-in fee* e del supplemento amministrativo relativo al sistema di prenotazione dei voli risultano, talvolta, pari a €6 invece di €5⁶² (ovvero a €24, invece di €20, per il servizio di trasporto bagagli), in quanto per i voli nazionali italiani tali importi sono soggetti all'applicazione dell'IVA.

85. Il consumatore viene informato dell'applicazione di tale imposta solo nei Termini e condizioni di viaggio che, prima dell'avvio dell'istruttoria, recitavano: *“Non viene applicata IVA su prezzi e tariffe per viaggi internazionali. Tuttavia, i prezzi mostrati per tariffe e altri costi sono soggetti a IVA su voli nazionali italiani, francesi, spagnoli e tedeschi alle percentuali in vigore stabilite dai relativi governi. Una ricevuta dell'IVA verrà automaticamente inoltrata per tutte le prenotazioni di voli interni in Italia”*.

Le modifiche adottate dal professionista in corso di procedimento

86. In attuazione degli impegni presentati nel corso del procedimento, a far data dal 6 dicembre 2010, Ryanair ha provveduto ad inserire anche nella Tabella dei supplementi facoltativi le ipotesi di applicazione dell'IVA, specificando al margine superiore della tabella che *“Le tariffe sono soggette ad IVA ai tassi governativi vigenti sulle rotte domestiche italiane, francesi, spagnole, portoghesi e tedesche”*.

87. Anche il testo della FAQ *“È possibile ottenere una ricevuta per i voli?”* è stato modificato per evidenziare le ipotesi di applicazione dell'IVA.⁶³

88. Infine, Ryanair ha reso disponibile sul proprio sito *internet* una nuova versione dei *Termini e condizioni generali di trasporto* nella quale è presente una sezione dedicata espressamente all'applicazione dell'IVA.

⁶¹ Cfr. documenti nn. 211 e 246 dell'indice del fascicolo.

⁶² Va ricordato che dal mese di dicembre 2010, Ryanair ha deciso di incrementare il supplemento per il *check-in online (Web check-in fee)* da €5 a €6.

⁶³ Cfr. allegati 1 e 15 al doc. n. 211 dell'indice del fascicolo

C) L'assistenza post vendita per il rimborso del biglietto non fruito per causa del vettore o per il rimborso di tasse relative al biglietto non fruito per cause del passeggero: Il numero telefonico a pagamento (899...): il bonus di credito, informativa, modalità e procedure per il rimborso.

89. Dalle pagine *web* acquisite agli atti del procedimento, scaricate direttamente dal sito www.ryanair.com/IT nel periodo agosto 2008 – agosto 2010, è emerso che, nell'eventualità di modifica dell'orario di un volo superiore alle 3 ore o di cancellazione per cause imputabili al vettore, Ryanair offriva, in alternativa, un *bonus* di credito – utilizzabile entro 6 mesi dalla data di emissione per volare entro 12 mesi dalla stessa data - o un rimborso del biglietto originariamente acquistato.

90. Solo nella distinta sezione del sito relativa alle FAQ denominata Contatti (*Come contattare l'assistenza clienti*) si indicava un numero di *fax* della compagnia al quale inviare le richieste di rimborso per i voli cancellati.

91. Il professionista, in corso di istruttoria, ha confermato che, per esigenze di natura prevalentemente tecnica, i *bonus* di credito potevano essere accreditati solo attraverso la chiamata al numero a pagamento (899). In particolare, sul sito *internet* <http://www.ryanair.com/it>, nel documento *General Conditions of Carriage for Passangers and Baggage*, nei Termini e Condizioni di viaggio del vettore e nelle FAQ - sezione *Domande sui viaggi - Modifiche prima del volo* - alla domanda *Che cosa succede se Ryanair modifica l'orario del volo?*, si afferma, tra l'altro, che: “*Per usufruire del credito di viaggio, è necessario contattare il centro prenotazioni Ryanair. Per informazioni fare clic qui*”.⁶⁴

92. Ryanair, inoltre, ha reso noto che, nel periodo febbraio - aprile 2010⁶⁵, ha ricevuto [500 – 1.000] richieste di emissione di *bonus* di credito da parte di consumatori italiani, tutte accettate.⁶⁶

93. I numeri del servizio 899 dedicati ai clienti italiani, gestiti da una società terza, erano tre: *i) Special assistance* (assistenza per passeggeri con particolari esigenze o mobilità ridotta), al costo di una chiamata locale; *ii) Reservation line* (informazioni, acquisto di biglietti e modifiche alle

⁶⁴ Il collegamento ipertestuale consente di giungere ad una pagina *web* dove, tra gli altri, vengono forniti i numeri telefonici da contattare per l'Italia, tutti a pagamento.

⁶⁵ Secondo il professionista, i dati forniti rappresentano un attendibile *proxy* per il periodo relativo agli anni 2008-2010.

⁶⁶ Il numero di richieste di emissione di *bonus* di credito ricevute da Ryanair nel periodo 1-15 agosto 2010 è stato pari a [50 – 100]. Ryanair ha prodotto una tabella in cui sono riportati i dettagli relativi ad ogni singola richiesta di *bonus* di credito ricevuta in tale periodo (Cfr. allegato 22 al doc. n. 211).

prenotazioni: 899 (.....), al costo di € 0,80 al minuto; *iii) Assistenza prioritaria* (assistenza in caso di difficoltà nell'effettuare le prenotazioni): 899 (.....), al costo di €1,50 al minuto. A partire dal mese di febbraio 2010, Ryanair non si avvale più di società terze per i servizi di *call center* e gestisce in proprio i medesimi servizi (*Special assistance, Reservation line e Assistenza prioritaria*), a tariffe differenti.⁶⁷

94. La seguente Tab. 7 riporta i dati relativi al numero di contatti telefonici registrati nel periodo gennaio 2008 – ottobre 2010, nonché ai ricavi⁶⁸ e ai costi connessi, per il medesimo periodo, che il professionista ha fornito precisando che il 90% delle chiamate dei consumatori ha ricevuto risposta entro 60 secondi.⁶⁹

Tab7

	Telecoms Revenue			Call Center Costs			No. of Calls Answered		
	2008	2009	Ott. 2010	2008	2009	Ott. 2010	2008	2009	Ott. 2010
Tot	€[omissis]	€[omissis]	€[omissis]	€[omissis]	€[omissis]	€[omissis]	€[omissis]	€[omissis]	€[omissis]

95. Il professionista ha affermato, altresì, che in passato un messaggio pubblicitario, della durata di 18 secondi, che reclamizzava una società di autonoleggio, veniva trasmesso durante le chiamate dei consumatori al *call center*.

Informativa, modalità e procedure per il rimborso delle tasse governative. L'eccessiva onerosità della fee richiesta.

96. In generale, Ryanair non ritiene rimborsabili i biglietti non utilizzati per cause ad essa non imputabili, fatte sempre salve le ipotesi disciplinate dalla normativa comunitaria.⁷⁰

97. In dette ipotesi, i consumatori possono presentare domanda scritta entro un mese dalla data del volo e il rimborso delle tasse governative è soggetto al pagamento di una *fee* pari a €20 a persona. Per importi inferiori alla suddetta *fee*, non è previsto alcun rimborso.

⁶⁷ In particolare: *i) Special assistance*: 899 (...) – €0,12 per chiamata + €0,60 al minuto; *ii) Reservation line*: 899 (...) - 0,24 € per chiamata + 0,96€ al minuto; *iii) Assistenza prioritaria*: 899 (...) - 0,12€ per chiamata + 1,20€ al minuto.

⁶⁸ Il dato dei ricavi comprende anche quelli derivanti dalle chiamate al numero “*Priority Assistance*”, trattenuti, fino a febbraio 2010, dalla società terza per coprire i costi connessi alla gestione del *call center*.

⁶⁹ Cfr. allegati nn. 16, 17 e 18 al doc. n. 211 dell'indice del fascicolo.

⁷⁰ Si tratta del Regolamento (CE) N. 261/2004 del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'11 febbraio 2004 che istituisce regole comuni in materia di compensazione ed assistenza ai passeggeri in caso di negato imbarco, di cancellazione del volo o di ritardo prolungato e che abroga il regolamento (CEE) n. 295/91.

98. Nessuna informativa veniva resa in relazione all'ammontare della *fee* amministrativa richiesta dal vettore per procedere al rimborso delle tasse governative. Infatti, nella diversa sezione delle *FAQ, Domande sui viaggi – Modifiche prima del volo*, alla domanda *È possibile chiedere un rimborso per un volo non utilizzato?*, tra l'altro, veniva genericamente indicato che *“(...) Le tasse governative sono l'unico componente di tasse, tariffe e oneri soggetto a rimborso. I rimborsi delle tasse governative sono soggette a una ragionevole tariffa amministrativa. Se l'importo rimborsabile è inferiore al costo amministrativo applicabile, non verrà erogato alcun rimborso. Le richieste di rimborso delle tasse governative devono essere presentate entro un mese dalla data del viaggio prenotato”*.⁷¹ (sottolineatura aggiunta)

99. Anche nella versione inglese delle *General Conditions of Carriage for Passengers and baggage*, all'articolo 4.2, denominato **TAXES, FEES AND CHARGES**, veniva riportato: *“ If you do not travel, you may apply in writing within one month for a full refund of any such government taxes subject to a reasonable administration fee. Other than government taxes, all other monies paid are non-refundable”*.⁷² (sottolineatura aggiunta)

100. Né in tale articolo, né in altre parti delle Condizioni di Contratto, né nelle *e-mail* di conferma della prenotazione recapitata all'indirizzo di posta elettronica dei consumatori viene indicato l'ammontare della *fee* richiesta, né viene individuata alcuna procedura per esercitare il diritto al rimborso; né sono illustrate modalità ulteriori e diverse dal contatto tramite il numero telefonico a pagamento (899...) per chiedere il rimborso.⁷³

101. L'unica indicazione diversa dal citato numero a pagamento è rinvenibile nella diversa sezione del sito del professionista relativa alle *FAQ* denominata *Contatti (Come contattare l'assistenza clienti)* ed è relativa ad un numero di *fax* della compagnia al quale inviare le richieste di rimborso.

102. Ryanair ha fornito per un periodo rappresentativo (tre mesi, dal febbraio ad aprile 2010)⁷⁴, i dati relativi al numero di biglietti non utilizzati da

⁷¹ Cfr. doc. n. 130 dell'indice del fascicolo.

⁷² In seguito alla pubblicazione di una nuova versione delle Condizioni Generali di Trasporto, l'articolo 4.2 è stato modificato precisando, tra l'altro, che *Nel caso in cui non compiute il viaggio, potete richiederci, entro un mese e per iscritto, il rimborso totale di quelle tasse governative soggette solo al rimborso del contributo amministrativo nella misura stabilita nella nostra Tabella dei Supplementi Facoltativi. Ad eccezione delle tasse governative, tutte le somme pagate non sono rimborsabili.*

⁷³ Nel documento *Termini e Condizioni Generali di Trasporto* si trovano altre ipotesi di rimborso (art. 10 – rimborsi) relativi alle cause indipendenti dalla volontà del vettore (10.2) e in caso di luttu (10.3), precisando che *Salvo quanto previsto dagli Articoli 4.2, 10.2 e 10.3 dei presenti Termini e Condizioni, tutte le somme da voi pagate per i nostri voli sono non rimborsabili.*

⁷⁴ Secondo il professionista, i dati forniti rappresentano un attendibile *proxy* per il periodo relativo agli anni 2008-2010. Ryanair ha dichiarato, altresì, che le richieste di rimborso delle tasse governative inviate da passeggeri residenti in Italia nel periodo 1-15 agosto 2010 sono state pari a 16.

consumatori italiani, alle richieste di rimborso pervenute, a quelle processate e all'entità dei rimborsi accordati, come rappresentato dalla tabella seguente.⁷⁵

Tab 8 (febbraio-aprile 2010)

Numero di biglietti non utilizzati	[150.000-200.000]
Richieste di rimborso presentate	121
Richieste di rimborso processate	4
Entità media dei rimborsi	€4,26

103. Ryanair ha dichiarato, altresì, che un numero molto limitato di consumatori che non hanno utilizzato il biglietto, inferiore all'1%, chiede il rimborso delle tasse governative e che un gran numero di richieste viene rifiutato in quanto l'ammontare delle tasse rimborsabili risulta inferiore al costo di gestione applicato da Ryanair.⁷⁶

104. Le spese sostenute dal professionista relativamente alla procedura di rimborso delle tasse governative per un volo non utilizzato sono costituite principalmente dal tempo impiegato dal personale per la gestione di ogni singola pratica.

105. Complessivamente, il tempo impiegato da un operatore del servizio clienti di Ryanair per gestire una richiesta di rimborso, secondo quanto dichiarato dal professionista, è superiore a [omissis] e comporta un costo pari a circa €[15€ - 30€].⁷⁷

⁷⁵ Cfr. doc. n. 211 dell'indice del fascicolo.

⁷⁶ In generale, il numero di reclami ricevuti da Ryanair, ai quali, in circostanze normali, il professionista risponde entro sette giorni lavorativi dalla ricezione, sono i seguenti:

Anni	2008	2009	2010
N. reclami ricevuti	[2000 - 3000]	[2000 - 3000]	[2000 - 3000]

Il numero dei reclami ricevuti da Ryanair nel periodo 1-15 agosto 2010 è stato pari a [70 - 150].

⁷⁷ Ryanair ha prodotto (allegato 19 al doc. n. 211 dell'indice del fascicolo) una dichiarazione del direttore del Dipartimento servizio clienti, riportante una illustrazione della procedura prevista per la gestione delle richieste di rimborso, con l'indicazione del tempo necessario per ogni singola fase. Inoltre, nella comunicazione pervenuta all'Autorità in data 31 gennaio 2011 (Cfr. doc. n. 219 dell'indice del fascicolo) il professionista ha precisato quanto segue: "(...) our agents spend on average [omissis] minutes to process a request. Given that the cost to the company, related to individuals who perform this task, is € [omissis] per hour, the processing of a refund request costs € [omissis]. Additionally, the signing of the cheques by a Director or Senior Manager, whose hourly rate can be set at approximately € [omissis], triggers additional costs of approximately € [omissis]. Further costs of approximately € [omissis] are generated by the creation of a bespoke letter and its postage".

Le modifiche adottate dal professionista in corso di procedimento

106. Successivamente all'avvio del procedimento, la compagnia aerea ha deciso di eliminare i *bonus* di credito, prediligendo il rimborso integrale del prezzo del biglietto (laddove il consumatore non intenda viaggiare su un volo riprogrammato).

107. Avuto riguardo alla diffusione di messaggi pubblicitari proposti nell'attesa di parlare con un proprio operatore, Ryanair si è impegnata, a decorrere dal 6 dicembre 2010, a non trasmettere più messaggi pubblicitari durante le chiamate effettuate al *call center*.⁷⁸

108. A far data dal 15 febbraio 2011, Ryanair ha reso disponibile ai consumatori un apposito modulo per la presentazione *on-line* di tutti i tipi di reclami e delle richieste di rimborso per voli cancellati, per i bagagli imbarcati ed in caso di ritardo superiore alle tre ore⁷⁹.

109. Inoltre, il professionista ha aggiunto alle FAQ un *link* ai recapiti completi di Ryanair e l'attuale pagina, denominata *È possibile chiedere un rimborso per un volo non utilizzato?*, recita: *“Tutte le tariffe Ryanair ammettono variazioni a livello di volo, data, orario, tratta e nome fino a 4 ore prima della partenza originale del volo, tuttavia tariffe, tasse e/o oneri non sono rimborsabili. Se il passeggero non utilizza il volo prenotato, la tariffa aerea, le tasse e gli oneri non sono rimborsabili. È tuttavia possibile presentare domanda in forma scritta entro un mese dalla data originale del volo per il rimborso di eventuali tasse governative pagate al seguente indirizzo: (...). Tali rimborsi sono soggetti al pagamento di una tariffa amministrativa pari a £ 17/€ 20 (o l'equivalente nella valuta locale) a persona. Se l'importo di cui si richiede il rimborso è inferiore a quello della tariffa amministrativa, non è previsto alcun rimborso. Alternativamente, è possibile contattare il centro prenotazioni più vicino Fare clic qui”*.

D) Le informazioni e le comunicazioni rivolte ai consumatori italiani in lingua diversa dall'italiano (inglese)

110. Rilevazioni d'ufficio hanno confermato che le *General Conditions of Carriage for Passengers and baggage* - scaricabili dal *link* denominato

⁷⁸ Attualmente, Ryanair diffonde solo messaggi informativi che forniscono risposte ai quesiti più frequenti, oltre a messaggi di servizio (introduttivi, oppure di attesa per parlare con un operatore).

⁷⁹ Cfr pagina web delle FAQ, alla voce *Come contattare l'assistenza clienti*, attualmente presente sul sito internet del vettore.

Condizioni di Trasporto presente nell'*home page* del sito www.ryanair.com/it - venivano riportate interamente in lingua inglese.

111. Inoltre, è risultato che la compagnia aerea richiedeva che la corrispondenza ad essa indirizzata venisse effettuata preferibilmente in lingua inglese.⁸⁰

Le modifiche adottate dal professionista in corso di procedimento

112. In data 17 febbraio 2011, il professionista ha inserito sul sito *internet* www.ryanair.com/it la versione in lingua italiana dei *Termini & Condizioni Generali di Trasporto*. Inoltre, a far data dal 15 febbraio 2011, Ryanair ha eliminato dal proprio sito anche il riferimento all'uso preferenziale della lingua inglese per le comunicazioni inviate a Ryanair.

E) I maggiori oneri da corrispondere per i servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo e per riemissione della carta di imbarco in aeroporto

- *I servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo*

113. Ryanair consente ai consumatori che non hanno ancora effettuato il *check-in* di modificare la data, l'ora e la tratta di una prenotazione (soggetta alla disponibilità dei posti) fino a 4 ore prima dell'orario di partenza del volo sia *on-line* che tramite un centro prenotazioni, secondo quanto previsto nei *Termini e Condizioni di viaggio*⁸¹ (*È possibile apportare modifiche al volo (...) fino a 4 ore prima dell'orario di partenza del volo sia online che tramite un centro prenotazioni (...). È possibile modificare le date del volo, gli orari e le destinazioni (...). Se la prenotazione viene effettuata online verrà applicata una tariffa per la modifica pari a £ 35/€ 35 a tratta/a persona; se la prenotazione viene effettuata in aeroporto o tramite un centro prenotazioni verrà applicata una tariffa pari a £ 55/€ 55 a tratta/a persona. In aggiunta a questi costi, dovrà essere pagata la differenza di prezzo tra la tariffa originale totale pagato e il costo totale più basso disponibile al momento del cambio del volo. Si noti che nel caso in cui la tariffa totale del nuovo volo sia più basso, non si avrà diritto ad alcun rimborso. Il nome di un passeggero può essere modificato online a una tariffa pari a £ 100/€ 100*

⁸⁰ Vedi precedente nota n. 17.

⁸¹ Cfr. doc. n. 130 dell'indice del fascicolo.

o tramite aeroporto o centro prenotazioni a una tariffa pari a £ 150/€ 150. I cambi nome possono essere effettuati fino a 4 ore prima dell'orario di partenza del volo sia online che tramite un centro prenotazioni (...)”.

114. Dalla documentazione fornita da uno dei consumatori segnalanti⁸² risultava, tuttavia, una diversa modalità di determinazione del sovrapprezzo per il cambio data e tratta di un volo con le medesime caratteristiche e rispettando le condizioni previste (modifica effettuata tramite *web*, stesso numero di passeggeri, stessa tariffa *regular fare*, disponibilità di una tariffa per il nuovo volo più bassa di quella pagata per il vecchio, ecc.) con l'applicazione di un importo superiore alla *fee* di 35 € stabilita per tale servizio. Ryanair non ha provveduto, benché richiesto, a fornire spiegazioni circa eventuali diversità di interpretazione della regola posta e/o delle modalità di calcolo adottate per addivenire ad un importo diverso (e maggiore) rispetto a quello indicato.

- *Il servizio di riemissione della carta d'imbarco*

115. Ai passeggeri che si presentano in aeroporto privi della carta d'imbarco stampata - secondo quanto indicato nella *Table of Fees* e nei *Termini e Condizioni di viaggio* del vettore - Ryanair applica una tariffa per riemissione carta d'imbarco pari a 40 €, disponibile solamente fino a 40 minuti prima dell'orario previsto per la partenza del volo.

116. In merito alla contestazione relativa all'addebito di costi aggiuntivi - IVA 20% e diritti richiesti dalle società concessionarie dei servizi aeroportuali⁸³ - il professionista ha confermato che, nel caso segnalato, la società di *handling* operante presso l'aeroporto di Alghero ha addebitato costi ulteriori rispetto a quelli previsti da Ryanair per tale servizio.

117. In relazione alla contestazione relativa ai corrispettivi richiesti, pari a 180 €, pena il rifiuto di fornire il servizio di trasporto, per il cambio del nome sulla carta d'imbarco che appariva sulla stampa della carta stessa soltanto con le iniziali, pur avendo il passeggero inserito correttamente tutti i dati all'atto della prenotazione⁸⁴, Ryanair ha dichiarato trattarsi di un'erronea applicazione, da parte della società di *handling*, delle istruzioni e delle procedure predisposte ed agli stessi comunicate.

⁸² Cfr. doc. n. 84 dell'indice del fascicolo.

⁸³ Cfr. doc. n. 55 dell'indice del fascicolo.

⁸⁴ Cfr. doc. n. 122 dell'indice del fascicolo.

118. Ryanair prevede che il nome di un passeggero possa essere modificato dietro pagamento di un supplemento pari a £ 100/€100 se effettuato *on line* o pari a £ 150/€150 se effettuato in aeroporto o tramite centro prenotazioni. Tale somma, nel caso di voli domestici, è soggetta all'applicazione dell'IVA.⁸⁵

119. Il medesimo vettore prevede una serie di eccezioni a tale procedura, in presenza delle quali la modifica del nome viene effettuata senza richiedere alcun supplemento al passeggero, fra le quali vi è anche quella in cui sia presente sulla carta d'imbarco unicamente l'iniziale del nome (ad esempio, P. Rossi).⁸⁶

120. La compagnia ha dichiarato di fornire agli *handlers* tutte le informazioni necessarie per la corretta applicazione delle procedure, nonché di compiere regolarmente dei corsi di formazione per il personale delle società di gestione aeroportuale.

121. Ryanair ha trasmesso il documento *Policy and Procedure for Airport*⁸⁷, utilizzato durante tutti i corsi di formazione svolti da Ryanair negli aeroporti, dove, tra l'altro, viene riportato che "*Passengers who arrive at the airport without check in on line or without their Web boarding card will be subject to a boarding card re-issue penalty fee of €40 per passenger*".

Le modifiche adottate dal professionista in corso di procedimento

122. In seguito all'avvio del procedimento, Ryanair ha dichiarato di effettuare delle verifiche circa la corretta applicazione delle sue istruzioni negli aeroporti italiani e di aver inviato una comunicazione specifica ai propri *handlers* per rammentare che ai passeggeri può essere richiesto il pagamento delle sole tariffe e spese previste dalle condizioni generali di Ryanair.⁸⁸

⁸⁵ Tale supplemento ha lo scopo di evitare che soggetti terzi possano mettere in atto pratiche speculative di accaparramento di biglietti aerei a prezzi promozionali a scapito dei consumatori.

⁸⁶ Quest'ultima ipotesi è proprio il caso dell'addebito in questione, visto che il consumatore aveva stampato sulla carta di imbarco solo l'iniziale del suo nome ("C" invece di "Carlo Ettore").

⁸⁷ *Cfr.* allegato 20 al doc. n. 211. Il professionista ha fornito anche copia del "Ground Operations Manual" in uso al personale operante presso gli aeroporti serviti da Ryanair in Italia (allegato 26).

⁸⁸ Il testo della comunicazione inviato da Ryanair a tutte le società di gestione aeroportuale è riportato nel seguente estratto:

Only published Ryanair fees may be directly charged from Ryanair passengers. No "handling" or other fee may be charged in addition to the published fees for excess baggage, ticket changes, boarding card re-issue etc.

Please confirm in writing by return to the address indicated above that you do not levy any additional charges on Ryanair passengers.

123. In proposito, a far data dal 6 dicembre 2010, Ryanair ha proposto l'assunzione di un duplice impegno volto a compiere un mirato sforzo di comunicazione nei confronti delle società di *handling* in modo da accrescere la loro specifica consapevolezza sulla corretta applicazione delle istruzioni di Ryanair, specialmente per quanto riguarda l'applicazione dei sovrapprezzi, e in modo da incrementare la vigilanza, tramite appositi *audit* sulla corretta applicazione delle istruzioni fornite da parte delle società di *handling*.

124. I citati impegni non prevedono alcuna misura relativa al pregiudizio arrecato ai consumatori che hanno sopportato ingiustificati oneri.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

125. Ryanair ha precisato di essere la prima compagnia aerea *low cost* d'Europa, con più di 1.400 voli al giorno da 44 basi e circa 160 destinazioni in più di 27 Paesi⁸⁹.

126. In merito alle contestazioni, Ryanair ha evidenziato che il biglietto aereo, pur incorporando diversi elementi, consiste in un unico prodotto, sussistendo un rapporto di stretta dipendenza tra il viaggio aereo ed i servizi aggiuntivi che non potrebbero quindi essere considerati in via autonoma e distinta. Analogamente, i servizi e le informazioni messi a disposizione dei consumatori (*call center*, procedure per rimborsi, reclami, supplementi per riemissione carta d'imbarco, ecc.) attengono tutti all'offerta del servizio di trasporto aereo e non sono concepibili se non quali aspetti ancillari dello stesso.

127. Ad ulteriore prova dell'inscindibilità del prodotto il professionista ha sottolineato che, da un punto di vista civilistico, il contratto di trasporto risultante dal biglietto aereo è preceduto da una complessa fase di formazione della volontà negoziale delle parti che investe, *inter alia*, la scelta dei servizi aggiuntivi e che viene formalizzata in un unico accordo che prevede un corrispettivo complessivo versato in un'unica soluzione. Pertanto, le asserite condotte commerciali scorrette non dovrebbero essere valutate come distinte l'una dall'altra in quanto facenti parte di un unico ed inscindibile prodotto.

⁸⁹ Ryanair opera con una flotta di 250 nuovi Boeing 737-800 ed impiega circa 8.000 persone, prevedendo di trasportare più di 70 milioni di passeggeri nel 2011.

A) Le modalità di prospezione di taluni messaggi pubblicitari

a) La distribuzione e l'allocazione per tratta delle disponibilità dei posti

128. In relazione alle modalità di prospezione dei messaggi pubblicitari descritte al precedente sezione III, **n. 2**), lettera A), il professionista, nel richiamare i principi che caratterizzano la comunicazione pubblicitaria e le promozioni di Ryanair, ha precisato che gli stessi sono diffusi in tutti i Paesi in cui opera il vettore con caratteristiche e modalità di presentazione pressoché identiche; questi non vanno intesi come un'offerta specifica, bensì come un invito rivolto al consumatore a consultare il sito *internet* di Ryanair per conoscere nel dettaglio tutte le condizioni delle offerte⁹⁰.

129. In particolare, con riferimento alla campagna pubblicitaria “*2 milioni di posti a partire da €10. Solo andata – tasse incluse*”, Ryanair ha evidenziato che le differenti modalità di pubblicizzazione adottate per il sito *internet* piuttosto che per la carta stampata (il riferimento è alla “*frammentazione*” dei posti in offerta, a seconda delle rotte, nell’ambito del complessivo numero di posti in offerta), rappresenterebbero un’eccezione rispetto alla politica commerciale adottata da Ryanair, basata su campagne pubblicitarie non rivolte ad un unico Paese, ma riferite contemporaneamente a tutti i Paesi in cui essa opera.⁹¹

130. Inoltre, Ryanair ha osservato che le caratteristiche grafiche dei messaggi pubblicitari diffusi sarebbero analoghe a quelle utilizzate dai suoi principali concorrenti sul mercato italiano.

b) Le promozioni “tasse e spese opzionali escluse”

131. In relazione, invece, alla campagna pubblicitaria “*1 milione di voli a 1 euro - solo andata -- tasse e spese opzionali escluse*”, il professionista ha precisato che si è trattato di un errore nella traduzione dei termini inglesi “*fees and charges*” in “*tasse e spese opzionali*”. Ryanair ha dichiarato,

⁹⁰ In proposito, il professionista ha richiamato l’articolo 22, comma 3, del Codice del Consumo, ritenendo che il giudizio dell’Autorità in merito alla forza decettiva del messaggio pubblicitario dovrebbe essere effettuato tenendo in considerazione le limitazioni di spazio o di tempo del mezzo di comunicazione usato ai fini propagandistici, nonché ogni ulteriore accorgimento adottato dal professionista per mettere altrimenti a disposizione dei consumatori le informazioni utili a raggiungere la piena conoscenza dei dati di fatto influenzanti le determinazioni negoziali.

⁹¹ Tale affermazione vale per le altre due campagne pubblicitarie oggetto del presente provvedimento e denominate “*Vola a partire da €10, solo andata, tasse incluse*” e “*1 milione di voli a 1 euro - solo andata – tasse e spese opzionali escluse*”.

altresì, che il prezzo pubblicizzato era già comprensivo delle tasse e dei supplementi obbligatori, in conformità con quanto previsto dall'art. 23 del Reg. 1008/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 settembre 2008, recante norme comuni per la prestazione di servizi aerei nella Comunità. A sostegno di quanto affermato, Ryanair ha allegato copia di prenotazioni effettuate da consumatori italiani che non prevedevano il pagamento delle tasse.⁹²

B) Le modalità di indicazione del prezzo proposto dal professionista sul sito internet www.ryanair.com/it all'inizio del sistema di prenotazione on line dei voli. Web check in, Commissione per pagamento con carta di credito, IVA su voli nazionali

132. Il professionista ha rilevato che il proprio sistema di prenotazione mostra al consumatore nella prima schermata tutti gli elementi obbligatori di costo che concorrono alla determinazione del prezzo del biglietto. Nelle schermate successive compaiono invece gli elementi opzionali, i cui importi vengono inclusi nel prezzo soltanto in seguito alla selezione degli stessi da parte del consumatore.

Web Check in

133. Secondo Ryanair il passeggero è reso edotto dell'esistenza e dell'ammontare della *Web check-in fee* sin dall'inizio della procedura di prenotazione. Infatti, dopo aver indicato i dati della prenotazione desiderata, il consumatore trova nella prima pagina della procedura di prenotazione i voli e le tariffe disponibili nelle date di viaggio richieste. Nella stessa pagina è presente un prospetto con la descrizione dettagliata di tutte le componenti essenziali del prezzo (tariffa, *check-in online*, tasse) maturati al momento (essendo possibile che nel prosieguo dell'*iter* della prenotazione il consumatore decida di avvalersi di servizi opzionali), dando risalto, con maggiore evidenza grafica, al prezzo totale. In tale contesto, è chiara la natura della *Web check in fee* in quanto essa viene inclusa nel prezzo del biglietto sin dall'inizio.

⁹² Cfr. allegato 6 al doc. n. 246 dell'indice del fascicolo.

134. Nel caso di tariffe promozionali tale supplemento non viene applicato per cui il prezzo pagato dal consumatore è sempre conforme alla tariffa pubblicizzata.

Commissione per pagamento con carta di credito

135. Ryanair distingue tra la commissione relativa al pagamento con carta di credito, che veniva applicata in precedenza, ed il supplemento amministrativo relativo al sistema di prenotazione dei voli ora in vigore, introdotto per la prima volta nel dicembre 2009, pari a €5 per passeggero e per tratta.

136. Quest'ultimo supplemento è connesso ai costi relativi al sistema di prenotazione di Ryanair ed ha, quindi, natura e motivazione diverse dal supplemento che in passato veniva richiesto per l'elaborazione dei pagamenti.

137. Ryanair ha deciso di esentare dal pagamento di tale supplemento i possessori di carta *Visa Electron* (fino al 31 dicembre 2009) e *MasterCard Prepaid* (dal 1° dicembre 2009). La modifica intervenuta è stata spiegata in ragione della "possibile intenzione di Visa di ritirare dal mercato la carta *Visa Electron*".⁹³

138. Secondo il professionista, il supplemento amministrativo pari a 5 € per persona e per tratta, rientra tra gli elementi facoltativi del prezzo finale di un biglietto aereo, in conformità con l'art. 23 del Regolamento (CE) 1008/2008⁹⁴, in quanto può essere evitato dal consumatore scegliendo la *MasterCard* prepagata quale mezzo di pagamento. Infatti, tale supplemento viene aggiunto al prezzo totale solo e soltanto nella misura in cui il passeggero sceglie una modalità di pagamento diversa dalla summenzionata carta di credito.

139. Ryanair ritiene, peraltro, che tale approccio risulti confermato dalle conclusioni del *CPC Report on Airline Taxes, Fees, Charges and Surcharges* realizzato per conto della Commissione europea (cd. *Sweep 2007*), in particolare laddove si afferma, al paragrafo 7.2.1, che "se tutti i metodi di pagamento messi a disposizione del consumatore prevedono l'applicazione

⁹³ Cfr. doc. n. 246 dell'indice del fascicolo.

⁹⁴ Ai sensi dell'art. 23 del Regolamento (CE) 1008/2008, "[...] il prezzo finale da pagare è sempre indicato e include tutte le tariffe aeree passeggeri o merci applicabili, nonché tutte le tasse, i diritti ed i supplementi inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione. I supplementi di prezzo opzionali sono comunicati in modo chiaro, trasparente e non ambiguo all'inizio di qualsiasi processo di prenotazione e la loro accettazione da parte del passeggero deve avvenire sulla base dell'esplicito consenso dell'interessato («opt-in»)".

di un costo aggiuntivo - ad esempio, una somma per il pagamento mediante carta di credito - allora tale supplemento è inevitabile e deve essere incluso nella tariffa del biglietto”.

140. Sempre secondo il professionista, perché il supplemento relativo al pagamento mediante carta di credito possa essere considerato opzionale, è sufficiente che sia a disposizione del consumatore almeno una modalità di pagamento esente dall'applicazione di tale supplemento, cosa che, per analogia, può essere trasposta alla fattispecie in esame nonostante la diversa natura della tariffa amministrativa applicata dal vettore. In tal caso, al consumatore dovrà essere indicato, prima del termine della prenotazione, il prezzo comprensivo sia degli elementi essenziali che di quelli opzionali selezionati.⁹⁵

141. Il professionista ritiene, altresì, che il proprio sito *internet* fornisca ai consumatori tutte le informazioni necessarie circa l'esistenza e l'importo dell'*administration fee* sia prima che durante la procedura di prenotazione del biglietto. In particolare, prima dell'inizio della prenotazione, sull'*homepage* del sito *internet*, sono presenti ben tre *link* alla Tabella dei supplementi facoltativi e, nel corso delle varie fasi del processo di prenotazione, è riportato l'avvertimento che al totale visualizzato potranno essere aggiunti oneri facoltativi (quali, ad es., il supplemento amministrativo o il supplemento per il bagaglio registrato).

142. Peraltro, i consumatori erano a conoscenza sia dell'esistenza del supplemento amministrativo che della carta di credito da utilizzare per usufruire dell'esenzione dal pagamento del supplemento, come dimostra l'elevatissimo numero di transazioni effettuate con la carta di credito *Visa Electron* prima che questa fosse sostituita dalla *Mastercard* prepagata.

IVA su voli nazionali – Erronea indicazione del prezzo dei servizi definiti opzionali

143. Secondo il professionista, il consumatore risulta adeguatamente informato dell'applicazione dell'IVA nei *Termini e condizioni di viaggio di Ryanair* (ben prima dell'inizio della procedura di prenotazione), documento che, nella versione precedente alla modifica attuata durante il procedimento, recitava: "*Non viene applicata IVA su prezzi e tariffe per viaggi*

⁹⁵ Ryanair, nella sua memoria finale, a sostegno delle sue tesi cita anche un *report* pubblicato lo scorso dicembre dall'*Office of Fair Trading* inglese ("OFT") avente ad oggetto le modalità di presentazione dei prezzi, nonché la delibera del luglio 2008 della *Dutch Advertising Code Authority* (autorità olandese) che ha annullato la decisione del comitato di prima istanza in materia di comunicazioni pubblicitarie.

internazionali. Tuttavia, i prezzi mostrati per tariffe e altri costi sono soggetti a IVA su voli nazionali italiani, francesi, spagnoli e tedeschi alle percentuali in vigore stabilite dai relativi governi. Una ricevuta dell'IVA verrà automaticamente inoltrata per tutte le prenotazioni di voli interni in Italia". Anche nella ricevuta di pagamento inviata tramite posta elettronica sono specificate sia l'applicazione dell'IVA che il relativo importo.

C) L'assistenza post vendita

Il numero telefonico a pagamento (899...) per l'esercizio del diritto al rimborso di un biglietto aereo non fruito: bonus di credito, informativa, modalità e procedure per il rimborso.

144. Il professionista, premesso che il consumatore veniva adeguatamente informato sul proprio sito *internet* delle modalità di utilizzo del *bonus* di credito di viaggio, ha confermato che, per esigenze di natura prevalentemente tecnica, tale *bonus* poteva essere accreditato solo contattando il centro prenotazioni di Ryanair e che, dopo l'avvio del procedimento, il vettore ha deciso di eliminare tale specifica modalità.

145. In relazione all'unico messaggio pubblicitario proposto da Ryanair ai consumatori che contattavano il proprio *call center*, il professionista ha dichiarato che nessun aggravio economico sussisteva per il consumatore poiché il messaggio pubblicitario veniva trasmesso in sostituzione di un messaggio automatico di attesa, quindi solo nel caso in cui il consumatore avesse dovuto aspettare per poter parlare con un operatore. Il consumatore non veniva, infatti, posto in attesa e non ascoltava alcun messaggio pubblicitario qualora fosse stato subito disponibile un operatore. In ogni caso, i tempi di attesa medi per poter parlare con un operatore erano ragionevoli, pari a circa 60 secondi.⁹⁶

Informativa, modalità e procedure per il rimborso delle tasse governative

146. Ryanair ritiene che il consumatore sia adeguatamente informato sia dell'esistenza che dell'ammontare dei costi della procedura di rimborso delle tasse governative⁹⁷ e che il contributo richiesto ai consumatori, fissato in

⁹⁶ Ryanair, con le sue memorie, ha dichiarato che, nel periodo compreso tra il 2008 e il 2009, il [80 - 100%] delle chiamate al *call center* riceveva risposta entro 60 secondi.

⁹⁷ Nella nuova versione delle *Condizioni Generali di Trasporto* pubblicata sul sito del professionista, all'articolo 4.2 si prevede, tra l'altro, quanto segue: "(...) *Nel caso in cui non compiate il viaggio, potete*

base ai costi sostenuti dal professionista per processare ciascuna richiesta di rimborso, sia teso a recuperare tali costi e a non ostacolare la fruizione del rimborso delle tasse governative.

D) Le informazioni e le comunicazioni rivolte ai consumatori italiani in lingua diversa dall'italiano (inglese)

147. Ryanair, ben prima dell'avvio del procedimento, aveva modificato la propria politica in merito alla lingua da utilizzare per la presentazione di reclami ed aveva espresso una semplice preferenza per la lingua inglese, motivata da mere ragioni di economia gestionale.

148. In ogni caso, il Servizio Clienti della Ryanair non avrebbe mai rifiutato di processare un reclamo di un consumatore, anche laddove non formulato in inglese. Inoltre, Ryanair provvede da tempo ad utilizzare la lingua italiana per le *e-mail* di conferma per le prenotazioni effettuate in lingua italiana. Di conseguenza, quanto accaduto ad uno dei consumatori segnalanti ⁹⁸ sarebbe dovuto ad un isolato incidente del sistema di prenotazione.

149. Avuto riguardo alla pubblicazione nel sito del professionista della versione in lingua inglese delle Condizioni Generali di Trasporto, Ryanair ha sottolineato che il consumatore aveva a disposizione in varie sezioni del sito *internet* tutte le informazioni necessarie per avere contezza dei termini e delle condizioni d'utilizzo del biglietto; pertanto, dalla mancanza della versione italiana delle Condizioni Generali di Trasporto non potrebbe farsi derivare alcun pregiudizio per il consumatore.

richiederci, entro un mese e per iscritto, il rimborso totale di quelle tasse governative soggette solo al rimborso del contributo amministrativo nella misura stabilita nella nostra Tabella dei Supplementi Facoltativi. (...)". Il riferimento alla Tabella dei Supplementi è costituito da un *link* ipertestuale che consente ai consumatori di avere maggiori dettagli in merito all'ammontare del contributo richiesto per la procedura di rimborso. Inoltre, nella sezione *Contatti* del sito *internet* di Ryanair sono presenti sia il numero di *fax* che l'indirizzo del *Customer Service* cui inviare la richiesta di rimborso. In aggiunta, le FAQ "*È possibile chiedere un rimborso per un volo non utilizzato?*" e "*È possibile cancellare una prenotazione prima del volo? È necessario avvertire Ryanair se il passeggero non effettuerà il viaggio?*" presenti sul sito *internet* di Ryanair esplicitano l'ammontare di tale spesa amministrativa.

⁹⁸ Cfr. doc. n. 117 dell'indice del fascicolo.

E) I maggiori oneri da corrispondere per i servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo e per riemissione della carta di imbarco in aeroporto

I servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo

150. Sulla base di verifiche disposte in seguito ad una delle segnalazioni riportate in sede di comunicazione di avvio, il professionista ha comunicato di aver riscontrato un errore di progettazione del programma di gestione delle prenotazioni, relativo, in particolare, alla scomposizione del prezzo finale nei suoi diversi elementi di costo (nel caso di specie, l'importo dovuto per IVA e per *handling fee*) ma che, comunque, il prezzo totale da pagare mostrato al consumatore, comprensivo della differenza dovuta per il cambio data, era corretto.⁹⁹

Il servizio di riemissione della carta d'imbarco

151. Ryanair non si ritiene responsabile dei costi ulteriori addebitati ai consumatori per tale servizio dalle società di gestione aeroportuale e ritiene che la condotta contestatale sarebbe lungi dal potersi considerare una pratica scorretta quanto, piuttosto, frutto di isolati episodi causati dall'erronea applicazione, da parte delle società di *handling*, delle istruzioni e delle procedure stabilite da Ryanair.

Ulteriori argomentazioni

152. In relazione ai parametri di correttezza indicati dall'art. 20 del Codice del Consumo, Ryanair esclude che le condotte dalla stessa poste in essere possano considerarsi scorrette tenendo anche conto del limitato numero di segnalazioni pervenute in Autorità se paragonate al numero di passeggeri dalla medesima società trasportati in Italia ogni anno. Il professionista sostiene che l'alterazione del comportamento economico del consumatore debba essere "apprezzabile" ed incidere sulla "capacità del consumatore di

⁹⁹ La segnalazione di cui si riferisce nel testo riguarda il doc. n. 84 dell'indice del fascicolo in cui il consumatore contestava la richiesta di un pagamento pari a 55,46 euro, anziché della sola penale prevista di 35 euro, pur in presenza di analogo volo, al momento della prenotazione, per il quale veniva richiesto un costo più basso di quello originariamente pagato pari a 29,79 euro (Cfr. allegato 6 alla medesima segnalazione). Ryanair ha attivato il suo personale IT ritenendo di aver risolto il problema tecnico. Cfr. doc. n. 220 dell'indice del fascicolo.

prendere una decisione consapevole di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso”, ciò che non riguarderebbe il caso di specie, visto che la stragrande maggioranza dei passeggeri sarebbe assolutamente soddisfatta del servizio reso dalla compagnia.

153. In merito alla gravità di alcune delle condotte contestate, alla luce delle disposizioni normative del Codice del Consumo, le condotte commerciali in esame non rivelano né tratti di "molestia", né di "coercizione", né di "indebito condizionamento".

IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DAL PROFESSIONISTA

154. In data 6 dicembre 2010, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'art. 8, del Regolamento, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione, dandone successiva attuazione, come già sinteticamente illustrato, che sono riassunti in dettaglio nella Tabella che segue.

Tab9

	IMPEGNO	DATA ATTUAZIONE
Pratica A	L'impegno proposto da Ryanair consiste nel non utilizzare ulteriormente il claim " <i>tasse e spese opzionali escluse</i> ", limitandolo a " <i>spese opzionali escluse</i> "	15 FEBBRAIO 2011
Pratica B	1) Rimuovere la Web check-in fee dalla Tabella dei supplementi facoltativi. 2) Modificare la Tabella dei supplementi facoltativi in modo da evidenziare l'applicazione dell'IVA ai voli nazionali.	6 DICEMBRE 2010
Pratica C *	1) Rendere disponibile un apposito modulo per la presentazione on-line di tutti i tipi di reclami e delle richieste di rimborso. 2) Aggiungere alle FAQ relative alla procedura di rimborso un <i>link</i> ai recapiti completi di Ryanair. 3) Non trasmettere più messaggi pubblicitari durante le telefonate al call center.	15 FEBBRAIO 2011
		6 DICEMBRE 2010
Pratica D	L'impegno consiste nel rimuovere dal sito il riferimento alla preferenza per la lingua inglese per le comunicazioni con Ryanair (sezione " <i>Domande sui viaggi - Contatti</i> ").	15 FEBBRAIO 2011
Pratica E	1) Compiere un mirato sforzo di comunicazione nei confronti delle società di <i>handling</i> in modo da accrescere la loro specifica consapevolezza sulla corretta applicazione delle istruzioni di Ryanair, specialmente per quanto riguarda l'applicazione dei sovrapprezzi; 2) Incrementare la vigilanza, tramite appositi <i>audit</i> vertenti sulla corretta applicazione, da parte delle società di <i>handling</i> delle istruzioni di Ryanair.	6 DICEMBRE 2010

- Per esigenze di natura prevalentemente tecnica, i bonus di credito ottenuti a seguito della mancata fruizione di un volo per cause non imputabili ai consumatori potevano essere utilizzati solo contattando telefonicamente il centro prenotazioni di Ryanair. Ryanair ha deciso di eliminare i bonus di credito, prediligendo il rimborso integrale del biglietto (laddove il consumatore non voglia viaggiare sul volo riprogrammato).

●
155. Con nota, pervenuta in data 17 febbraio 2011, Ryanair ha comunicato di aver attuato gli impegni proposti, allegando alcuni *screenshots* relativi alle modifiche apportate al proprio sito *internet*.¹⁰⁰

156. Come precedentemente indicato l’Autorità, nella sua adunanza del 16 febbraio 2011, ha deliberato di non accogliere gli impegni presentati.

¹⁰⁰ Si tratta, in particolare, degli *screenshots* relativi alle seguenti pagine *web*: i) FAQ “*Come contattare l’assistenza clienti*”; ii) FAQ “*È possibile chiedere un rimborso per un volo non utilizzato?*”; iii) prima pagina del documento *Termini e Condizioni Generali di Trasporto* pubblicati in lingua italiana; iv) pagina della procedura di cambio data e tratta di un volo. Cfr. doc. n. 220 dell’indice del fascicolo.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

157. Poiché alcune delle pratiche oggetto del presente provvedimento sono state diffuse tramite *internet*, in data 21 aprile 2011 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

158. Con parere pervenuto in data 3 giugno 2011, la suddetta Autorità ha ritenuto che le pratiche commerciali in esame, integrano la violazione del disposto degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

159. In particolare, l'Autorità ha rilevato che la documentazione trasmessa dall'operatore pubblicitario in risposta alla comunicazione di attribuzione dell'onere della prova, disposta dall'Autorità Garante della concorrenza e del Mercato ai sensi dell'art. 27, comma 5, del citato Codice del Consumo, non appare idonea a comprovare l'esattezza materiale dei dati di fatto richiesti in quanto, come precisato dal professionista, *“Ryanair si è ritenuta impossibilitata ad adempiere all'attribuzione dell'onere non essendo riuscita a cogliere né la finalità né l'attinenza con il procedimento in corso”*.

160. In conclusione, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha deliberato che le pratiche commerciali in esame violano il disposto di cui agli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

161. Le pratiche commerciali oggetto di valutazione consistono nell'adozione delle diverse condotte descritte al precedente paragrafo II, lettere da *A*) a *E*). Tali condotte si pongono in contrasto con le prescrizioni del Codice del Consumo nella misura in cui sono contrarie alla diligenza professionale e idonee ad ingenerare nel consumatore falsi affidamenti in ordine alle caratteristiche ed al prezzo dei servizi resi, ovvero omettono informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno per assumere una decisione di natura commerciale pienamente consapevole.

162. In particolare, gli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria evidenziano l'esistenza di diversi profili di scorrettezza che risultano idonei ad alterare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore ovvero a incidere sui diritti allo stesso riconosciuti dalle disposizioni del Codice del Consumo.

163. Le fattispecie esaminate riguardano una pluralità eterogenea di oggetti ed elementi contrattuali, alcuni essenziali – quali, ad esempio, la composizione del prezzo del servizio e i conseguenti diritti di rimborso – ed altri accessori – quali, ad esempio, i servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo. Ancora, alcuni di tali elementi attengono tipicamente al momento dell’acquisto del prodotto, altri si riferiscono all’esecuzione del contratto e, dunque, a diverse fasi del rapporto negoziale. Siffatte condotte, in quanto tra loro strutturalmente, funzionalmente e temporalmente autonome, integrano altrettante distinte pratiche commerciali scorrette.

164. In particolare, la pratica contraddistinta dalla lettera *A*) riguarda le modalità di proposizione delle promozioni commerciali di voli aerei pubblicizzate dal vettore attraverso i diversi canali di diffusione considerati (*internet* e stampa). Tali offerte assumono autonoma rilevanza in quanto proposte a condizioni tariffarie diverse rispetto a quelle ordinariamente applicate, valide solo in determinati periodi temporali e soggette a specifiche limitazioni.

165. La pratica di cui alla precedente lettera *B*) attiene alle modalità di indicazione del prezzo del servizio di trasporto aereo proposto da Ryanair all’inizio del sistema di prenotazione *on line* che risulta sempre inferiore a quello effettivamente pagato dai consumatori dal momento che, sia nel corso che alla fine del processo di prenotazione, si aggiungono ulteriori elementi di costo prevedibili *ab origine* e ordinariamente applicati dal professionista - salvo limitatissime eccezioni - denotando una mancanza di trasparenza nelle relative modalità di calcolo ed inducendo i consumatori in errore quanto al prezzo del servizio e alla reale natura di tali supplementi (obbligatori o facoltativi). La condotta in questione riguarda tutte le offerte del vettore aereo ed è riconducibile alla generale politica commerciale adottata dal professionista.

166. La pratica di cui alla precedente lettera *C*) si riferisce all’esercizio dei diritti di rimborso per un viaggio non fruito. In tale ambito, le condotte esaminate denotano scarsa diligenza nell’assistenza *post vendita* al consumatore, suscettibile di determinare un ingiusto pregiudizio economico nei suoi confronti. Il riferimento è, da un lato, all’obbligo di contattare un numero a pagamento per l’ottenimento di un *bonus* di credito per un volo non fruito per cause dipendenti dal vettore, dall’altro, all’omessa indicazione, nelle pagine *web* del sito del professionista dedicate alle prenotazioni dei voli, dell’onerosità della procedura di rimborso delle tasse

governative per mancata fruizione del servizio di trasporto aereo precedentemente acquistato¹⁰¹, nonché delle modalità alternative alla richiesta di rimborso tramite *call center* a pagamento. La condotta in questione riguarda tutte le offerte del vettore aereo ed è riconducibile alla generale politica commerciale adottata dal professionista.

167. In relazione alla pratica di cui alla lettera **D)**, la pubblicazione, in una lingua diversa, delle Condizioni generali di trasporto del vettore, non consente una immediata e chiara comprensione degli aspetti essenziali del contratto di trasporto con Ryanair in un momento antecedente al suo perfezionamento, quando il consumatore ha necessità di acquisire piena consapevolezza dei diritti e degli obblighi che derivano dalla sua sottoscrizione e/o accettazione.

168. La pratica di cui alla lettera **E)** riguarda, invece, l’informativa ai consumatori in caso di modifica delle modalità di prestazione del servizio acquistato, in particolare nei casi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo e di riemissione della carta di imbarco. Anche questa condotta interviene successivamente al rilascio del titolo di trasporto e attiene alle condizioni di esercizio di determinate facoltà riconosciute ai consumatori.

169. Nel seguito del provvedimento tali condotte formano oggetto di distinta valutazione.

A) Le modalità di prospezione di taluni messaggi pubblicitari diffusi da Ryanair a mezzo internet e/o a mezzo stampa

170. La pratica commerciale in esame concerne la presunta ingannevolezza di taluni messaggi pubblicitari diffusi da Ryanair, a mezzo *internet* e/o stampa, avuto riguardo all’impossibilità, o all’estrema difficoltà, di rinvenire, in fase di prenotazione dei voli prescelti dai consumatori, le tariffe pubblicizzate o, comunque, all’inadeguatezza delle informazioni rese relativamente alle limitazioni concernenti le offerte di Ryanair ed, in particolare, all’allocazione per tratta delle disponibilità dei posti.

171. Il professionista ha effettuato alcune campagne pubblicitarie caratterizzate dai seguenti *claim*: 1) “2 MILIONI DI POSTI a partire da €10. Solo andata – tasse incluse”; 2) “VOLA a partire da € 10, solo andata, tasse incluse” e 3) “1 MILIONE di voli a 1 euro - solo andata - tasse e spese

¹⁰¹ Si rammenta che tale procedura comporta il pagamento di una *fee* amministrativa di importo pari a 20 euro.

opzionali escluse".¹⁰² Tali promozioni sono sempre presenti sulla pagina del sito *internet* in lingua italiana e, alcune volte, accompagnate da campagne su quotidiani nazionali e locali.

172. Ryanair, nel corso del procedimento istruttorio, ha specificato i criteri generali seguiti per distribuire i posti in offerta sulle singole tratte. Precisando che le offerte commerciali sono concepite su base europea e che non vanno intese quali offerte specifiche, bensì come un invito a consultare il sito *internet* della compagnia dove i consumatori possono reperire le informazioni necessarie all'esatta comprensione delle offerte proposte.

173. Circa le modalità di distribuzione dei posti, il professionista ha precisato che esse mirano a raggiungere un "*load factor*" elevato¹⁰³, variando discrezionalmente la distribuzione delle offerte di giorno in giorno in relazione al numero di prenotazioni effettuate e al raggiungimento del *load factor* prefigurato per ciascun volo in offerta (cfr. precedente punto n. 42 e ss.).

174. Inoltre, come già evidenziato alla precedente sezione III, punto 2), lettera A), tutte le offerte del professionista prevedono, normalmente, delle considerevoli limitazioni che, oltre alla effettiva disponibilità dei posti sulle varie tratte, possono riguardare il periodo di prenotazione, il periodo di volabilità, i giorni della settimana applicabili, l'acquisto anticipato di 14 giorni, ecc..

175. In proposito va rilevato come le modalità di proposizione al pubblico delle promozioni e/o delle offerte commerciali poste in essere da un professionista (peraltro molto noto sul mercato), non rispettano un adeguato *standard* di correttezza e trasparenza relativamente all'effettiva offerta dei propri servizi, non potendosi ritenere – contrariamente a quanto sostenuto da Ryanair - che tali modalità siano riconducibili all'ambito della mera enfasi pubblicitaria o che le campagne intendano semplicemente invitare alla consultazione del sito *internet* del professionista. L'indicazione di un numero preciso di voli (*1 Milione; 2 Milioni*) ad un determinato prezzo (*1 euro, 10 euro*) induce nei destinatari legittime aspettative, puntualmente disattese al momento della ricerca per l'acquisto sul *web*. Il fenomeno, poi, assume

¹⁰² È stata poi acquisita agli atti ulteriore documentazione relativa ad ulteriori iniziative promozionali del professionista, quali "*Per viaggiare a settembre – saldi – prenota entro la mezzanotte di domenica*" - "*PRICE GUARANTEE*"; "*1 MILIONE di voli € 9,99 andata – tasse e spese incluse*"; "*1 MILIONE di voli € 7 andata – tasse e spese incluse*", tutte con analoghe modalità di diffusione.

¹⁰³ A tale scopo, Ryanair utilizza un sistema di gestione che seleziona continuamente un certo numero di biglietti che, secondo l'analisi effettuata, rimarrebbe invenduto se non offerto ad un prezzo molto conveniente.

ancora maggiore rilevanza qualora le campagne promozionali vengono diffuse anche a mezzo stampa (*Vedi precedenti Immagini nn. 8 e 9*).

176. Se si considera, poi, come affermato dallo stesso professionista, che le sue operazioni promozionali comprendono tutte le tratte coperte in ambito europeo, appare evidente che l'elevatissimo numero di posti pubblicizzato si svuota di contenuto in riferimento al bacino di utenza nei confronti del quale viene diffuso il messaggio pubblicitario (nel caso di specie, i consumatori italiani o alcune sue frazioni, in relazione alla limitata diffusione dei quotidiani locali), ciò in quanto esso, in concreto, è notevolmente più ridotto e, altresì, gravato da tutta una serie di limitazioni che ne comprimono considerevolmente la reale portata. Da verifiche effettuate, a fronte di una promozione di 1 milione di posti, quelli offerti in Italia erano inferiori a 100.000 (cfr. par. 59).

177. In secondo luogo il professionista ha precisato di non determinare in modo fisso e comunque di non rendere noti ai consumatori i posti disponibili per le singole rotte e di variare tali elementi giornalmente in relazione al parametro del *load factor*. In tal modo è evidente che il consumatore non viene messo in condizione di trovare l'offerta tariffaria promessa. In particolare, non appare conforme alla diligenza, in costanza di una promozione commerciale, che la disponibilità dei posti sulle singole tratte possa variare in funzione di scelte totalmente discrezionali operate dal professionista per ragioni di convenienza economica (il raggiungimento o meno di un certo livello di *load factor*), potendo così il vettore aereo decidere come e quanto rispondere ad una promessa pubblicitaria da lui stesso effettuata ed in corso di validità.

178. Da alcune verifiche effettuate per specifiche promozioni (cfr. sezione III, n. 2, par. 51 e 52), lettera A) è risultato peraltro, che il numero di posti offerti dal professionista era significativamente inferiore a quello indicato nella promozione.

179. Anche le numerosissime e variegate condizioni poste alla base delle diverse offerte di Ryanair, non vengono indicate nei messaggi pubblicitari diffusi dal professionista a mezzo stampa e sono, quindi, conoscibili solo in un momento in cui il consumatore è già stato attratto dall'appetibilità del *claim* promozionale - caratterizzato da particolare enfasi sia contenutistica che grafica (*2 Milioni di posti a partire da.... – SALDI, ecc.*) - rendendo di fatto estremamente difficoltoso, se non impossibile, che il consumatore abbia successo nella ricerca della tariffa pubblicizzata.

180. Inoltre, il sistema di gestione delle prenotazioni, da un lato, non consente un'immediata connessione all'offerta pubblicizzata – rinviando al sistema di prenotazione ordinario e quindi alla scelta di tratta e data di interesse - , dall'altro, non fornisce alcuna informazione sulla diminuzione o sull'esaurimento della disponibilità dei posti. In altre parole, il sistema informatico utilizzato valuta solo al momento della richiesta, e sulla base della situazione globale delle prenotazioni, la sussistenza delle condizioni per confermare il posto alla tariffa in promozione.

181. Alla luce di quanto sin qui esposto, emerge dunque una problematica ricorrente che consiste, come testimoniato dalle numerose richieste di intervento pervenute da parte dei consumatori, nella sistematica difficoltà per il consumatore di reperire i voli sul sito *internet* del professionista ai prezzi pubblicizzati pur rispettando le condizioni dallo stesso stabilite (ad es. *prenotabilità* e *volabilità*). In particolare, è estremamente difficoltoso, se non impossibile, che il consumatore abbia successo nella ricerca della tariffa pubblicizzata in quanto il sistema di gestione delle prenotazioni, da un lato, non consente un'immediata connessione all'offerta pubblicizzata, dall'altro, non viene sistematicamente aggiornato sulla effettiva disponibilità dei posti.

182. L'"effetto aggancio" che si determina in simili circostanze è di tutta evidenza. Una volta iniziato il processo di ricerca dei voli, i consumatori sono indotti a prendere visione delle diverse e/o ulteriori offerte del professionista presenti sul sito *internet* con il risultato di trovarsi di fronte a proposte economicamente ben più svantaggiose che, se note sin dall'inizio nella loro entità, potrebbero indurli a non avviare affatto il processo di prenotazione *on line*.

183. Tale problematica relativa al grado di diligenza del professionista nel formulare le offerte promozionali, da un lato investe la carenza e/o la inadeguatezza di informazioni rese ai consumatori sul reale numero complessivo e sulla distribuzione per tratta dei voli offerti – dall'altro riguarda l'estrema difficoltà per questi ultimi di verificare e trovare i posti alle tariffe promozionali pubblicizzate.

184. Né appare sufficiente che il numero complessivo di posti in promozione, per tutte le tratte in essa ricomprese (e, quindi, anche con riferimento alle tratte extranazionali, per le quali i consumatori italiani non hanno obiettivamente alcun interesse), sia sostanzialmente rispettato – evidenza peraltro smentita da alcune verifiche effettuate sui dati del professionista - se al consumatore non viene normalmente fornita alcuna

informazione, prima dell'avvio del processo di ricerca, sul numero di posti ancora disponibile e/o sulla loro distribuzione per ciascuna tratta servita.

185. L'effetto per il consumatore, data l'assoluta carenza di informazioni *ab origine* riguardo al numero e alla distribuzione dei posti per ogni singola tratta in promozione e/o alla sussistenza di disponibilità sulla tratta di interesse, è quello di vedere frustrati, senza apparente giustificazione, i propri tentativi di ricerca e di fruizione delle offerte del professionista ai prezzi pubblicizzati.

186. In proposito, pur volendo considerare le difficoltà tecniche incontrate dalla compagnia nella gestione di una rilevante mole di dati in tempo reale - aspetto comune, però, a tutti gli operatori del settore - appare conforme a criteri di diligenza e correttezza la rimozione dell'informazione pubblicitaria, nel momento in cui la disponibilità di posti in promozione dovesse esaurirsi, anche soltanto su una delle tratte in essa ricomprese.

187. In altre parole, si ritiene che il professionista non adotti gli accorgimenti necessari, anche dal punto di vista dei sistemi informatici utilizzati, affinché i consumatori possano concretamente ed agevolmente reperire le offerte promozionali loro prospettate, senza dover incorrere in ricerche molto spesso infruttuose. Inoltre, si ritiene non diligente il professionista che non abbia cura di eliminare tempestivamente l'offerta promozionale pubblicizzata in caso di esaurimento dei posti.

188. Alla luce di quanto esposto, si ritiene che la condotta in esame, in conformità al parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, integri una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, lettera b), c) e d) 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 inducendolo in errore circa l'effettiva reperibilità di voli aerei alle tariffe pubblicizzate, nonché omettendo di fornire, o fornendo in maniera inadeguata, informazioni necessarie al consumatore per comprendere l'effettiva portata delle offerte.

B) Le modalità di indicazione del prezzo proposto dal professionista sul sito internet www.ryanair.com/it all'inizio del sistema di prenotazione on line dei voli. Web check in, Commissione per pagamento con carta di credito, IVA su voli nazionali

189. La pratica in esame è diretta a verificare la correttezza delle modalità di presentazione delle tariffe offerte per il servizio di trasporto aereo dal

vettore Ryanair ai consumatori, specificamente attraverso il sito *internet* www.ryanair.com/it e il relativo sistema di prenotazione *on line*.

190. Alcuni elementi di costo, infatti, qualificati come “*oneri facoltativi*”, vengono normalmente addebitati ai consumatori da Ryanair nel corso (*web check in*) e/o al termine (tariffa amministrativa per pagamento con carta di credito) del processo di prenotazione *on line*, aggiungendosi alla tariffa base inizialmente proposta. Inoltre, le tariffe e i supplementi di prezzo definiti opzionali (qualora scelti dal consumatore) previsti per i voli interni di diversi Paesi europei, tra cui l’Italia, sono indicati nella *Table of fees* senza applicazione dell’IVA – secondo la percentuale in vigore stabilita dal relativo governo – il cui ammontare si aggiunge, nel corso del processo di prenotazione, all’importo richiesto per la fornitura dei predetti servizi.

191. Per i motivi di seguito illustrati, tale pratica commerciale è da considerarsi scorretta, ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto suscettibile, attraverso lo scorporo di oneri non eventuali, falsamente rappresentati come un costo non preventivabile *ex ante* ed esterno al controllo del vettore, di indurre in errore il consumatore medio circa il prezzo effettivo del servizio offerto. In particolare, premesso il contesto normativo di riferimento, le argomentazioni che seguono riguardano la riscontrata scorrettezza della pratica in contestazione rispetto ai principi di trasparenza informativa che devono essere osservati dal professionista, indipendentemente dal mezzo di comunicazione utilizzato, ai fini di una corretta rappresentazione del prezzo di un biglietto aereo e, con particolare riferimento alla *web check in fee* e al *credit card surcharge*, alla reale natura e alle modalità di calcolo dei supplementi addebitati a.

192. Il prezzo dei biglietti per il trasporto aereo deve essere chiaramente ed integralmente indicato, sin dal primo contatto con il consumatore, in modo da rendere immediatamente e chiaramente percepibile l’esborso finale. Tale principio trova conferma non solo nella giurisprudenza amministrativa, ma anche nella normativa nazionale (Legge 2 aprile 2007 n. 40)¹⁰⁴, negli orientamenti espressi dalla Commissione Europea a seguito dell’indagine (*Sweep*) condotta nel 2007 per l’applicazione della Direttiva sulle pratiche

¹⁰⁴ Legge n. 40/07, recante: “*Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, recante misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese*”, pubblicata in G.U. 2 aprile 2007, n. 77, S.O.. L’art. 3, comma 1, rubricato “*Trasparenza delle tariffe aeree*”, statuisce che: “*Al fine di favorire la concorrenza e la trasparenza delle tariffe aeree, di garantire ai consumatori un adeguato livello di conoscenza sugli effettivi costi del servizio, nonché di facilitare il confronto tra le offerte presenti sul mercato, sono vietati le offerte e i messaggi pubblicitari di voli aerei recanti l’indicazione del prezzo al netto di spese [...]*”.

commerciali scorrette¹⁰⁵ e, più recentemente, nel Regolamento CE n. 1008/2008.¹⁰⁶

193. Più in dettaglio, con riguardo alle modalità di presentazione delle tariffe aeree, l'art 23 del citato Regolamento comunitario, dispone: *i) che la tariffa aerea sia indicata, qualsiasi sia il mezzo di comunicazione utilizzato per la sua offerta - compreso internet - “all inclusive”*: specificamente *“Il prezzo finale da pagare è sempre indicato e include tutte le tariffe aeree passeggeri o merci applicabili, nonché tutte le tasse, i diritti ed i supplementi inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione”*; *ii) la specificazione delle singole voci di costo (il c.d. breakdown of the price)*. In particolare, oltre al prezzo finale devono essere specificati almeno i seguenti elementi: tariffa aerea passeggeri e merci, tasse, diritti aeroportuali, altri diritti, tasse o supplementi connessi, ad esempio, alla sicurezza o ai carburanti; *iii) che i costi per i servizi opzionali devono essere: “[...] comunicati in modo chiaro, trasparente e non ambiguo all’inizio di qualsiasi processo di prenotazione e la loro accettazione da parte del passeggero deve avvenire sulla base dell’esplicito consenso dell’interessato («opt-in»)”*.

194. Come rilevato nel corso degli accertamenti istruttori, il sito *internet* di Ryanair e il relativo sistema di prenotazione *on line* non risultano conformi ai richiamati principi di trasparenza e completezza informativa.

Web check in fee

195. La *web check in fee* corrisponde al supplemento applicato da Ryanair per effettuare il *check-in on line* ai passeggeri. Il supplemento, che prima del 21 maggio 2009 era l'opzione più conveniente per il consumatore, a far data dal 21 maggio 2009, è stato reso obbligatorio viene ad aggiungersi alla tariffa proposta e, quindi, costituisce parte integrante del prezzo del biglietto, configurandosi quale elemento di costo inevitabile e prevedibile richiesto da Ryanair per la fornitura del servizio di trasporto aereo.

196. Tale supplemento risulta dall'estrapolazione dalla tariffa aerea del costo della specifica attività relativa al *check-in* dei passeggeri, che il professionista aggiunge automaticamente nel corso del processo di

¹⁰⁵ L'iniziativa, cui hanno partecipato quindici Autorità nazionali competenti e la Norvegia, ha riguardato i siti *internet* di oltre cento compagnie aeree. I risultati dello *Sweep* e il relativo comunicato stampa sono consultabili sul sito *internet* http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/index_en.htm.

¹⁰⁶ Regolamento (CE) n. 1008/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 settembre 2008 recante “Norme comuni per prestazione di servizi aerei nella Comunità”, in GUCE, L 293/3, del 31 ottobre 2008.

prenotazione così incrementando il prezzo del biglietto dopo la scelta del volo e della tariffa¹⁰⁷.

197. Infatti, dopo tale scelta, nella prima schermata si presentano al consumatore i voli disponibili per la data prescelta e per quelle immediatamente precedenti e successive, con l'indicazione delle relative tariffe. Nel momento in cui il consumatore seleziona una tariffa, il prezzo finale da pagare si incrementa della voce per *check in on line* (cfr. precedente immagine n. 13), rappresentato separatamente dalla tariffa e si aggiunge a quest'ultima nel determinare il prezzo complessivo da pagare, costituito da tutti gli elementi da corrispondere, fino a quello stadio della prenotazione, obbligatoriamente.¹⁰⁸

198. Tale modalità di rappresentazione del prezzo del servizio è da considerarsi scorretta in quanto dalla tariffa proposta e estrapolato un elemento di costo necessario e viene fornita un'ambigua e incompleta rappresentazione delle condizioni economiche per l'acquisto del servizio ingenerando confusione nel consumatore rispetto all'esborso complessivo da sostenere per il volo prescelto.

199. Il supplemento, tuttavia, non corrisponde a un servizio diverso e ulteriore, rispetto a quello di trasporto, ma risulta ad esso inscindibilmente connesso riguardando l'accettazione del passeggero attraverso il rilascio della carta di imbarco. Si tratta, pertanto, di una componente di costo del servizio offerto dal professionista, non separabile dal prezzo del biglietto aereo.

200. Inoltre, anche dopo il 21 maggio 2009, il *web check in* ha continuato ad essere inserito nella *Table of fees* fra i supplementi facoltativi, potendo, per l'effetto, ingenerare confusione nei consumatori circa l'effettiva necessità della sua corresponsione al momento della prenotazione/acquisto di un volo, così come attestato dalle segnalazioni ricevute.

Commissione per pagamento con carta di credito

201. Analoghe considerazioni valgono per il supplemento di 5 € per passeggero e per tratta, richiesto dal professionista, al termine del processo di prenotazione, a titolo di pagamento del servizio di trasporto aereo mediante carta di credito. Anche tale onere, presentato quale facoltativo (esso viene,

¹⁰⁷ Vedi precedente immagine n. 13.

¹⁰⁸ Normalmente, come risulta dall'attuale configurazione del sistema di prenotazione del professionista,, compaiono anche altre voci oltre il *web check-in*, quali le tasse e la tassa EU261,

infatti, inserito all'interno della *Table of Fees*, visionabile mediante *link* ipertestuale dall'*home page* del sito *www.ryanair.com/it*), in realtà è normalmente applicato dal professionista alla larga maggioranza dei biglietti acquistati *on line* almeno a partire dalla data della prima segnalazione pervenuta in merito (agosto 2008)¹⁰⁹ ed è tuttora in uso.

202. Più specificamente, tale costo aggiuntivo, fino al mese di dicembre 2009, veniva imputato da Ryanair quale commissione per il pagamento con carta di credito/debito (salvo che per una specifica tipologia di carta, la *Visa Electron*). A partire da tale data, questa commissione è stata ridenominata quale supplemento - sempre di importo pari a 5 € per passeggero e per tratta - per le spese amministrative di prenotazione (*Tariffa amministrativa*). Inoltre, dal 1° gennaio 2010 e a tutt'oggi, Ryanair ha escluso dal pagamento di tale costo aggiuntivo unicamente i possessori di carte prepagate *Mastercard*, invece che quelle effettuate con *Visa Electron*, precedentemente esentate.¹¹⁰

203. Nel caso di specie, deve peraltro considerarsi che il professionista non ha soddisfatto l'onere della prova, attribuitogli ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, circa l'esattezza materiale dei dati di fatto relativi, in particolare, all'effettiva natura dell'addebito, nonché alle modalità di calcolo del relativo importo.

204. Il prezzo del biglietto, indicato al consumatore nelle promozioni e/o all'inizio del processo di prenotazione, non comprende l'importo del *credit card surcharge* il quale è aggiunto automaticamente alla tariffa inizialmente indicata (e agli altri servizi opzionali eventualmente richiesti) al termine del processo di prenotazione, al momento della scelta della carta di credito con cui effettuare il pagamento del servizio.

205. Tale supplemento, tuttavia, non corrisponde a un servizio diverso e ulteriore, rispetto a quello di trasporto, ma risulta inscindibilmente connesso alle modalità di pagamento normalmente accettate dal professionista per regolare le transazioni effettuate *on line* sul proprio sito *internet* in lingua italiana. Si tratta, pertanto, di una componente di costo del servizio offerto dal professionista, come tale non separabile dal prezzo del biglietto aereo.

206. La reale natura del *credit card surcharge*, come elemento del servizio di trasporto e componente del relativo prezzo, risulta confermata dai seguenti elementi: a) dal regime di rimborso di tale supplemento che segue il regime

¹⁰⁹ Cfr. doc. n. 16 dell'indice del fascicolo.

¹¹⁰ Si noti che nel corso dell'istruttoria, in particolare da alcune segnalazioni pervenute, è emerso che, già in passato, il supplemento di cui si discute veniva diversamente qualificato dal professionista quale *Passenger Fee* e/o *Italian domestic handling fee* e/o *spese di gestione* e/o *tariffa amministrativa*.

di rimborsabilità proprio della tariffa¹¹¹; b) dall'affermazione del professionista secondo cui tale addebito è richiesto per le spese amministrative di gestione del sistema di prenotazione, affermazione che conferma la natura di costo interno del supplemento sostenuto da Ryanair per l'esecuzione della fase del pagamento mediante la quale si perfeziona il contratto di trasporto.

207. Posto che ai fini della valutazione del comportamento in esame è del tutto irrilevante l'esistenza o meno nel sito *internet* in lingua italiana del professionista di modalità di pagamento degli acquisti alternative e gratuite rispetto all'addebito su carta di credito¹¹², è pacifico che rimane nella piena disponibilità dell'impresa l'applicazione di sconti e riduzioni di prezzo in corrispondenza di particolari circostanze quali, ad esempio, l'utilizzo di specifici strumenti di pagamento che si intendano favorire per motivi di efficienza o convenienza economica.

208. Nel caso in esame e sulla base delle informazioni fornite dal professionista, il sovrapprezzo in contestazione risulta applicato alla maggior parte delle vendite *on line* regolate mediante carta di credito (pari al 94% nel 2010, cfr. tabella 6). Ne discende che, nell'ambito delle transazioni effettuate *on line* tramite il sito *internet* in lingua italiana della compagnia aerea, l'applicazione del supplemento rappresenta sostanzialmente la regola, piuttosto che l'eccezione, o anche solo una circostanza meramente eventuale.¹¹³

209. In merito allo scorporo del *credit card surcharge* dal prezzo del biglietto aereo assume rilievo, oltre ai richiamati principi di trasparenza tariffaria, anche l'art. 3, comma 4, del Decreto Legislativo 27 gennaio 2010 n. 11¹¹⁴, di recepimento della Direttiva (CE) n. 2007/64¹¹⁵ sui servizi di pagamento nel mercato interno, in forza del quale "*il beneficiario non può applicare spese al pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento*", mentre è consentito, ai sensi del comma 3 dello stesso articolo,

¹¹¹ Come confermato dal professionista in corso di istruttoria, eccetto che nei casi di volo cancellato o riprogrammato o di lutto in famiglia, gli unici elementi di costo della tariffa che Ryanair considera rimborsabili sono le tasse governative. Cfr. doc. 211 dell'indice del fascicolo.

¹¹² Infatti, i richiamati principi di trasparenza tariffaria (ora espressamente codificati dalla normativa comunitaria) prescrivono in ogni caso il divieto di scorporo dal prezzo del biglietto aereo, comunque reclamizzato, di voci di costo che non riguardano servizi diversi da quello del trasporto passeggeri.

¹¹³ Con riferimento all'anno 2010, (gennaio-luglio) il 94% delle transazioni sono state effettuate con carte diverse dalla *Mastercard Prepagata*, quindi senza usufruire di esenzione alcuna negli acquisti via *internet*.

¹¹⁴ Decreto Legislativo, n. 11/10 "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 GURI S.O., n. 29L, del 13 febbraio 2010).

¹¹⁵ Pubblicata in GUCE L 319/1, del 5 dicembre 2007.

applicare uno sconto nel caso di utilizzo di un particolare strumento di pagamento.

210. Il legislatore italiano ha, quindi, chiaramente optato per l'adozione di un regime particolarmente stringente in sede di trasposizione della richiamata direttiva, che pure rimetteva agli Stati membri la libertà di applicare o meno la regola del cd. *surcharge* (i.e. la possibilità per il beneficiario di applicare spese al pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento)

211. La scorrettezza della condotta risulta, inoltre, dalle stesse modalità utilizzate per indicare l'esistenza del supplemento e i criteri di applicazione. Si consideri, infatti, che prima della conclusione del processo di prenotazione *on line*, l'informazione circa l'esistenza e l'importo del supplemento è fornita con modalità inadeguate a rappresentare adeguatamente al consumatore il prezzo del servizio offerto, in quanto tale informazione, costituita da un generico *link* di rinvio alla *Table of fees* ("Le tariffe non includono i supplementi facoltativi - clicca qui"), viene resa con evidenza grafica assolutamente insufficiente avuto riguardo sia alle offerte promozionali diffuse sul sito *internet* www.ryanair.it, sia alle pagine *web* del processo di prenotazione *on line*, in cui si rilevano solo ed unicamente dei collegamenti ipertestuali sempre alla *Table of fees*, presente in una sezione diversa e separata dalle pagine relative al processo di prenotazione *on line*.

212. Alla luce di quanto esposto, la presentazione delle tariffe dei servizi di trasporto offerti dal professionista sul proprio sito *internet* attraverso lo scorporo dell'importo del *credit card surcharge* dal prezzo del biglietto, nelle offerte tariffarie promozionali o all'inizio del processo di prenotazione *on line*, così come le modalità utilizzate per informare i consumatori dell'esistenza di tale supplemento, non rispondono ai criteri di trasparenza e completezza informativa cui il professionista deve attenersi quando promuove la propria offerta tariffaria e, di conseguenza, 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 (secondo la classificazione di tariffa, tasse e supplementi).

213. Infine, numerosi consumatori hanno lamentato di non essere riusciti a concludere la transazione di acquisto via *internet*, senza sopportare il pagamento della commissione richiesta, pur essendo in possesso di una carta *Visa Electron* (e ciò, come già evidenziato, fino al mese di dicembre 2009).

214. In proposito, dalle risultanze istruttorie, in particolare da quanto reso noto dalla società *Visa Europe Service Inc.*¹¹⁶, è emerso che, nelle transazioni via *internet*, per l'accettazione della carta *Visa Electron* il *merchant* (nel caso di specie, Ryanair) deve possedere due principali requisiti, tra loro non alternativi, consistenti: **1)** nella capacità di autorizzare elettronicamente una transazione; **2)** nell'obbligo di richiedere l'autorizzazione, all'istituto di credito che ha emesso la carta, per tutte le transazioni effettuate con carta *Visa Electron*, a prescindere dal loro valore. Tra le ragioni più frequenti per cui una transazione non si perfeziona, rientra il mancato completamento del processo di autorizzazione.

215. Da quanto sopra, si deduce che, per entrambe le possibili cause della mancata conclusione delle transazioni con *Visa Electron*, il professionista è chiamato a svolgere un ruolo attivo nel processo autorizzatorio, il che comporta una responsabilità diretta nei confronti di quei consumatori che, dotati della carta richiesta ai fini dell'esenzione dal pagamento della commissione, non riescono a portare a termine la transazione con detto strumento e che, come risulta da diverse segnalazioni pervenute, sono stati costretti ad utilizzare una carta diversa.¹¹⁷

216. Tale circostanza appare idonea a qualificare come non diligente il comportamento del professionista soprattutto ove si consideri che quest'ultimo, venuto a conoscenza dei problemi incontrati attraverso i reclami dei consumatori, si è limitato semplicemente ad aggiornare la lista dei codici, senza offrire rimedi a coloro che avevano sopportato un onere aggiuntivo, non dovuto e non preventivato, per completare l'acquisto del biglietto. Nel caso di specie, pertanto, la condotta del vettore risulta non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell'attività svolta.

IVA su voli nazionali – Erronea indicazione del prezzo dei servizi definiti opzionali

217. Fino alla data di presentazione degli impegni da parte del professionista (6 dicembre 2010)¹¹⁸, nella *Table of Fees* (Tabella dei

¹¹⁶ Visa Europe Service Inc. è una società di *payments business*.

¹¹⁷ Cfr., a titolo esemplificativo, i docc. nn. 62 e 76 dell'indice del fascicolo.

¹¹⁸ A partire da tale data, in testa alla *Table of Fees*, il professionista ha inserito la seguente dicitura: Su voli nazionali in Italia, Francia, Portogallo e Germania tutte le tariffe sono soggette a IVA secondo le percentuali in vigore stabilite dai relativi governi.

supplementi facoltativi) nulla veniva indicato circa la necessità di aggiungere l'imposta sul valore aggiunto (IVA), ai corrispettivi richiesti per i servizi opzionali resi sui voli domestici italiani che erano (allora come oggi) rappresentati al netto di tale imposta.

218. Soltanto nel documento Termini e Condizioni di viaggio, presente in un'altra sezione del sito, alla voce VAT/IVA si specificava che “*Non viene applicata IVA su prezzi e tariffe per viaggi internazionali. Tuttavia, i prezzi mostrati per tariffe e altri costi sono soggetti a IVA su voli nazionali italiani, (...)*”.

219. Il professionista ha, dunque, proposto ai consumatori una falsa rappresentazione dei prezzi dei servizi opzionali in quanto essi non includono, per i voli domestici, un elemento (l'IVA) che è parte della tariffa, da corrispondere obbligatoriamente e che va ad incrementare, al pari di altri e diversi elementi di costo, il prezzo finale del biglietto.

220. Analogamente a quanto già esposto *supra* in riferimento al *credit card surcharge*, il prezzo del servizio deve essere presentato al consumatore nella sua totalità sin dalla sua prima rappresentazione, essendo quanto meno possibile, nella Tabella dei supplementi facoltativi, differenziare il corrispettivo richiesto a seconda della tipologia del volo (nazionale o domestico).

221. Alla luce di quanto esposto e con riferimento a tutti i profili sopraindicati, tale pratica commerciale, in conformità al parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, deve ritenersi scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto non consente ai consumatori di avere una immediata e completa percezione del prezzo del servizio di trasporto offerto dal professionista.

C) L'assistenza post vendita per il rimborso del biglietto non fruito per causa del vettore o per il rimborso di tasse del biglietto non fruito per cause del passeggero: Il numero telefonico a pagamento (899...): il bonus di credito, informativa, modalità e procedure per il rimborso.

222. Il riconoscimento e l'esercizio del diritto al rimborso per i biglietti non fruiti contempla distinte ipotesi a seconda che l'annullamento del viaggio dipenda da cause imputabili alla compagnia o, piuttosto, da circostanze personali del passeggero.¹¹⁹

¹¹⁹ Non si considerano, in questa disamina, le circostanze di cancellazione, ritardo, negato imbarco disciplinate dal Reg. CE 261/04.

223. Nel primo caso, (annullamento del volo o ritardo superiore alle tre ore rispetto all'orario di partenza per ragioni imputabili a Ryanair) il professionista prevedeva : *a*) il rimborso completo del biglietto (se il volo o i voli offerti in alternativa non erano adatti o se non si effettuavano viaggi); ovvero *b*) l'assegnazione di un *bonus* quale credito per un nuovo e diverso viaggio.¹²⁰

224. Nel secondo caso, (rinuncia al volo da parte del passeggero), nessun rimborso veniva previsto, eccezion fatta per l'importo corrispondente alle Tasse governative, da richiedere entro un mese dalla data del viaggio prenotato¹²¹ con l'applicazione di una *fee* amministrativa.

225. Con riferimento alla prima situazione, nei principali documenti relativi al contratto di trasporto di Ryanair (*Termini e Condizioni di Viaggio e General Conditions of Carriage for Passengers and baggage*) e nelle stesse FAQ, disponibili sul sito *internet* del professionista, non si rinveniva alcuna informativa riguardo alle procedure da seguire per le richieste di rimborso se non in relazione al *bonus* di credito per il quale era indicata la necessità di contattare un numero telefonico a pagamento.¹²²

226. Solo nella diversa sezione delle FAQ, denominata *Contatti (Come contattare l'assistenza clienti)* – peraltro non immediatamente ed agevolmente accessibile¹²³ - con specifico riferimento alle richieste di rimborso per voli cancellati si trovava anche l'indicazione relativa ad un numero di *fax* della compagnia aerea al quale inviare le richieste di rimborso.

227. Le descritte informazioni disponibili sul sito *internet* del professionista, frammentate all'interno dei principali documenti che disciplinano il contratto di trasporto, sia per il loro contenuto che per le loro modalità espositive e la loro collocazione, risultano, quindi, confusorie e incomplete. In ogni caso, l'unica modalità chiaramente indicata per ottenere informazioni del diritto al rimborso della tariffa nei casi previsti (annullamento del volo o modifica

¹²⁰ Il documento *Termini e Condizioni di viaggio*, al paragrafo *Cancellazione di voli e cambiamenti di orari*, così recitava: “*Se il volo è stato cancellato e l'orario di partenza è stato anticipato o posticipato di oltre tre ore prima della data di partenza, il passeggero ha diritto a un buono per un altro viaggio o a un rimborso completo di tutti i pagamenti effettuati se il volo o i voli alternativi offerti non sono adatti o non si effettuano viaggi*”. Analoga disposizione era prevista al paragrafo 9.1.2 delle *General Conditions of Carriage for Passengers and baggage*.

¹²¹ Attualmente tale regola non è mutata.

¹²² Cfr. FAQ “*Cosa succede se Ryanair modifica l'orario del volo?*” alla pagina 245 del documento n. 130 dell'indice del fascicolo. Fino al mese di febbraio 2010, il costo della chiamata era pari a €0,80 al minuto. Successivamente, in seguito alla modifica nella gestione dei servizi di *call center*, non più affidati a soggetti terzi, le tariffe in uso sono mutate. In particolare, il servizio di *Reservation line*, per acquisire informazioni, costava 0,24 € per chiamata + 0,96 € al minuto.

¹²³ Si osservi che tale collocazione all'interno del sito *internet* richiede al consumatore di scorrere le relative pagine per prenderne visione.

dell'orario superiore alle tre ore rispetto a quello di partenza stabilito) era la telefonata al numero a pagamento 899. Al riguardo, appaiono significative alcune segnalazioni pervenute da parte di consumatori¹²⁴ che hanno lamentato il pregiudizio economico subito per essere stati indotti a contattare il numero telefonico a pagamento di Ryanair per l'esercizio del proprio diritto, nonché il rilevante ammontare di ricavi conseguiti dal professionista attraverso la gestione del proprio *call center* che, nel triennio preso in considerazione 2008-2010, ha registrato entrate annue superiori a [150.000 – 300.000] euro (vedi precedente Tab. 7)¹²⁵.

228. Anche nella seconda situazione, relativa alla richiesta di rimborso delle tasse governative per voli non fruiti per cause imputabili al consumatore, nel sito *internet* del professionista non figuravano informazioni sulla specifica procedura da seguire, residuando quindi, anche in questo caso, solo il contatto del *call center* a pagamento. Inoltre, al momento dell'avvio del procedimento istruttorio, nei documenti relativi al contratto di trasporto del vettore, non era indicato l'ammontare della *fee* applicata da Ryanair, pari a 20 € per le richieste di rimborso delle tasse governative, semplicemente indicata quale “*ragionevole tariffa amministrativa*”¹²⁶.

229. Con riferimento ad un periodo di tempo ritenuto dallo stesso professionista rappresentativo ed in grado di consentire un pieno apprezzamento dei fatti rilevati ai fini dell'istruttoria¹²⁷, gli elementi acquisiti confermano l'inconsistenza del numero e dell'entità delle richieste di rimborso delle tasse governative avanzate dai consumatori rispetto al numero di biglietti inutilizzati. Dalle risultanze istruttorie risulta, infatti, che il

¹²⁴ Cfr., a titolo esemplificativo, i documenti nn. 37, 52, 84 e 114 dell'indice del fascicolo.

¹²⁵ Si rammenta, infatti, che Ryanair, in passato, forniva ulteriori e diversi servizi attraverso il *call center* al costo di una chiamata locale.

¹²⁶ Contrariamente a quanto affermato dal professionista nella risposta alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, i documenti acquisiti agli atti in data 30 settembre 2010 (Cfr. doc. n. 130 dell'indice del fascicolo), in particolare la pagina delle FAQ, sezione *Domande sui viaggi – Modifiche prima del volo*, alla domanda *È possibile chiedere un rimborso per un volo non utilizzato?*, tra l'altro, indicava che “(...)Le tasse governative sono l'unico componente di tasse, tariffe e oneri soggetto a rimborso. I rimborsi delle tasse governative sono soggette a una ragionevole tariffa amministrativa” (sottolineatura aggiunta). Inoltre, nella versione inglese delle *General Conditions of Carriage for Passengers and baggage*, all'articolo 4.2, denominato *TAXES, FEES AND CHARGES*, era scritto: “*If you do not travel, you may apply in writing within one month for a full refund of any such government taxes subject to a reasonable administration fee. Other than government taxes, all other monies paid are non-refundable*” (sottolineatura aggiunta). Nessun importo, pertanto, era dato rinvenire nei suddetti documenti, al di là di una mera generica indicazione dell'esistenza di un onere da corrispondere.

¹²⁷ Il periodo riguarda l'intervallo temporale febbraio - aprile 2010. Cfr. doc. n. 211 dell'indice del fascicolo.

numero delle richieste di rimborso e quello delle richieste accolte è assolutamente esiguo (quest'ultimo inferiore allo 0,01%)¹²⁸.

230. Alla luce di quanto esposto, si ritiene che rientri nella diligenza del professionista, nel caso di specie uno dei principali vettori aerei europei, fornire ai consumatori, da un lato, in modo chiaro e trasparente, tutte le informazioni di cui essi necessitano al fine di poter esercitare un proprio diritto (il rimborso di un titolo di viaggio non fruito). In particolare, la condotta in esame è idonea ad indurre in errore il consumatore in quanto lo spinge a contattare il *call center* a pagamento della società - anche solo per ricevere informazioni in merito - sopportandone i costi, salvo poi scoprire che il suo diritto al rimborso viene pressoché azzerato dalla previsione di una consistente *fee* amministrativa il cui importo non era dato conoscere prima del contatto telefonico.¹²⁹

231. Il diritto al rimborso - totale o parziale - del biglietto, così come le alternative per esso previste (il *bonus* di credito) deve, infatti, essere esercitato senza oneri a carico dei consumatori che ne deprivino sostanzialmente il loro contenuto. Pertanto, appare scorretto che l'esercizio di tale diritto sia consentito solo attraverso modalità onerose, nel caso di specie attraverso l'utilizzo di un numero a pagamento, in quanto tale condotta si risolve in un'ingiustificata frapposizione di ostacoli all'esercizio di un diritto, in grado di vanificarlo.

232. Tale valutazione di scorrettezza riguarda, oltre alla necessità di rivolgersi al numero a pagamento per cui valgono le considerazioni sopraesposte, anche la *fee* richiesta per il rimborso delle tasse per voli non fruiti per cause imputabili al consumatore. Anche in questo caso, l'assenza di informazione sull'ammontare della *fee*, l'importo totale della stessa e l'onerosa procedura di rimborso prevista, appaiono preordinate a scoraggiare il consumatore ad avanzare la richiesta o, comunque, a rendere inutile l'esercizio del diritto al rimborso.

233. Nel caso di specie, la *fee* imposta non può considerarsi alla stregua di corrispettivo per un nuovo servizio reso al consumatore (come nel caso dei servizi opzionali quali trasporto bagagli, assicurazione, ecc.), perché il rimborso deriva da un'obbligazione che discende dal contratto di trasporto per il caso di non utilizzo del biglietto acquistato. Pertanto, non merita

¹²⁸ Lo stesso professionista imputa quale principale motivo del *gran numero* di richieste rifiutate l'ammontare delle tasse rimborsabili che, molto spesso, non supera quello della *fee* applicata da Ryanair. Cfr. doc. n. 211 dell'indice del fascicolo.

¹²⁹ Infatti, se l'importo di cui si richiede il rimborso dovesse risultare inferiore a tale supplemento, Ryanair non effettuerà alcun rimborso.

accoglimento la difesa del professionista che giustifica la *fee* imposta per processare le richieste di rimborso con il sostenimento di costi amministrativi (considerato, peraltro, il numero insignificante di richieste effettivamente processate), in quanto tale costo è da imputarsi ai costi ordinari di gestione.

234. Alla luce delle considerazioni sopra esposte, in conformità al parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, si ritiene che la pratica commerciale descritta adottata da Ryanair sia contraria agli artt. 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo in quanto, non fornendo un'informativa chiara, trasparente e facilmente accessibile riguardo le circostanze e le modalità che danno diritto al rimborso di un titolo di viaggio non fruito, può indurre il consumatore a ritenere di non avere diritto al rimborso stesso.

235. I comportamenti descritti, inoltre, devono considerarsi scorretti sotto il profilo dell'onerosità della procedura di rimborso che appare preordinata a scoraggiare il consumatore nell'avanzare la richiesta o, comunque, a rendere di fatto vano l'esercizio di tale diritto, integrando sotto questo profilo anche una violazione degli artt. 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo.

D) Le informazioni e le comunicazioni rivolte ai consumatori italiani in lingua diversa dall'italiano (inglese)

236. La pubblicazione delle *General Conditions of Carriage for Passengers and baggage* in lingua inglese sul sito *internet* del vettore nella versione italiana, appare scorretta perché non rende di immediata e chiara comprensione all'utente aspetti essenziali del contratto di trasporto.

237. In proposito, si rileva che le Condizioni generali di trasporto - che il consumatore deve espressamente accettare, attraverso apposito segno di spunta, per poter procedere all'acquisto *on line* dei biglietti aerei offerti dal professionista - contengono regole fondamentali e dettagliate relative al servizio oggetto di acquisto come, in particolare, quelle sulla validità e rimborsabilità del titolo di viaggio, nonché sui casi in cui il professionista si riserva il diritto di rifiutare il trasporto.

238. La scorrettezza della pubblicazione di tali regole in una lingua diversa da quella del consumatore cui il sito *internet* si rivolge è stata riconosciuta anche dalla Commissione europea a seguito del richiamato *Sweep* del 2007 nel settore dell'offerta *on line* di servizi di trasporto aereo passeggeri.

239. In senso contrario, non può eccepirsi che, in ogni caso, il consumatore aveva a disposizione in varie sezioni del sito *internet* (ad esempio, le numerose FAQ) tutte le informazioni necessarie per avere contezza dei termini e delle condizioni d'utilizzo del biglietto e che, pertanto, dalla mancanza della versione italiana delle Condizioni Generali di Trasporto non discenderebbe alcun pregiudizio per il consumatore.¹³⁰

240. Di conseguenza, l'omessa pubblicazione in lingua italiana delle Condizioni generali di trasporto - fino al 17 febbraio 2010 - integra, in conformità al parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 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 ad aspetti essenziali del rapporto contrattuale con il professionista.

E) I maggiori oneri da corrispondere per i servizi di cambio di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo e per riemissione della carta di imbarco.

241. I *Termini e Condizioni di Viaggio*, presenti sul sito *internet* del professionista ben disciplinano modalità, condizioni e costi di eventuali variazioni di date e/o orari e/o nome e/o tratte di un volo. In particolare, per ciò che concerne la modifica di data, orario e destinazione, il documento indica chiaramente l'ammontare della *fee* richiesta per tratta e per persona (35€ se la modifica viene effettuata *on line*, 55€ se direttamente in aeroporto) al quale deve aggiungersi l'eventuale differenza tra la tariffa più bassa disponibile per il nuovo volo e quanto si è in precedenza pagato per il vecchio volo. Nel caso il nuovo volo abbia un costo inferiore, non è riconosciuto alcun rimborso e, conseguentemente, può dedursi che il sovrapprezzo dovuto dal consumatore è rappresentato soltanto dall'ammontare della *fee* prevista, nei diversi importi sopra indicati in relazione alle modalità adottate per il cambio (*on line* o direttamente in aeroporto).

¹³⁰ Lo stesso documento *Termini e Condizioni di viaggio*, redatto in lingua italiana sul sito Ryanair, precisa che il contratto di trasporto stabilito con Ryanair è soggetto alla *Condizioni Generali di Trasporto per i passeggeri e i bagagli e ai relativi regolamenti, disposizioni e/o normative attinenti ad argomenti specifici*, rimandando attraverso un collegamento ipertestuale al documento originale in lingua inglese.

242. In un caso¹³¹, è emersa evidenza della disponibilità, al momento dell'effettuazione del cambio di data e tratta *on line*, di un nuovo volo della medesima tipologia (*regular fare*) ad un costo più basso (29,79 €) di quello già sostenuto per il vecchio volo (59,23€). Nonostante ciò, il prezzo proposto al consumatore per il cambio (55,46 € - dato dalla differenza tra il nuovo prezzo complessivo richiesto al consumatore, pari a 114,69 € e l'importo già pagato per il vecchio biglietto, pari a 59,23 €) si è rivelato superiore alla *fee*, pari a 35 €, da questo effettivamente dovuta secondo la regola posta dallo stesso professionista, circostanza che ha spinto il segnalante all'acquisto di un nuovo e diverso biglietto, per il medesimo volo, ad un costo inferiore (29,79 €).

243. Il professionista, nel corso del procedimento, pur ammettendo un errore di progettazione del programma informatico di gestione delle prenotazioni¹³², non ha fornito spiegazioni circa l'effettiva esistenza di una tariffa più bassa applicabile al caso specifico - che avrebbe comportato l'addebito di una somma aggiuntiva corrispondente all'importo della sola *fee* (35 €) – proponendo al consumatore una diversa e più alta tariffa (39,99 € anziché 0,99 € oltre tasse e *handling fee*). Ryanair, comunque, ha ritenuto correttamente indicato l'importo totale richiesto al consumatore ma non ha fornito alcuna delucidazione sulle modalità di calcolo adottate per addivenire alla richiesta di un importo complessivo differente e maggiore rispetto a quanto da lei stessa indicato nel documento *Termini e Condizioni di Viaggio*.¹³³

244. In proposito, il comportamento di Ryanair appare censurabile in quanto al consumatore è stata proposta, nella schermata relativa al cambio richiesto, un tariffa più alta di quella al momento disponibile¹³⁴.

245. In relazione, poi, agli ulteriori addebiti richiesti per la riemissione in aeroporto della carta di imbarco al consumatore che ne risulti sprovvisto al momento di intraprendere il viaggio, le risultanze istruttorie hanno evidenziato che, in alcune circostanze, confermate dal professionista, le società di *handling* operanti per conto del professionista abbiano richiesto al

¹³¹ Cfr. doc. n. 84 dell'indice del fascicolo.

¹³² Tale errore, nella videata della pagina *web* apparsa al consumatore al momento del cambio *on line*, si configurava: *i*) nella mancata scomposizione della tariffa nei suoi vari elementi di costo; *ii*) nell'omissione dell'importo dovuto per IVA per il cambio effettuato su un volo domestico; *iii*) nell'omissione del corretto importo dovuto per *handling fee*.

¹³³ Cfr. doc. n. 219 dell'indice del fascicolo.

¹³⁴ Solo un eccesso di diligenza da parte del consumatore gli ha impedito di sostenere un onere superiore a quello effettivamente dovuto per godere del medesimo servizio, ricercando ed acquistando lo stesso volo ad un prezzo più basso.

passaggero la corresponsione di oneri aggiuntivi - IVA 20% e diritti richiesti dalle società concessionarie dei servizi aeroportuali -, ulteriori rispetto a quelli indicati nella *Table of Fees* e nei *Termini e Condizioni di viaggio* del vettore.

246. Tale circostanza è idonea a recare un ingiusto pregiudizio economico ai consumatori attraverso l'imposizione di oneri non dovuti, pena il diniego del servizio di trasporto. In particolare, il luogo (l'aeroporto) in cui si verifica siffatta imposizione non consente ai consumatori altra scelta se non quella di corrispondere i sovrapprezzi (ingiustamente maggiorati) richiesti per vedersi garantire l'esecuzione del servizio principale acquistato (il trasporto); ciò rende la condotta commerciale aggressiva nei riguardi dei consumatori.

247. Né può accettarsi la difesa del professionista che nega la propria responsabilità per tali ulteriori addebiti attribuendo alle società di *handling* l'errata applicazione delle istruzioni e procedure da loro e divulgate anche attraverso l'ausilio di corsi di formazione. Si tratta, infatti, di soggetti che operano in nome della compagnia, che applicano puntuali regole e istruzioni circa le modalità e l'onerosità di alcuni servizi offerti dal vettore (accettazione passeggeri, bagagli, priorità all'imbarco) e, quindi, di azioni che rientrano pienamente nella responsabilità del vettore.

248. Limitarsi unicamente alla fornitura di istruzioni preliminari agli *handlers* e, sulla base di quanto asserito dal professionista, la totale assenza di un adeguato sistema di vigilanza sulla corretta esecuzione delle condizioni economiche stabilite per la riemissione della carta di imbarco, rivelano, anche in questo caso, l'inosservanza del grado di diligenza normalmente esigibile da un operatore quale Ryanair. Tale negligente condotta trova, peraltro, conferma nell'assenza di un qualsivoglia meccanismo di ristoro per quei consumatori che hanno sopportato un onere economico superiore a quello effettivamente dovuto e richiesto *ab origine* dal professionista. Ciò che si è verificato nelle fattispecie contestate dai consumatori¹³⁵ è, sintomo di un'obiettiva negligenza del professionista che ha dimostrato la sua incapacità nel controllo della corretta esecuzione dei termini e delle procedure da parte di quei soggetti terzi, contrattualmente vincolati, che operano in sua vece.

249. Tali comportamenti, pertanto, in conformità al parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sono da considerarsi ingannevoli, ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22 del

¹³⁵ Cfr. documenti nn. 55 e 122 dell'indice del fascicolo.

Codice del Consumo in quanto richiedono un onere maggiore rispetto a quello previsto dalle condizioni economiche stabilite dallo stesso vettore nei *Termini e Condizioni di Viaggio*, inducendo in errore il consumatore con riferimento al sovrapprezzo richiesto e agli ulteriori elementi di costo (IVA ed *handling fee*) comunque da sostenere per il completamento dell'operazione.

250. Sulla base di quanto esposto, la pratica commerciale da ultimo descritta, considerando il tempo ed il luogo della sua esecuzione, deve ritenersi aggressiva ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera *a*), del medesimo Codice.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

251. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

252. Inoltre, in caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come l'art. 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689, enunciando principi generali in materia di sanzioni amministrative, sia pienamente applicabile anche alle materie di competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato¹³⁶.

253. Alla luce del quadro giurisprudenziale così delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate cinque distinte pratiche commerciali, tra loro strutturalmente, funzionalmente e temporalmente autonome, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà, non appare applicabile né l'istituto del concorso formale, né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione materiale delle sanzioni.

254. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, 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

¹³⁶ Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze 26 del 2007 e 1271 del 2006.

per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

255. Con riguardo alla gravità di tutte le violazioni relative alle pratiche di cui al paragrafo II), lettere da **A)** a **E)**, si tiene conto, in primo luogo, della dimensione del professionista, uno dei principali vettori aerei europei, con un fatturato rilevante e in condizioni economiche positive, nonché dell'idoneità delle pratiche a raggiungere un numero considerevole di consumatori in ragione del mezzo utilizzato (il sito *internet* della società) e dell'ampia diffusione delle procedure *on-line* di prenotazione e acquisto dei voli, in particolar modo, in relazione alle compagnie aeree *low cost*.

256. Con specifico riferimento alla pratica di cui al paragrafo II, lettera **A)**, la condotta appare particolarmente grave in quanto le modalità con il quale il professionista ha risposto alle promozioni osservate, rappresentative della *policy* normalmente seguita in materia di comunicazione pubblicitaria, appaiono in grado di condizionare la portata dei *claim* contenuti nei messaggi pubblicitari veicolati ed, in particolare, di consentire ai consumatori l'effettiva possibilità di reperire i voli offerti alle tariffe pubblicizzate.

257. Si consideri, infine, l'ampia diffusione delle promozioni osservate che ha interessato diversi canali di comunicazione (stampa e, in particolare, *internet*) raggiungendo un numero elevatissimo di consumatori esponendoli ad un apprezzabile pregiudizio economico.

258. Per quanto concerne la durata della violazione, dagli elementi acquisiti in atti emerge che, complessivamente considerando tutti i canali di diffusione utilizzati, la pratica è stata attuata a partire dalla fine del mese di febbraio 2008 ed è proseguita almeno fino alla fine del mese di novembre 2010.

259. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Ryanair nella misura di 100.000 €(centomila euro).

260. Tenuto inoltre conto del fatto che Ryanair risulta già destinataria di provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita, di cui al Codice del Consumo¹³⁷, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Ryanair Ltd. nella misura di 110.000 €(centodiecimila euro).

¹³⁷ Cfr provv. n. 18396 del 15 maggio 2008 - PI6023 - *TARIFFE RYANAIR* – in Boll. n. 25/08.

261. Con specifico riferimento alla pratica di cui al paragrafo II, lettera **B**), la gravità dell'infrazione deve apprezzarsi in relazione alla generale applicazione della *web check in fee* e della Tariffa amministrativa per il pagamento con carta di credito (*credit card surcharge*) e quindi al rilevante pregiudizio economico per i consumatori; va, inoltre, considerato che, nel caso di specie, tali oneri aggiuntivi incidono notevolmente sull'entità complessiva delle tariffe proposte dal professionista. In particolare, considerato il rilevante numero annuo di passeggeri trasportati in Italia dal vettore nel 2010 (circa 22 milioni), i ricavi del professionista dall'applicazione di tali voci possono essere stimati per il 2010 in oltre 100 milioni di euro¹³⁸.

262. Per quanto riguarda la durata della violazione, la pratica è stata posta in essere dal 2008 (segnalazioni dei consumatori e dati forniti dal professionista) e risulta tuttora in essere.

263. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 200.000 €(duecentomila euro).

264. Tenuto inoltre conto del fatto che Ryanair risulta già destinataria di provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita, di cui al Codice del Consumo¹³⁹, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Ryanair Ltd. nella misura di 220.000 €(duecentoventimila euro).

265. Con specifico riferimento alla pratica di cui al paragrafo II, lettera **C**), la gravità, con riferimento ai profili di ingannevolezza e aggressività sopra evidenziati, si apprezza in ragione delle numerose situazioni in cui i consumatori potrebbero esercitare il diritto di rimborso, per tutto o per una parte del prezzo del servizio di trasporto acquistato e, quindi, del pregiudizio economico che essa determina nei loro confronti compromettendo sensibilmente l'esercizio di diritti derivanti dal rapporto instaurato con il professionista.

266. Per quanto riguarda la durata della violazione, la pratica è stata posta in essere almeno a far data dal 2009 (data della prima segnalazione) e fino al 15 febbraio 2011 per quanto riguarda l'utilizzo obbligatorio del numero a pagamento, mentre è tuttora in corso per i residui aspetti.

¹³⁸ L'importo di ciascuno dei due supplementi generalmente applicati è infatti di 5 euro, per passeggero e per singola tratta.

¹³⁹ Vedi nota n. 137.

267. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 100.000 €(centomila euro).

268. Considerate le misure assunte dal professionista nel mese di febbraio 2010 per eliminare, seppure parzialmente, la pratica scorretta in esame, in particolare mediante l'introduzione di una procedura di rimborso non onerosa, la sanzione viene ridotta a euro 80.000 €(ottantamila euro).

269. Tenuto inoltre conto del fatto che Ryanair risulta già destinataria di provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita, di cui al Codice del Consumo ¹⁴⁰, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Ryanair Ltd. nella misura di 90.000 €(novantamila euro).

270. Con specifico riferimento alla pratica di cui al paragrafo II, lettera **D**), la pratica è stata posta in essere almeno dal luglio 2010, data dell'accertamento d'ufficio svolto, e fino al 17 febbraio 2011, quando il professionista ha proceduto ad eliminare l'infrazione, specificamente introducendo sul proprio sito *internet* la versione in lingua italiana delle Condizioni Generali di Trasporto.

271. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 25.000 €(venticinquemila euro).

272. Tenuto inoltre conto del fatto che Ryanair risulta già destinataria di provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita, di cui al Codice del Consumo ¹⁴¹, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Ryanair Ltd. nella misura di 27.500 €(ventisettemilacinquecento euro).

273. Con specifico riferimento alla pratica di cui al paragrafo II, lettera **E**), la violazione deve considerarsi grave in quanto suscettibile, attraverso omissioni informative e inesatte applicazioni del corrispettivo richiesto per alcuni servizi accessori, quali la modifica di una data/tratta/orario di un volo e la riemissione della carta di imbarco, di arrecare un significativo pregiudizio economico a un ampio numero di consumatori che si vedono incrementare in misura significativa il costo complessivo del servizio di trasporto aereo, supplementi in alcuni casi richiesti al momento dell'imbarco.

¹⁴⁰ Vedi nota n. 137.

¹⁴¹ Vedi nota n. 137.

274. Per quanto riguarda la durata della violazione, la pratica è stata attuata almeno a partire dal secondo semestre 2009 (data di arrivo delle relative segnalazioni) e risulta tuttora in essere.

275. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 50.000€(cinquantamila euro).

276. Tenuto inoltre conto del fatto che Ryanair risulta già destinataria di provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita, di cui al Codice del Consumo¹⁴², si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Ryanair Ltd. nella misura di 55.000 €(cinquantacinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al paragrafo II, lettera **A**), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, lettera b), c) e d) 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 circa l'effettiva disponibilità di voli aerei alle tariffe pubblicizzate, nonché riguardo alla reale portata e convenienza economica delle offerte pubblicizzate dal professionista;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al paragrafo II, lettera **B**), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante lo scorporo dal prezzo pubblicizzato dei supplementi relativi al *web check in*, all'IVA sui voli nazionali e al *credit card surcharge*, così come le modalità utilizzate per informare i consumatori della sussistenza di tali maggiori oneri, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al costo effettivo del servizio offerto dal professionista;

¹⁴² Vedi nota n. 137.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al paragrafo II, lettera *C*), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 22, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante omissioni e carenze informative, a indurre in errore il consumatore medio in merito al contenuto e alle modalità di esercizio dei propri diritti, nonché suscettibile, attraverso l’imposizione di ulteriori oneri per il riconoscimento del rimborso totale o parziale dei biglietti non fruiti, di ostacolare indebitamente l’effettivo esercizio di tali diritti;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al paragrafo II, lettera *D*), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 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 alle condizioni che regolano il rapporto contrattuale con il professionista;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al paragrafo II, lettera *E*), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 22, 24 e 25, lettera *a*) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile e a condizionare indebitamente il comportamento economico del consumatore medio in relazione agli ulteriori oneri richiesti in caso di variazione di alcuni elementi del servizio di trasporto acquistato o di riemissione della carta di imbarco;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lett *A*), del presente provvedimento, posta in essere da Ryanair Ltd., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, lettera *b*), *c*) e *d*) e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lett **B**), del presente provvedimento, posta in essere da Ryanair Ltd., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che la pratica commerciale descritta al punto II, lett **C**), del presente provvedimento, posta in essere da Ryanair Ltd., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 22, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

d) che la pratica commerciale descritta al punto II, lett **D**), del presente provvedimento, posta in essere da Ryanair Ltd., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 22, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

e) che la pratica commerciale descritta al punto II, lett **E**), del presente provvedimento, posta in essere da Ryanair Ltd., 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*), 22, 24 e 25, lettera *a*) del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

f) di irrogare a Ryanair Ltd., per l'infrazione di cui alla lettera *a*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 110.000 €(centodiecimila euro);

g) di irrogare a Ryanair Ltd., per l'infrazione di cui alla lettera *b*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 220.000 €(duecentoventimila euro);

h) di irrogare a Ryanair Ltd., per l'infrazione di cui alla lettera *c*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 90.000 €(novantamila euro);

i) di irrogare a Ryanair Ltd., per l'infrazione di cui alla lettera *d*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 27.500 € (ventisettemilacinquecento euro);

l) di irrogare a Ryanair Ltd., per l'infrazione di cui alla lettera *e)* una sanzione amministrativa pecuniaria di 55.000 €(cinquantacinquemila euro);

m) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di 60 giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alle diffida di cui ai punti *a)*, *b)*, *c)*, ed *e)*.

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere *f)*, *g)*, *h)*, *i)* ed *l)* 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.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del 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, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, 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

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà