



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, e la Parte III, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Opodo Italia S.r.l. (di seguito anche Opodo) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 3, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo per la disciplina sui diritti dei consumatori nei contratti e 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo per la disciplina sulle pratiche commerciali scorrette. La società è un’agenzia di viaggi *online* che attraverso il sito *www.opodo.it* offre la possibilità di effettuare la ricerca e il confronto di voli, hotel e altri servizi turistici, anche separatamente, nonché di procedere all’acquisto degli stessi.

2. Il bilancio relativo all’anno finanziario 2016 di Opodo presenta ricavi pari

a circa 1,5 milioni di euro.

3. L'associazione di consumatori Altroconsumo, in qualità di segnalante.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne le seguenti tre distinte condotte poste in essere da Opodo nell'ambito dell'offerta di servizi turistici (confronto e acquisto di hotel e voli, anche separatamente) attraverso il proprio sito *www.opodo.it*:

A) Diffusione di informazioni poco trasparenti o omissive circa il soggetto che fornisce il servizio di prenotazione alberghiera, in quanto le pagine *web* del processo di prenotazione recano il marchio *Opodo*, ma in realtà il professionista per tale servizio si avvale di altra piattaforma *online* sotto la proprietà e il controllo di *Booking.com*. Ciò non è indicato nemmeno Termini e Condizioni Generali presenti sul sito internet del professionista.

B) applicazione di un supplemento di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata per l'acquisto di voli (*credit card surcharge*), in quanto effettuando la relativa ricerca sul sito del professionista viene visualizzato in un menù a tendina il prezzo corrispondente ad un eventuale acquisto con lo strumento di pagamento "più economico" indicato di *default* (Carta Agos/eDreams). L'importo prospettato si incrementa in relazione alla scelta del consumatore di pagare con una carta di credito diversa da quella prelezionata nel menu a tendina;

C) assistenza telefonica a tariffazione maggiorata per i servizi post vendita relativi a hotel o voli, dal momento che il professionista indica a tal fine sul proprio sito *www.opodo.it* un numero speciale 892888 al costo di 0,36€ alla risposta, 1,83€ al minuto da rete fissa e di 0,19€ alla risposta, 2,25€ al minuto da rete mobile.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 28 luglio 2017 è stato comunicato a Opodo Italia S.r.l. l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10767, per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 49, 62 e 64 del Codice del Consumo.

In particolare, in tale sede veniva ipotizzato che:

- 1) il comportamento descritto al punto **II, lettera a)** potesse integrare una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, con riferimento alla scarsa trasparenza in merito all'identità del soggetto che fornisce il servizio di prenotazioni alberghiere; inoltre che la medesima condotta, posta in essere dopo il 13 giugno 2014, potesse integrare anche una violazione dell'art. 49, comma 1, lettera *a)* e/o *b)* del Codice del Consumo;
- 2) la condotta descritta al punto **II, lettera b)**, posta in essere dopo il 13 giugno 2014, potesse integrare una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, dal momento che il professionista avrebbe imposto ai consumatori spese ulteriori per l'acquisto dei voli aerei direttamente collegate alla tipologia di carta di credito utilizzata dagli stessi per il pagamento;
- 3) la condotta descritta al punto **II, lettera c)**, posta in essere dopo il 13 giugno 2014, potesse integrare una violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo, con riferimento ai costi della linea di assistenza telefonica per i contratti conclusi.

L'avvio del procedimento è stato comunicato al segnalante il 25 settembre 2017.

6. L'8 agosto 2017 il professionista ha richiesto una proroga dei termini per la presentazione di memorie e ha presentato istanza di accesso agli atti, effettuato il 10 agosto 2017. Il 15 settembre 2017 Opodo ha prodotto una memoria difensiva e ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento.

Con quest'ultima comunicazione, il professionista ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, volti a rimuovere i profili di illiceità delle condotte oggetto di contestazione. La proposta di impegni aveva ad oggetto modifiche all'informativa resa ai consumatori in merito ai costi di prenotazione dei servizi offerti, all'identità dell'operatore di cui lo stesso professionista si avvale per la prenotazione di hotel e alle

modalità di assistenza post vendita.

7. Il successivo 28 settembre 2017 si è tenuta l'audizione richiesta dalla Parte nel corso della quale, tra l'altro, è stata formulata una richiesta di informazioni alla quale il professionista ha dato riscontro in data 4 ottobre 2017.

8. Gli impegni sopra descritti sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 4 ottobre 2017 e ne è stata data comunicazione al professionista il successivo 10 ottobre. A riguardo, l'Autorità, oltre a rappresentare la sussistenza dell'interesse a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione, ha ritenuto che gli impegni presentati fossero relativi a condotte che, ove accertate, avrebbero potuto integrare fattispecie di pratiche commerciali “*manifestamente scorrette e gravi*”, per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, non può trovare applicazione.

9. In data 23 ottobre 2017 è stata comunicata al professionista, e il 24 ottobre 2017 al segnalante, la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. Il professionista ha depositato una memoria conclusiva il 14 novembre 2017.

11. Il 15 novembre 2017 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Il parere è pervenuto in data 11 dicembre 2017.

2) *Le evidenze acquisite*

a) *Identità del professionista che fornisce il servizio di prenotazioni alberghiere*

12. Il sito del professionista *www.opodo.it* offre la possibilità di comparare e acquistare soggiorni in hotel (anche separatamente dai voli). Le pagine *web* del processo di prenotazione *hotel* recano il marchio *Opodo*, ma il servizio è effettuato attraverso la piattaforma *Booking.com*. Sul punto *Opodo* ha rappresentato, infatti, che la sezione del sito “*Hotel*” consiste in un “*micro site*” gestito direttamente da *Booking.com*, che lo mette a disposizione del professionista come servizio “*white label*”, secondo quanto disciplinato da un accordo tra le parti¹.

13. Nelle schermate del processo di prenotazione, fino al 10 ottobre 2017

¹ Cfr. Memorie difensive di *Opodo* del 15 settembre (doc.14) e del 14 novembre (doc. 26) e doc.18.

non era presente alcuna indicazione circa il ruolo svolto da *Booking.com* per i servizi di prenotazione alberghiera. Il riferimento al termine “*booking*” compariva esclusivamente nell’indirizzo URL del *browser* di navigazione insieme ad altre parole, dopo che il consumatore aveva scelto l’hotel e cliccato il pulsante “*prenoto*” prima del pagamento. A partire dal 10 ottobre 2017, è stato inserito un *footer* in caratteri piccoli, visibile solo scorrendo completamente tutte le informazioni presenti sulla pagina del sito relativa ai servizi di prenotazione alberghiera, che specifica “*Il prodotto è venduto da Booking.com attraverso il sito opodo.it - Booking.com B. V., Herengracht 597, 1017 CE, Amsterdam, Paesi Bassi, NL805734958B01, Kamer van Koophandel Amsterdam (Reg. No. 31047344)*”.²

14. Inoltre, a partire dal 14 novembre 2017, il professionista ha inserito nei propri “Termini e Condizioni Contrattuali” l’informazione che “*Per le offerte della sezione hotel, l’Intermediario si avvale dei servizi di Booking.com. (...). Si applicano quindi le condizioni generali di questo fornitore di servizio*”.³

Infine, in data 7 novembre 2017 il professionista ha chiesto a *Booking.com* di rendere più visibili le informazioni relative al soggetto che presta il servizio di prenotazione alberghiera attraverso l’inserimento della frase “*Servizio offerto da Booking.com B.V., v. dettagli nel footer*” in prossimità del *box* di ricerca, nonché della frase “*Destinazione, nome struttura o indirizzo*” all’interno dello stesso *box*⁴.

b) Applicazione di un supplemento di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata per l’acquisto di voli

15. Sul sito del professionista, effettuando la ricerca di un volo aereo, l’importo visualizzato di *default* ad esito dell’interrogazione del sistema si riferisce ad un eventuale acquisto effettuato con lo strumento di pagamento “*più economico*” indicato (Carta Agos/eDreams). In calce ad ogni proposta di viaggio viene specificato “*Prezzo con quota di gestione e tasse incluse pagando con Carta Agos/eDreams (limitato ad un acquisto ogni quindici giorni, per compratore, passeggero o numero di carta)*. Per gli altri metodi di pagamento usa il *box* “*Metodi di pagamento*”. In tale *box* denominato “*Metodi di pagamento*”, che si trova sul lato sinistro della pagina in basso, si informa che “*Ulteriori spese potranno essere applicate dalla compagnia aerea*

² Cfr. comunicazione del 10 ottobre doc.19.

³ Cfr. doc. 26, art. 2.1.3. dei Termini e Condizioni Generali presenti sul sito www.opodo.it.

⁴ Cfr. memoria difensiva di Opodo del 14 novembre 2017 (doc. n. 26).

o da Opodo in base alla tua selezione. Per ricalcolare il prezzo con la tua selezione, clicca “Ricalcola il prezzo”. Pagherò con:“. Scegliendo di pagare con una tipologia di carta di credito diversa da quella proposta di *default*, il sistema ricalcola quindi il prezzo per ogni proposta di viaggio, sempre incrementandolo, anche in modo significativo. Dagli atti emerge che la Carta Agos/eDreams, ovvero la carta che, allo stato, consente di pagare il prezzo inferiore ed è proposta di *default*, è utilizzata per un numero limitato di transazioni.⁵

c) Numero telefonico a tariffazione maggiorata per servizi post vendita di hotel o voli

16. Il professionista mette a disposizione dei consumatori un servizio telefonico di assistenza postvendita a regime tariffario speciale e non a “tariffa base”. In particolare, nella *home page* del sito *www.opodo.it*, al fine di contattare il professionista per richiedere informazioni e gestire problematiche successive alla prenotazione, il consumatore è indirizzato sin dall’*home page* a un riquadro ben visibile posto in alto al centro collegato con la scritta “*Hai bisogno di aiuto? Potrai trovare assistenza e tutte le informazioni necessarie per il tuo viaggio nel nostro nuovo Centro di Assistenza*”, che prevede l’utilizzo del numero speciale 892888 al costo di 0,36€ alla risposta, 1,83€ al minuto da rete fissa e di 0,19€ alla risposta, 2,25€ al minuto da rete mobile. Tale numero è indicato per questioni quali il check in on line, la perdita di coincidenza o cancellazione di un volo.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

17. Nel corso del procedimento il professionista ha esposto le considerazioni che seguono.

18. Con riferimento al soggetto che fornisce il servizio di prenotazione alberghiera, Opodo ha evidenziato di non essere coinvolto nella gestione della sezione del sito internet dedicata, essendo il processo di prenotazione *hotel* operato direttamente, e in via esclusiva, da Booking.com, attraverso un c.d. “*micro site*” accessibile tramite l’*home page* del professionista. Nel merito, poi, la Parte ha contestato che possa esserci induzione in errore circa il soggetto che fornisce il servizio di prenotazioni alberghiere, dal momento

⁵ Risposta alla richiesta di informazioni di Opodo del 15 settembre 2017 (doc. n.14).

che la veste grafica della piattaforma *Booking.com* sarebbe ben nota ai consumatori che utilizzano *internet*. Inoltre, successivamente alla scelta di un specifico hotel, l'indirizzo che compare nel *browser* è riferibile a *Booking.com*.

Il professionista ha fatto presente di essersi attivato per ottenere, da parte di *Booking.com*, un aggiornamento della sezione del sito "hotel", al fine di rendere più esplicito il fatto che il servizio è fornito da *Booking.com*. A riguardo, è stato già inserito un *footer* in fondo alla pagina *web* relativa alla indicata sezione dedicata alla prenotazione degli *hotel* per garantire una piena informativa al consumatore sul punto. Inoltre, è stato chiesto a *Booking.com* di intervenire nuovamente inserendo le informazioni relative al soggetto che effettivamente presta il servizio nelle immediate vicinanze del *box* di ricerca *hotel*.

Infine, il professionista ritiene che nelle proprie condizioni contrattuali fosse già chiaramente espresso che Opodo opera unicamente come intermediario; in ogni caso, le ha modificate per inserire il riferimento espresso a *booking.com*.⁶

19. Quanto al profilo concernente il credit card surcharge per l'acquisto di voli, il professionista ha negato di applicare supplementi di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata dal consumatore. Invero, secondo il professionista, il diverso prezzo legato alla scelta di una determinata carta di pagamento, sarebbe ricollegabile alla applicazione di "sconti" sulla c.d. "quota di gestione", che rappresenta la remunerazione per il servizio di intermediazione prestato dalla società. In altre parole, secondo la ricostruzione del professionista, per certe tipologie di carte di pagamento, vi sarebbe una riduzione di prezzo, in ragione della rinuncia in tutto o in parte alla "quota di gestione"; invece, l'aumento di prezzo, rispetto a quello visualizzato di *default*, conseguirebbe alla disapplicazione di uno sconto sulla "quota di gestione" ad esito della selezione di altri mezzi di pagamento da parte del consumatore.

20. Il professionista evidenzia altresì che il riconoscimento della possibilità di applicare uno sconto a seconda del mezzo di pagamento utilizzato, sarebbe in linea con i precedenti dell'Autorità e con l'attuale quadro normativo⁷.

⁶ Cfr. doc.26.

⁷ Il riferimento è all'art. 3 del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 11, richiamato dall'art. 62 del Codice del Consumo, che, oltre a vietare al comma 4 che l'uso di un determinato strumento di pagamento venga discriminato rispetto ad altri mediante l'imposizione di una fee aggiuntiva al prezzo del bene/servizio venduto, prevede al comma 3 che l'impresa possa proporre riduzioni di prezzo ai consumatori, sui beni e servizi commercializzati, a fronte dell'utilizzo di specifici strumenti di pagamento.

Inoltre, l'attuale presentazione del prezzo, caratterizzata da un menù a tendina per la selezione del metodo di pagamento, sarebbe il frutto di modifiche approvate dall'Autorità ad esito di precedenti procedimenti nei confronti di Opodo⁸, nonché della società eDreams srl, che appartiene al medesimo gruppo.⁹

21. Con riferimento all'assistenza telefonica a tariffazione maggiorata per i servizi post vendita relativi a hotel o voli, il professionista evidenzia che la modalità di contatto di *default* con la quale i consumatori possono ricevere assistenza post vendita non è il numero di telefono oggetto del procedimento, ma il formulario *online*; pertanto, il professionista non indirizzerebbe in alcun modo il consumatore verso l'utilizzo del *call center* a pagamento per l'assistenza ma, coerentemente con la propria attività tipica di operatore *online*, gli suggerirebbe di procedere a contattarlo in maniera gratuita tramite detto formulario.

Inoltre, a dire della Parte, tramite il *call center* a pagamento non sarebbe fornito il servizio di assistenza post vendita *standard*, ma un servizio ulteriore o aggiuntivo connesso a nuove esigenze dei clienti che implicano una variazione del rapporto contrattuale. In particolare, il numero 892888 sarebbe dedicato all'acquisto telefonico di nuovi servizi, oppure per effettuare modifiche, cancellazioni, cambi di nome del passeggero, che sono prestazioni diverse dal mero servizio di assistenza in merito al contratto concluso, ma sono equiparabili alla conclusione di un nuovo contratto.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

22. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 15 novembre 2017 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 11 dicembre 2017, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del

⁸ Cfr. Provvedimento n. 22118 del 16 febbraio 2011 (PS513) e dei successivi procedimenti di inottemperanza conclusosi con i provvedimenti n. 23812 dell'8 agosto 2012 (IP148) e n. 24698 del 10 dicembre 2013 (IP182).

⁹ Cfr. Provvedimento n. 22120 del 16 febbraio 2011 (PS1442) e dei successivi procedimenti di inottemperanza conclusosi con i provvedimenti n. 24044 del 14 novembre 2012 (IP146) e n. 24661 del 4 dicembre 2013 (PS192).

procedimento, considerato che tale mezzo è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a incidere sul suo comportamento.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

23. In via preliminare si osserva che il procedimento concerne tre distinte condotte poste in essere da Opodo S.r.l., delle quali una configura una pratica commerciale (*sub a*) e due riguardano comportamenti rilevanti ai sensi della disciplina relativa ai diritti dei consumatori nei contratti (*sub b* e *c*). Tali condotte risultano singolarmente e autonomamente valutabili, in quanto le stesse sono tra loro indipendenti e realizzabili in assenza delle altre, riguardando servizi differenti nonché momenti diversi del rapporto contrattuale.

24. In particolare, le condotte oggetto del procedimento consistono:

- a) nell'aver omesso di indicare chiaramente l'identità del soggetto che fornisce il servizio di prenotazione *hotel*;
- b) nell'aver applicato un supplemento di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata per l'acquisto di voli (*credit card surcharge*);
- c) nell'aver messo a disposizione dei consumatori per l'assistenza post vendita un'utenza telefonica a tariffazione maggiorata e non a "tariffa base".

a) La pratica commerciale scorretta (Identità del professionista che fornisce il servizio di prenotazioni alberghiere)

25. All'esito dell'istruttoria è stato accertato che il servizio di prenotazione alberghiera offerto dal professionista è svolto attraverso la piattaforma *Booking.com*, che risulta essere il fornitore del servizio in questione. Nelle schermate del processo di prenotazione, tuttavia, detta circostanza non emerge affatto. Infatti, in tali schermate era presente soltanto il marchio *Opodo* senza alcuna indicazione circa il ruolo svolto da *Booking.com* per i servizi di prenotazione alberghiera. Nemmeno nei Termini e Condizioni contrattuali presenti sul sito *www.opodo.it* vi era alcun riferimento al ruolo svolto da *Booking.com*.

26. Successivamente all'avvio del procedimento, a partire dal mese di ottobre 2017, è stato inserito un *footer* nella pagina del sito relativa ai servizi di prenotazione alberghiera che riporta la seguente affermazione: "Il

prodotto è venduto da Booking.com attraverso il sito opodo.it (...)”.

A partire dal 14 novembre 2017, il professionista ha inserito nei propri “Termini e Condizioni Contrattuali” l’informazione che “*Per le offerte della sezione hotel, l’Intermediario si avvale dei servizi di Booking.com. (...) Si applicano quindi le condizioni generali di questo fornitore di servizio*”.

27. Si ritiene che un operatore come *Opodo*, che offre tramite il canale internet la possibilità di comparare e acquistare a distanza soggiorni in hotel, dovrebbe riportare in modo assolutamente chiaro ed evidente le informazioni che consentano al consumatore di individuare il soggetto responsabile della fornitura del servizio, al fine poter esercitare i diritti contrattuali.¹⁰

In quest’ottica, le modalità con le quali è stata realizzata, nel corso del procedimento, la modifica delle pagine di prenotazione con l’inserimento di un *footer*, non sono idonee ad assicurare una chiara ed evidente informativa al consumatore sul punto, in quanto, affinché tale informazione sia funzionale allo scopo, dovrebbe essere resa dal professionista nelle pagine di necessaria consultazione prima dell’inizio della ricerca hotel. Ne consegue che il *footer* inserito dal professionista è inidoneo allo scopo essendo di consultazione solo eventuale, risultando visibile, peraltro in caratteri piccoli, soltanto scorrendo completamente tutte le informazioni presenti sulla relativa pagina *web*.

Infine, sebbene sia rilevante l’inserimento dell’informazione relativa al soggetto che fornisce il servizio di prenotazioni alberghiere nei Termini e Condizioni contrattuali, queste sono di consultazione solo eventuale e le condizioni contrattuali di *Booking.com* non sono rintracciabili in alcun punto del sito del professionista.

28. Per quanto descritto, si ritiene che non possa trovare alcun fondamento quanto affermato dal professionista secondo cui il consumatore avrebbe potuto acquisire consapevolezza circa il ruolo svolto da *Booking.com* sia dalla veste grafica assunta dal sito durante il processo di ricerca hotel, sia dal fatto che il termine “*booking*” comparisse insieme ad altre parole nell’indirizzo *URL* del *browser* di navigazione dopo che il consumatore aveva scelto l’hotel e cliccato sul pulsante “*Prenoto*”.

29. Pertanto, la condotta descritta, realizza una violazione dell’art. 22 del Codice del Consumo, nella misura in cui il professionista non rende adeguate

¹⁰ Tale esigenza è suffragata anche dalle linee guida per l’applicazione della Direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali scorrette dove - nel paragrafo 5.2.3 “Piattaforme di commercio elettronico (mercati)” - viene evidenziato, tra l’altro, che in base agli obblighi di diligenza professionale e di trasparenza di cui all’articolo 5, paragrafo 2, lettera h), e agli articoli 6 e 7 della direttiva, qualsiasi piattaforma di commercio elettronico, nella misura in cui può essere considerata un professionista, deve adottare misure adeguate che consentano agli utenti di capire esattamente chi sia la controparte contrattuale.

informazioni circa l'identità del soggetto che fornisce il servizio di prenotazioni alberghiere. Il comportamento contestato deve, altresì, ritenersi non conforme al livello di competenza e attenzione ragionevolmente esigibili in base ai principi di correttezza e di buona fede che dovrebbero generalmente informare le condotte commerciali di un operatore dello specifico settore di attività ai sensi dell'art. 20 del Codice del Consumo, principi che avrebbero richiesto al professionista di rendere al consumatore indicazioni immediate e trasparenti circa il soggetto fornitore del servizio.

b) La condotta in violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo

30. A seguito della ricerca di uno specifico volo aereo, il prezzo che viene visualizzato di *default*, in cima alla lista delle offerte, è quello più basso, corrispondente allo strumento di pagamento "*più economico*". Solo dopo la selezione di un diverso mezzo di pagamento (nella medesima pagina o in altra schermata appena prima del pagamento), viene visualizzata una tariffa maggiore, in molti casi anche di 20/30 euro a tratta. Peraltro, le carte di pagamento che danno diritto al prezzo più basso sono scarsamente diffuse, come mostrano i dati forniti dallo stesso professionista.

31. Tale condotta configura una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, dal momento che rispetto al prezzo visualizzato inizialmente sono applicate maggiorazioni collegate esclusivamente e in modo diretto alla scelta di utilizzo di specifici strumenti di pagamento.

32. Al riguardo, le difese del professionista non appaiono conferenti in quanto motivano l'esistenza delle variazioni in aumento del prezzo con l'applicazione di "*sconti*". Tuttavia, dal momento che nel corso del processo di acquisto il prezzo aumenta sempre e unicamente in corrispondenza di carte di pagamento differenti da quelle di *default*, le variazioni di prezzo appaiono inequivocabilmente qualificabili come "*supplementi*", piuttosto che come "*sconti*". Diverso sarebbe invece se il prezzo mostrato di *default* fosse quello massimo e il consumatore potesse successivamente visualizzare prezzi inferiori per diverse carte di pagamento. In tal caso, infatti, potrebbe essere contemplata la possibilità di qualificare tali variazioni di prezzo come "*sconti*" corrispondenti a diversi metodi di pagamento. Tali sconti, come richiamato dal professionista nelle proprie memorie, potrebbero essere effettivamente considerati leciti, dal momento che l'art. 62 del Codice del Consumo rinvia all'art. 3 del Decreto Legislativo n. 11/2010 il quale prevede, tra l'altro, che l'impresa possa proporre riduzioni di prezzo ai

consumatori a fronte dell'utilizzo di specifici strumenti di pagamento.¹¹

Appare, pertanto, innegabile, la natura di “*credit card surcharge*” dei supplementi di prezzo descritti, che è proprio la condotta che l'art. 62 intende evitare, indipendentemente dal nome dato alle differenze di prezzo che derivano dall'utilizzo di diversi mezzi di pagamento¹².

33. Con riferimento all'ulteriore eccezione sollevata nel corso del procedimento - riguardante l'esistenza di un supposto legittimo affidamento in relazione alle descritte modalità di determinazione e rappresentazione del prezzo dei biglietti aerei - si fa presente che il provvedimento menzionato dal professionista si basa sulla disciplina delle pratiche commerciali scorrette, avendo l'Autorità accertato in quella sede un difetto di trasparenza informativa in merito al prezzo dell'offerta.

Invece, la presente contestazione trova fondamento su una differente base normativa relativa ai diritti dei consumatori nei contratti, entrata in vigore successivamente alla precedente decisione dell'Autorità richiamata dal professionista, ovvero il 13 giugno 2014, che ha introdotto il divieto di imporre sovrapprezzi all'acquirente per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento e a cui, dunque, lo stesso professionista avrebbe dovuto adeguarsi.

b) La condotta in violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo

34. Nella *home page* del sito del professionista, all'interno di un riquadro ben visibile posto in alto al centro dove è presente “*Hai bisogno di aiuto? Potrai trovare assistenza e tutte le informazioni necessarie per il tuo viaggio nel nostro nuovo Centro di Assistenza*” è indicata la numerazione speciale il cui utilizzo comporta spese più elevate rispetto ai numeri telefonici con un prefisso di area (02, 06, ecc.). L'esortazione del professionista ad utilizzare il numero a tariffazione speciale per trovare assistenza smentisce le considerazioni della Parte secondo cui attraverso il *call center* a pagamento non sarebbe fornito il servizio di assistenza post vendita *standard* ma un servizio ulteriore o aggiuntivo connesso a nuove esigenze dei clienti.

Ne consegue che la condotta sopra descritta, a prescindere dall'esistenza di

¹¹ Cfr. art. 3 del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 11, richiamato dall'art. 62 del Codice del Consumo, prevede al comma 3 che l'impresa possa proporre riduzioni di prezzo ai consumatori, sui beni e servizi commercializzati, a fronte dell'utilizzo di specifici strumenti di pagamento”.

¹² Le Linee Guida della Commissione prevedono infatti che “L'art. 62 si applica a tutti i tipi di tariffe direttamente collegate a un mezzo di pagamento, a prescindere dal modo in cui vengono proposte ai consumatori (per esempio tariffe definitive tariffe amministrative, prenotazione, di gestione, comunemente usate nel settore della biglietteria on line (...))”.

modalità di contatto alternative ma non equivalenti come il *form*, configura una violazione dell'art. 64 Codice del Consumo, nella misura in cui il professionista preveda una linea telefonica per l'assistenza post vendita il cui utilizzo da parte del consumatore implica costi superiori alla "tariffa di base".¹³

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

35. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la condotta posta in essere in violazione del Codice del Consumo, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

36. In caso di un procedimento, come quello di specie, che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

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

38. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella

¹³ Tale indicazione è confermata anche dalle Linee Guida della Commissione che, sul punto, chiariscono che "Per rispettare l'obbligo della "tariffa di base" i professionisti devono usare numeri telefonici non soggetti a regimi tariffari speciali, per esempio numeri fissi (geografici) o numeri di cellulare standard. Tra questi figurano anche i numeri non geografici che gli operatori di servizi di comunicazioni elettroniche offrono di solito nei forfait di minuti a un prezzo fisso mensile e i numeri con tariffe non superiori a quelle delle chiamate verso i numeri fissi. I professionisti dovranno invece evitare in particolare quei numeri telefonici tramite i quali finanziano o coprono in parte i costi dei call center o traggono ulteriore profitto dalle chiamate condividendo le entrate con gli operatori delle telecomunicazioni, per esempio i numeri per servizi a tariffa maggiorata (PRS)". Sulla stessa linea interpretativa, inoltre, si pone la recente sentenza della Corte di Giustizia nella causa C-568/15 del 2 marzo 2017, secondo cui la nozione di "tariffa di base" deve essere interpretata nel senso che il costo di una chiamata relativa a un contratto concluso, effettuata verso una linea di assistenza telefonica gestita da un professionista, non può eccedere il costo di una chiamata verso un numero fisso geografico o verso un numero di cellulare standard.

fattispecie in esame della dimensione economica di Opodo Italia S.r.l. il cui fatturato realizzato nel 2016 risulta pari a circa 1,5 milioni di euro.

L'appartenenza al gruppo Odigeo, tra le principali agenzie turistiche *on line* nel mondo con circa 18 milioni di clienti annui. Tale circostanza deve essere valutata ai fini della quantificazione della sanzione, in quanto rileva sia sotto il profilo dell'importanza del professionista nel settore, sia con riguardo alla sua effettiva capacità economica.

Infine, nella fattispecie in esame si tiene conto della pervasività del mezzo di comunicazione utilizzato, in grado di raggiungere un numero considerevole di consumatori che effettuano compravendita online di servizi.

39. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che tutte le condotte oggetto del presente procedimento sono state poste in essere dal giugno 2014, e siano ancora in corso.¹⁴

a) *Pratica commerciale scorretta*

40. Tenendo conto della gravità e della durata della violazione come sopra descritta, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Opodo Italia S.r.l. nella misura di 24.000 € (ventiquattromila euro).

41. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante, in quanto il professionista risulta già destinatario di provvedimenti sanzionatori da parte dell'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pratiche commerciali scorrette contenute nel Codice del Consumo¹⁵ si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Opodo Italia S.r.l. nella misura di 25.000 € (venticinquemila euro).

b) *La condotta in violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo*

42. Tenendo conto della gravità e della durata della violazione come sopra descritta, nonché dell'elevato grado di offensività della condotta riferita all'applicazione di sovrapprezzi in relazione all'utilizzo di determinati

¹⁴Cfr. memorie del professionista del 15 settembre 2017, dove si afferma che dal mese di giugno 2014 stati effettuati al sito solo interventi di natura grafico-estetica di portata molto limitata.

¹⁵ Cfr. Provvedimento n. 22118 del 16 febbraio 2011 (PS513) e dei successivi procedimenti di inottemperanza conclusosi con i provvedimenti n. 23812 dell'8 agosto 2012 (IP148) e n. 24698 del 10 dicembre 2013 (IP182).

strumenti di pagamento, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Opodo Italia S.r.l. nella misura di 55.000 € (cinquantacinquemila euro).

c) Le condotta in violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo

43. Tenendo conto della gravità e della durata della violazione come sopra descritta, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Opodo Italia S.r.l. nella misura di 24.000 € (ventiquattromila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame descritta al punto II lettera A) del presente provvedimento, consistente nell'aver omesso di indicare chiaramente l'identità del soggetto che fornisce il servizio di prenotazione *hotel*, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal professionista;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al punto II lettera B) del presente provvedimento, consistente nell'aver applicato un supplemento di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata per l'acquisto di voli, integra una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al punto II lettera C) del presente provvedimento, consistente nell'aver messo a disposizione dei consumatori per l'assistenza post vendita un'utenza telefonica a tariffazione maggiorata e non a "tariffa base", integra una violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II lettera A) del presente provvedimento, posta in essere da Opodo Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la condotta descritta al punto II lettera B) del presente provvedimento, posta in essere da Opodo Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che la condotta descritta al punto II lettera C) del presente provvedimento, posta in essere da Opodo Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

d) che con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II lettera A) del presente provvedimento sia irrogata a Opodo Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 25.000 €(venticinquemila euro);

e) che con riferimento alla condotta descritta al punto II lettera B) del presente provvedimento sia irrogata a Opodo Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 55.000 €(cinquantacinquemila euro);

f) che con riferimento alla condotta descritta al punto II lettera C) del presente provvedimento sia irrogata a Opodo Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 24.000 €(ventiquattromila euro);

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

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi,

di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato 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*.

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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR 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, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE

Gabriella Muscolo