



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 Professore Michele Ainis;

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. LA PARTE

1. Go Voyages SAS, 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.govolo.it* offre la possibilità di effettuare la ricerca e il confronto di hotel, voli e altri servizi turistici, anche separatamente, nonché di procedere all’acquisto degli stessi. L’indicato sito non è più accessibile ai consumatori italiani dal 30 novembre 2017.

2. Il bilancio relativo all’anno finanziario 2016 di Go Voyages SAS presenta ricavi pari a circa 60 milioni di euro ed una perdita di circa 183 milioni di euro.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne le seguenti quattro distinte condotte poste in essere da Go Voyages nell'ambito dell'offerta di servizi turistici (confronto e acquisto di hotel e voli, anche separatamente) attraverso il proprio sito *www.govolo.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 Govolo ma in realtà il professionista per tale servizio si avvale di altra piattaforma *online* sotto la proprietà e il controllo di *Booking.com*. Tale circostanza è svelata soltanto nel documento “*condizioni di vendita*” di consultazione solo eventuale accessibile attraverso un *link* di piccole dimensioni posto in calce alla *home page* del sito del professionista dove nell'allegato 2, in un insieme di altre informazioni, è specificato che “*per il pernottamento di hotel l'intermediario si avvale dei servizi di Booking.Com*”;

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 “*meno caro*” indicato di *default* (Visa Entropay). L'importo prospettato si incrementa in relazione alla scelta del consumatore di pagare con una carta di credito diversa da quella preselezionata;

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.govolo.it* la numerazione speciale 199 206 703 al costo di 0,32€ al minuto oltre 0,15€ per scatto alla risposta per chiamate da rete fissa e mobile;

D) omissione di informazioni concernenti l'indirizzo geografico dove Go Voyages SAS è stabilito, dal momento che le uniche indicazioni a riguardo sono relegate nelle “*condizioni di vendita*” di consultazione solo eventuale, e assenza di un indirizzo *e-mail* o di un *form* tracciabile attraverso cui il consumatore può comunicare efficacemente con il professionista.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 30 maggio 2017 è stato comunicato a Go Voyages SAS l'avvio del procedimento istruttorio n. PS/10768, 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;

4) la condotta descritta al punto II, lettera d), posta in essere dopo il 13 giugno 2014, potesse integrare una violazione dell'art. 49, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo, relativamente al mancato o incompleto assolvimento dell'obbligo di indicare l'indirizzo geografico dove il professionista è stabilito.

5. Il 10 luglio 2017 Go Voyages SAS ha prodotto una memoria difensiva.

6. Il successivo 19 luglio 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 fornito riscontro in data 4 agosto 2017.

7. In data 24 luglio 2017, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni 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'indirizzo geografico di Go Voyages nonché all'identità dell'operatore di cui lo stesso professionista si avvale per la prenotazione di hotel.

Gli impegni sopra descritti sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 4 ottobre 2017 e ne è stata data comunicazione alla Parte 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.

8. Il 10 ottobre 2017 è stata inviata a Go Voyages un'altra richiesta di informazioni in merito agli accordi commerciali sottoscritti in relazione all'utilizzo di carte di pagamento per l'acquisto di servizi turistici sul sito *www.govolo.it*. a cui il professionista ha fornito riscontro il successivo 20 ottobre.

9. In data 23 ottobre 2017 è stata comunicata alla Parte 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.govolo.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 *Govolo* ma il servizio è effettuato attraverso la piattaforma *Booking.com*¹. Sul punto Go Voyages ha rappresentato, infatti, che la sezione del sito “*Hotel*” consiste in un “*micro site*” gestito direttamente da *Booking.com*, che lo mette a

¹ Memorie difensive di Go Voyages del 10 luglio e 14 novembre 2017 (doc. nn. 9 e 28 indice fascicolo).

disposizione del professionista come servizio “white label”², secondo quanto disciplinato da un accordo tra le parti³.

Soltanto nel documento “condizioni di vendita” accessibile attraverso un *link* di piccole dimensioni posto in calce alla *home page* del sito del professionista, in un insieme di altre informazioni, era specificato che “per il pernottamento di hotel l’intermediario si avvale dei servizi di *Booking.Com*”. Inoltre, nelle schermate del processo di prenotazione 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 sul pulsante “*Prenoto*”⁴ prima del pagamento.

13. A partire dal mese di ottobre 2017, Go Voyages ha inserito un *footer* visibile 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 govolo.it - Booking.com B. V., Herengracht 597, 1017 CE, Amsterdam, Paesi Bassi, NL805734958B01, Kamer van Koophandel Amsterdam (Reg. No. 31047344)*”⁵.

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 e della frase “*Destinazione, nome struttura o indirizzo*” posta all’interno dello stesso *box*⁶.

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

14. 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

² Si parla di white label con riferimento al prodotto o servizio che viene mostrato con il marchio di un soggetto differente rispetto all’effettivo fornitore dello stesso, così realizzando una particolare forma di “rebranding”.

³ Cfr. *affiliate agreement* e relativi *addendum* tra il professionista e *Booking.com* menzionati nella memoria difensiva di Go Voyages del 10 luglio 2017 (doc. n. 9 indice fascicolo).

⁴ Pagine internet acquisite con verbale del 26 maggio 2017 (doc. n. 5 indice fascicolo).

⁵ Pagine internet acquisite con verbale del 23 ottobre 2017 (doc. n. 26 indice fascicolo).

⁶ Memoria difensiva di Go Voyages del 14 novembre 2017 (doc. n. 28 indice fascicolo).

“meno caro” indicato (Visa Entropay). Tale indicazione è riportata in un *box* che si trova sul lato sinistro della pagina *web* denominato “*Costi Variabili*” dove viene ulteriormente specificato che “*Costi aggiuntivi potrebbero essere applicati dalla compagnia aerea e/o la nostra agenzia di viaggi a seconda della tua selezione. Questi costi possono essere spese di gestione o relative al metodo di pagamento*”⁷. Se il consumatore utilizza il selettore posto all’interno dello stesso *box* per scegliere di pagare con una tipologia di carta di credito diversa da quella proposta di *default*, il sistema ricalcola il prezzo per ogni proposta di viaggio, sempre incrementandolo, anche in modo significativo.

Dagli atti risulta che la Carta Visa Entropay, ovvero la carta che allo stato consente di pagare il prezzo inferiore ed è proposta di *default*, è utilizzata per un numero limitato di transazioni⁸.

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

15. 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.govolo.it*, all’interno di un riquadro posto in alto a destra, si legge: “*199 206 703 (0,32 euro IVA Incl/min). Lun.-Ven. 9.00-18.00 (escluso festivi). Contattaci*”. Attraverso il link “*contattaci*” si accede, poi, ad una schermata contenente le seguenti affermazioni: “*Se hai prenotato su Govolo e desideri richiedere ulteriori informazioni; hai commesso errori nell’inserimento dei dati, vuoi richiedere una verifica della regola tariffaria e delle eventuali penali per una cancellazione o modifica della tua prenotazione, hai ricevuto una richiesta da parte dei nostri agenti di viaggio di pagare con un’altra carta di credito o con bonifico bancario e hai bisogno di chiarire qualche dubbio, i nostri agenti di viaggio sono a tua disposizione ai seguenti recapiti... ”.*

Di seguito è nuovamente indicata la numerazione speciale 199 206 703 utilizzabile dal consumatore che necessita di acquisire informazioni o di effettuare modifiche relative alla propria prenotazione, nonché i costi della telefonata di 0,32€ al minuto oltre 0,15€ per scatto alla risposta per chiamate

⁷ Pagine internet acquisite con verbali del 26 maggio e del 23 ottobre 2017 (doc. nn. 5 e 26 indice fascicolo).

⁸ Risposta alla richiesta di informazioni di Go Voyages del 4 agosto 2017 (doc. n. 13 indice fascicolo).

da rete fissa e mobile⁹.

d) Assenza di un indirizzo geografico e assenza di un indirizzo e-mail o di un form tracciabile

16. Nella *home page* del sito *www.govolo.it* e nelle successive schermate del processo di prenotazione non è riportata alcuna indicazione in merito all'indirizzo geografico del professionista; l'indirizzo dove il professionista è stabilito è esplicitato soltanto nel documento di consultazione eventuale "condizioni di vendita" accessibile, come detto, attraverso un *link* di piccole dimensioni posto in calce alla schermata iniziale del sito del professionista¹⁰.

17. Invece, con riferimento al profilo pure contestato relativo all'assenza di un indirizzo *e-mail* o di un *form* tracciabile, Go Voyages nel corso del procedimento ha comprovato che il "formulario di contatto" fruibile *online* prevede la possibilità di conservare i contenuti delle conversazioni intercorse con lo stesso professionista; più precisamente, il consumatore che ha compilato e inviato detto formulario di contatto riceve automaticamente, all'indirizzo di posta elettronica che ha indicato nel formulario, una e-mail del servizio clienti che lo informa dell'avvenuta ricezione del messaggio, nonché il testo della richiesta inviata al professionista¹¹.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

18. Nel corso del procedimento il professionista, oltre a rappresentare che dal 30 novembre 2017 il sito *www.govolo.it* non risulta più accessibile ai consumatori italiani¹² senza che ciò si sia tradotto in una modifica dell'assetto societario del gruppo, ha esposto le considerazioni che seguono.

19. Con riferimento al *soggetto che fornisce il servizio di prenotazione alberghiera*, Go Voyages SAS, oltre a precisare che la relativa informativa era già fornita nelle "condizioni di vendita", ha evidenziato di non essere coinvolta nella gestione della sezione del sito internet a ciò dedicata essendo il processo di prenotazione *hotel* operato direttamente, e in via esclusiva, da

⁹ Pagine internet acquisite con verbali del 26 maggio e del 23 ottobre 2017 (doc. nn. 5 e 26 indice fascicolo).

¹⁰ Pagine internet acquisite con verbali del 26 maggio e del 23 ottobre 2017 (doc. nn. 5 e 26 indice fascicolo).

¹¹ Memoria difensiva di Go Voyages del 10 luglio 2017 (doc. n. 9 indice fascicolo).

¹² In particolare, digitando l'indirizzo *www.govolo.it* compare una schermata dove campeggia la seguente indicazione: "Gentile cliente, da oggi Govolo.it diventa Opodo.it". Più in basso, in caratteri più piccoli, si legge: "Viaggia ancora con noi visitando Opodo.it" (anche per l'assistenza in ordine alle prenotazioni esistenti).

Booking.com, attraverso un c.d. “*micro site*” accessibile tramite l’home page del professionista. Nel merito delle contestazioni, poi, la Parte ha contestato che possa esserci induzione in errore circa il soggetto che fornisce il servizio in questione, dal momento che la veste grafica della piattaforma *Booking.com* sarebbe ben nota ai consumatori che utilizzano *internet* il cui indirizzo peraltro compare nel *browser* di navigazione una volta effettuata la scelta dell’*hotel*.

Inoltre, 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*.

20. Quanto al profilo concernente il *credit card surcharge per l’acquisto di voli*, la Parte ha negato di applicare supplementi di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata dal consumatore. Invero, a dire del professionista, il diverso prezzo legato alla scelta di una determinata carta di pagamento sarebbe ricollegabile all’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 della Parte, 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.

21. 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 normativo¹³.

Inoltre, l’attuale presentazione del prezzo caratterizzata dal menu a tendina

¹³ 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.

per la selezione del metodo di pagamento sarebbe il frutto di modifiche approvate dall’Autorità ad esito di precedenti procedimenti¹⁴.

22. Con riferimento all’*assistenza telefonica a tariffazione maggiorata per i servizi post vendita relativi a hotel o voli*, il professionista ha confermato che il numero utilizzato è caratterizzato da un regime tariffario speciale e non a tariffa base, evidenziando tuttavia che la modalità di contatto di *default* con la quale i consumatori possono ricevere assistenza post vendita è 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, come modifiche, cancellazioni, cambi del nome del passeggero; a ciò consegue che il consumatore non si troverebbe ad incorrere in costi supplementari per lo stesso servizio già acquistato bensì a sostenere costi per la richiesta di eventuali e distinti servizi aggiuntivi.

23. Per quel che concerne l’*assenza di un indirizzo geografico del professionista*, quest’ultimo ha rilevato che l’esplicitazione in modo completo delle relative indicazioni nelle condizioni generali di vendita consentirebbe comunque al consumatore di contattare il professionista con tale modalità. Inoltre, il formulario di contatto presente sul sito *www.govolo.it* consentirebbe comunque di inviare rapidamente richieste al professionista tenendo traccia delle comunicazioni intercorse.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

24. 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.

¹⁴ Il professionista richiama espressamente il provvedimento di inottemperanza del 15 luglio 2013 relativo al caso IP192 “Edreams - Pagamento con carta di credito”.

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 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

25. In via preliminare si osserva che il procedimento concerne quattro distinte condotte poste in essere da Go Voyages SAS delle quali una configura una pratica commerciale (sub. a)) e tre riguardano comportamenti rilevanti ai sensi della disciplina relativa ai diritti dei consumatori nei contratti (sub. b), c), d)). 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.

In particolare, le condotte oggetto del procedimento consistono:

- a) nell'aver omesso 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";
- d) nell'aver omesso le informazioni precontrattuali concernenti l'indirizzo geografico del professionista.

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

26. 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 *Govolo* senza alcuna indicazione circa il ruolo svolto da *booking.com* per i servizi di prenotazione alberghiera.

Nel sito *www.govolo.it* l'informazione circa il predetto ruolo di *Booking.com* era svelata soltanto nel documento di consultazione eventuale “*condizioni di vendita*” accessibile attraverso un *link* posto in calce alla *home page* del sito del professionista dove, in un insieme di altre informazioni, era specificato che “*per il pernottamento di hotel l'intermediario si avvale dei servizi di Booking.Com*”.

27. Successivamente all'avvio del procedimento, 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 govolo.it - Booking.com B. V., Herengracht 597, 1017 CE, Amsterdam, Paesi Bassi, NL805734958B01, Kamer van Koophandel Amsterdam (Reg. No. 31047344)*”.

28. Si ritiene che un operatore come Go Voyages, 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 di poter esercitare i diritti contrattuali¹⁵.

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*.

29. Per quanto descritto si ritiene che non possa trovare alcun fondamento quanto affermato dalla Parte secondo cui il consumatore avrebbe potuto acquisire consapevolezza circa il ruolo svolto da Booking 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*”.

¹⁵ 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.

30. Pertanto, la condotta descritta realizza una violazione dell'art. 22 del Codice del Consumo, nella misura in cui il professionista non rende adeguate informazioni circa l'identità del soggetto che fornisce il servizio di prenotazione alberghiera. 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, comma 2, 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'articolo 62

31. 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 "*meno caro*". 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.

32. 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.

33. A 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.¹⁶

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 pagamento¹⁷.

34. 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 decisione 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.

c) La condotta in violazione dell'articolo 64

35. Nella *home page* del sito del professionista, all'interno di un riquadro ben visibile posto in alto a destra dove è presente anche il *link* “*contattaci*”, è indicata la numerazione speciale il cui utilizzo comporta spese più elevate rispetto ai numeri telefonici con un prefisso di area (02, 06, ecc.). Attraverso tale numerazione il consumatore può richiedere informazioni e gestire problematiche successive alla prenotazione di *hotel* o voli come indicato dallo stesso professionista nella pagina cui si accede dal citato *link* “*contattaci*”, dove viene specificato: “*Se hai prenotato su Govolo e*

¹⁶ 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.

¹⁷ 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 le tariffe definite tariffe amministrative, di prenotazione o di gestione, comunemente usate nel settore della biglietteria on line (...))”

desideri richiedere ulteriori informazioni; hai commesso errori nell'inserimento dei dati, vuoi richiedere una verifica della regola tariffaria e delle eventuali penali per una cancellazione o modifica della tua prenotazione, hai ricevuto una richiesta da parte dei nostri agenti di viaggio di pagare con un'altra carta di credito o con bonifico bancario e hai bisogno di chiarire qualche dubbio, i nostri agenti di viaggio sono a tua disposizione ai seguenti recapiti...”.

36. L'esortazione del professionista ad utilizzare il numero a tariffazione speciale per richiedere informazioni, chiarire dubbi, ecc., in relazione alla prenotazione effettuata, 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 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".¹⁸

d) La condotta in violazione dell'articolo 49, comma 1, lettera c)

37. Nella *home page* del sito *www.govolo.it* e nelle successive schermate del processo di prenotazione, non è presente alcuna indicazione riferita all'indirizzo geografico dove il professionista è stabilito. Tale indirizzo è riportato soltanto nel documento di consultazione eventuale "condizioni di vendita" accessibile, come detto, attraverso un *link* di piccole dimensioni posto in calce alla *home page*.

38. La condotta descritta si pone in violazione dell'articolo 49, comma 1,

¹⁸ 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.

lettera c), del Codice del Consumo, che include l'indirizzo geografico tra le informazioni da fornire al consumatore, in maniera "chiara e comprensibile". La collocazione dell'indirizzo geografico in un documento di consultazione eventuale come le condizioni di vendita, peraltro in un insieme di altre informazioni, non costituisce, infatti, una modalità attraverso cui rendere al consumatore l'informativa in questione in modo chiaro ed evidente prima che lo stesso sia vincolato da un contratto a distanza.

Tale indirizzo deve essere sempre indicato dagli operatori online che saranno anche tenuti a rendere disponibili ai consumatori gli estremi dei mezzi di comunicazione a distanza menzionati nella stessa lettera c) del citato art. 49 del Codice del Consumo (telefono, *fax*, *email*) che utilizzano per le attività di *marketing*.

39. Diversamente, non può addivenirsi ad una valutazione di illiceità del profilo contestato in avvio di istruttoria relativo all'assenza di un indirizzo *e-mail* o di un *form* tracciabile, avendo il professionista dimostrato nel corso del procedimento che il formulario *online* consente di contattare rapidamente il professionista con la possibilità di conservare i contenuti delle conversazioni intercorse.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

40. 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.

41. 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).

42. 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.

43. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica di Go Voyages SAS il cui fatturato realizzato nel 2016 risulta pari a circa 60 milioni di euro. Inoltre, rileva 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 (*internet*), in grado di raggiungere un numero considerevole di consumatori che effettuano compravendita online di servizi.

44. 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 30 gennaio 2015 al 29 novembre 2017 (dal 30 novembre 2017 il sito del professionista non è più accessibile ai consumatori italiani).¹⁹

a) Pratica commerciale scorretta

45. 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 GoVoyages SAS nella misura di 200.000 €(duecentomila euro).

46. 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 Consumo²⁰, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a GoVoyages SAS nella misura di 210.000 €(duecentodiecimila euro).

47. Inoltre, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a GoVoyages SAS nella misura di 190.000 € (centonovantamila euro).

¹⁹ Cfr. memoria difensiva di Go Voyages SAS (prot. 0054781 del 10 luglio 2017), informazioni fornite dal professionista in data 5 dicembre 2017 (prot. 89500) e screenshot acquisito agli atti in data 6 dicembre 2017.

²⁰ Provvedimento n. 24984 del 12 giugno 2014 "GOVOLO - CCS E SUPPLEMENTI VARI".

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

48. 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 strumenti di pagamento, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a GoVoyages SAS nella misura di 270.000 €(duecentosettantamila euro).

49. Inoltre, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a GoVoyages SAS nella misura di 245.000 € (duecentoquarantacinquemila euro).

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

50. 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 GoVoyages SAS nella misura di 200.000 €(duecentomila euro).

51. Inoltre, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a GoVoyages SAS nella misura di 180.000 € (centottantamila euro).

d) La condotta in violazione dell'art. 49 del Codice del Consumo

52. 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 GoVoyages SAS nella misura di 180.000 €(centottantamila euro).

53. Inoltre, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a GoVoyages SAS nella misura di 165.000 € (centosessantacinquemila 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, 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 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;

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 D), del presente provvedimento, consistente nell’aver omesso di indicare l’indirizzo geografico dove il professionista è stabilito, integra una violazione dell’art. 49, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere da Go Voyages SAS, 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;

b) che la condotta descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere da Go Voyages SAS, 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 Go Voyages SAS, 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 la condotta descritta al punto II, lettera D), del presente provvedimento, posta in essere da Go Voyages SAS, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 49, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

e) che con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento sia irrogata a Go Voyages SAS una sanzione amministrativa pecuniaria di 190.000 €(centonovantamila euro);

f) che con riferimento alla condotta descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento sia irrogata a Go Voyages SAS una sanzione amministrativa pecuniaria di 245.000 €(duecentoquarantacinquemila euro);

g) che con riferimento alla condotta descritta al punto II, lettera C), del presente provvedimento sia irrogata a Go Voyages SAS una sanzione amministrativa pecuniaria di 180.000 €(centottantamila euro);

h) che con riferimento alla condotta descritta al punto II, lettera D), del presente provvedimento sia irrogata a Go Voyages SAS una sanzione amministrativa pecuniaria di 165.000 €(centosessantacinquemila euro).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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