

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 febbraio 2011;

SENTITO il Relatore Presidente Antonio Catricalà;

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);

VISTO il proprio provvedimento del 26 maggio 2010, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi delle società Expedia Italy S.r.l. e Venere Net S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 5 agosto 2010, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento per la valutazione degli impegni proposti dal professionista ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 8, del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 13 ottobre 2010 con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in ragione della necessità di procedere all’estensione dell’oggetto del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Expedia Inc., in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, al vertice di un gruppo internazionale (di seguito, gruppo Expedia) è un'agenzia di viaggi *on line*, operante nell'offerta di voli, hotel e pacchetti turistici mediante l'utilizzo di tecnologie di ricerca e di prenotazione dei servizi attraverso il proprio sito internet *www.expedia.it*. Essa decide le linee strategiche della predetta attività di intermediazione avvalendosi anche di altre società (da essa controllate) operanti a livello nazionale, tra cui Expedia Italy S.r.l..

Expedia Inc. ha realizzato, nel 2009, un fatturato di circa 2, 17 miliardi di euro e utili di circa 219.000 euro¹.

2. Expedia Italy S.r.l. (di seguito anche Expedia Italy) in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, sotto il controllo (indiretto) di Expedia Inc., opera quale agenzia di viaggi *on line* a livello nazionale .

Expedia Italy ha realizzato, nell'anno 2009, un fatturato di 12.491.021 euro, con una perdita di 3.732.899 euro².

3. Entrambe le società sono soggette al controllo della *holding* del gruppo, la società Expedia, Inc Delaware³, e, nel prosieguo del presente provvedimento, verranno anche indicate come "il professionista".

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

4. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista nell'esercizio della propria attività nel periodo 2008-2010 consistenti, rispettivamente, nella:

a) prospettazione, non rispondente al vero, della disponibilità di voli e alberghi sul sito internet *www.expedia.it*. a prezzi particolarmente vantaggiosi;

b) predisposizione – non rispondente ai canoni di correttezza e buona fede di un sistema di pagamento dei servizi suscettibile di determinare dei blocchi ingiustificati di disponibilità di somme, per periodi prolungati, senza peraltro darne informazione;

¹ Cfr. bilancio 2009 depositato dalla società, all. 13, doc. 119.

² Cfr. bilancio 2009 depositato dalla società, all. 12, doc. 119.

³ Cfr. verbale audizione Expedia, doc. 109bis.

c) nella divulgazione di informazioni oscure e non veritiere circa l'identità, la sede e la qualità del professionista.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. Sulla base di informazioni acquisite e delle segnalazioni pervenute nel periodo 2008-2009 da parte di alcuni consumatori, in data 26 maggio 2010 è stato avviato il procedimento istruttorio PS680⁴, successivamente esteso, sotto il profilo soggettivo ed oggettivo, con atto di contestazione aggiuntiva del 28 settembre 2010⁵.

6. In particolare, nell'atto di avvio veniva contestata l'ingannevolezza delle comunicazioni diffuse dal professionista attraverso il proprio sito internet per presunta violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23, comma 1 lettera *e*), del Codice del Consumo, con riferimento (*i*) all'effettiva disponibilità dell'offerta relativa ai propri servizi (voli, alberghi e voli + hotel) nei termini pubblicizzati, nonché (*ii*) al prezzo della stessa offerta e alle relative modalità di calcolo. Nella stessa sede, veniva inoltre ipotizzata, sulla base di quanto segnalato da un consumatore⁶, la scorrettezza del sistema di pagamento predisposto dal professionista, mediante carta di credito o carte prepagate, con riferimento alla mancanza di congrua informazione e tempestività nella restituzione delle somme indebitamente incassate, per presunta violazione degli articoli 20, 24 e 25, lettere *a*) e *d*), del Codice del Consumo.

7. La suddetta contestazione veniva successivamente integrata, oltre che sotto il profilo soggettivo (nei confronti di Expedia Inc.), sotto il profilo oggettivo con riferimento all'ingannevolezza delle informazioni diffuse dal professionista sia sul sito, sia mediante comunicazioni standard ai consumatori, circa la sicurezza dello stesso sistema di pagamento e le motivazioni dell'asserito blocco di somme, per presunta violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. Inoltre, veniva ipotizzata

⁴ Cfr. atto di avvio del procedimento del 26 maggio 2010, doc. 20;

⁵ Cfr. doc. 99.

⁶ In data 1° dicembre 2008, un consumatore ha lamentato di aver provato ad acquistare on line sul sito www.expedia.it, con carta prepagata, un pacchetto viaggi al costo di 3360 euro; la transazione non sarebbe andata a buon fine, ma sulla carta di credito del segnalante sarebbe stata trattenuta, secondo una prassi consolidata, una somma pari a 1660 euro, per un periodo di 40 giorni: cfr. doc. 3 del fascicolo istruttorio.

un'ulteriore fattispecie di pratica scorretta, consistente nella comunicazione - ingannevole - fornita sul predetto sito circa il soggetto fornitore e la natura del servizio offerto, per presunta violazione degli artt. 20, 21, 22 e 23, lettera *bb*), del Codice del Consumo, sotto il profilo dell'inidoneità delle informazioni ivi presenti a consentire al consumatore di identificare in modo chiaro l'identità, la sede e la qualifica del professionista che offre i servizi pubblicizzati, elementi imprescindibili ai fini dell'esercizio dei diritti dei consumatori anche nella fase post-vendita⁷.

8. Successivamente, sono state formulate richieste di informazioni a vari segnalanti⁸, in data 22 luglio e 5 agosto 2010, alla Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A (di seguito anche MPS)⁹, in data 4 agosto 2010 a Easy Market S.p.A. (di seguito, Easy Market) e L'Orchidea Viaggi S.r.l.¹⁰ (di seguito, Orchidea) , in data 1 giugno¹¹, 6 agosto¹² e 5 novembre 2010¹³ al professionista, nonché in data 8 ottobre 2010 a Intesa Sanpaolo S.p.A (di seguito, anche Intesa San Paolo)¹⁴.

9. A tali richieste di informazioni è stato dato riscontro da parte dei consumatori¹⁵, nonché da parte di MPS in data 2 settembre 2010 e 8 settembre 2010¹⁶, da Intesa San Paolo il 10 settembre 2010 e il primo dicembre 2010¹⁷, da parte di Easy Market il 3 settembre 2010¹⁸ (con integrazione pervenuta il 28 ottobre 2010¹⁹), da parte di Orchidea il primo settembre 2010²⁰ (con integrazioni pervenute in data 16 settembre e 27 settembre 2010²¹), nonché da parte del professionista il 1 giugno²², 10

⁷ Cfr. contestazione aggiuntiva: doc. 99.

⁸ Cfr. richieste di informazioni del 4 agosto 2010 inviate al signor Rapisardi (doc. 52), del 5 agosto 2010 inviate al signor Caimani (doc. 53), del 9 agosto 2010 inviate ai signori Attanasio, Bordogna, Caniglia, Carlino, Cremonesi, Monte, Prandoni, Rapisardi, Ristagno, Sapienza, Sorrentino, Minniti, Petrucci e Generoso (doc. rispettivamente: 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68 e 69).

⁹ Cfr. richiesta informazioni a Monte dei Paschi di Siena (doc. 44 e 54).

¹⁰ Cfr., rispettivamente, doc. 50 e 51.

¹¹ Cfr. informazioni richieste nel corso degli accertamenti ispettivi, doc. 22.

¹² Cfr. doc. 55.

¹³ Cfr. doc. 109*bis*.

¹⁴ Cfr. doc. 101.

¹⁵ Cfr. informazioni trasmesse da Sorrentino il 24 agosto 2010 (doc. 73), da Ristagno il 25 agosto 2010 (doc. 74), da Rapisardi e Attanasio il 3 settembre 2010 (rispettivamente, doc. 77 e 79), da Monte il 9 settembre 2010 (doc. 87), da Giliberto e Sapienza il 10 settembre 2010 (doc. 89), da Prandoni il 24 settembre 2010 (doc. 97).

¹⁶ Cfr. doc. 76 e 85.

¹⁷ Cfr. doc. 110 e 114.

¹⁸ Cfr. doc. 78.

¹⁹ Cfr. doc. 107.

²⁰ Cfr. doc. 80.

²¹ Cfr. doc. 93, 94 e 99.

²² Cfr. informazioni fornite da Expedia Italy nel corso degli accertamenti ispettivi, doc. 22.

settembre²³ e il 6 dicembre 2010²⁴. Inoltre, in data 30 settembre 2010 è stata acquisita al fascicolo del procedimento copia delle informazioni trasmesse da UniCredit S.p.A. (di seguito anche Unicredit) circa i processi di gestione delle carte di credito nell'ambito di un altro procedimento avviato in relazione ad analoga materia²⁵.

10. Ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'art. 8, del Regolamento, il professionista, con memoria pervenuta in data 2 luglio 2010, ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di contestazione²⁶. L'Autorità, nella sua adunanza del 13 ottobre 2010, ha ritenuto gli impegni presentati inammissibili, in ragione della manifesta scorrettezza e gravità delle pratiche commerciali contestate, in quanto caratterizzate da un elevato grado di offensività e suscettibili di ledere un ampio numero di consumatori²⁷.

11. In data 13 dicembre 2010 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria²⁸.

12. Il professionista ha avuto più volte accesso al fascicolo, rispettivamente, in data 11 giugno 2010²⁹, 10 settembre 2010³⁰, 19 novembre 2010³¹ e 21 dicembre 2010³², ed ha argomentato le proprie tesi difensive, sia per iscritto³³ che nel corso dell'audizione tenutasi in data 5 novembre 2010³⁴; da ultimo, ha depositato una memoria conclusionale in data 28 dicembre 2010³⁵.

2) Le evidenze acquisite

L'organizzazione del professionista

13. Sulla base delle risultanze acquisite e delle informazioni fornite dal professionista³⁶, è emerso che il gruppo Expedia è il primo operatore nel

²³ Cfr. doc. 88.

²⁴ Cfr. doc. 115.

²⁵ Procedimento PS1442 avviato nei confronti di eDreams: cfr. verbale di acquisizione, doc. 100.

²⁶ Cfr. doc. 36.

²⁷ Cfr. comunicazione relativa al rigetto degli impegni, doc. 105.

²⁸ Cfr. comunicazione di conclusione della fase istruttoria, doc. 116.

²⁹ Cfr. doc. 30.

³⁰ Cfr. doc. 83.

³¹ Cfr. doc. 112.

³² Cfr. doc. 118.

³³ Cfr. memorie del professionista depositate, con documentazione, in data 7 luglio 2010 (doc. 37) e 28 dicembre 2010 (doc. 119).

³⁴ Cfr. verbale audizione, doc. 109bis.

³⁵ Cfr. memoria del 28 dicembre 2010, doc. 119.

³⁶ Cfr. doc. 37, 88 e 115.

settore delle agenzie turistiche *on line*, sia in Italia che a livello internazionale.

14. L'attività tipica del professionista consiste nella promozione ed illustrazione sul proprio sito di varie offerte turistiche presenti sul mercato, consentendo al consumatore di comparare i servizi offerti dai fornitori finali (e cioè, da esercenti di alberghi, vettori aerei, *tour operator*). Lo stesso professionista, inoltre, gestisce, per conto del cliente, la procedura relativa alla prenotazione e all'acquisto dei servizi, nonché il sistema che consente il loro pagamento *on line* attraverso carte di credito o carte prepagate. Il professionista, dunque, similmente ad una agenzia tradizionale, gestisce anche tutte le comunicazioni con i clienti, comprese le informazioni riguardanti l'esito della prenotazione effettuata *on line*.

15. L'organizzazione del professionista è basata su una complessa articolazione in varie entità, localizzate in diversi Stati, ciascuna delle quali svolge una diversa funzione all'interno del gruppo Expedia. In particolare, la società Expedia Inc., la quale è la società operativa al vertice del gruppo, con sede in Washington, determina le strategie aziendali, la scelta dei prodotti e la loro promozione, è proprietaria delle tecnologie e dei marchi. Inoltre, detta società, per operare nei vari Stati, si avvale di società locali (dalla stessa controllate, sia pure indirettamente) che possano fare fronte ai bisogni della clientela e fornire le necessarie informazioni sulle diverse realtà locali. Tra questo tipo di entità locali rientra Expedia Italy. Inoltre, all'interno del gruppo è da annoverare un altro soggetto giuridico, denominato Travelscape. Quest'ultima società collabora con Expedia Inc. nella gestione dei rapporti contrattuali con i fornitori dei prodotti finali; al riguardo, Expedia Inc. si avvale infatti di due modelli: a) prodotti *merchant* e b) prodotti *agency*; nel primo caso, offre i prodotti ai consumatori avvalendosi dell'attività di Travelscape che contratta con i fornitori; nel secondo caso, svolge direttamente, senza l'apporto di Travelscape, la funzione di intermediazione tra i consumatori e i fornitori³⁷.

16. Quanto alla gestione del sito in esame ed ai rapporti con la clientela, sulla base delle informazioni trasmesse dal professionista, è emerso che Expedia Inc. determina i contenuti del sito, gestisce il sistema di pagamento dei servizi e sovrintende alla gestione dei rapporti con la clientela. A sua volta, la società Expedia Italy si occupa principalmente di attività di marketing e di promozione del sito e, in parte, di attività di supporto nella gestione dei

³⁷ In tal senso, cfr. verbale audizione Expedia, doc. 109bis.

rapporti con la clientela³⁸.

17. In dettaglio, la gestione dei reclami e delle segnalazioni da parte dei clienti è affidata, in base ad un accordo con Expedia Inc., a Orchidea sotto le direttive di Expedia Inc.³⁹.

18. Dalle risultanze istruttorie è inoltre emerso un ruolo attivo nella gestione dei reclami da parte della società Expedia Italy la quale, oltre a ricevere i reclami dei consumatori indirizzati ad Expedia Inc. sulla base di quanto indicato nel sito, fornisce ad Orchidea direttive ed attività di supporto in raccordo con altri soggetti facenti parte del gruppo Expedia, attivi in vari paesi europei e che agiscono sotto la supervisione di Expedia Inc.⁴⁰.

L'offerta di voli

19. Le informazioni presenti sul sito circa l'offerta di voli vengono elaborate da Expedia Inc. sulla base di contratti con i vettori aerei, che prevedono una remunerazione a favore dell'agenzia. Nella maggior parte dei casi Expedia Inc. opera come un mero intermediario nei confronti delle compagnie aeree e, in virtù di ciò, i pagamenti dei voli sono effettuati direttamente alle compagnie aeree; tuttavia, per talune compagnie aeree le somme sono addebitate sulla carta direttamente a favore del gruppo Expedia⁴¹.

20. Le informazioni di dettaglio circa le singole offerte vengono caricate sul sito avvalendosi principalmente dell'accesso a due sistemi informatici di prenotazione e acquisto (c.d. "GDS"- *Global Distribution System*), denominati *Amadeus* e *Worldspan/Travelport*, da cui vengono estrapolate le date e le tariffe dei voli resi disponibili sul sito in esame⁴². In concreto,

³⁸ Cfr. informazioni fornite dal professionista, doc. 88, allegato n. 1 (*Summary of functions for expedia.it website*).

³⁹ Detta attività concerne la generalità dei servizi, ad eccezione dei pacchetti di viaggio venduti tramite il sito *www.expedia.it*. da Easy Market, per cui si applicano le condizioni contrattuali stabilite da quest'ultima società: vedi informazioni trasmesse da Orchidea, doc. 80, con allegato b (contratto), nonché informazioni di Expedia doc. 88.

⁴⁰ Cfr. verbale audizione Expedia, doc. 109bis, nonché documenti raccolti in ispezione, dai quali è desumibile il coinvolgimento della società Expedia Italy anche nella fase decisionale dei reclami, mediante l'attività svolta dal signora Parmigiani, nella sua veste di "*Customer Service Manager*", oltre che procuratrice speciale della stessa società (vedi verbale di accertamento ispettivo, con relative informazioni fornite dalla signora Parmigiani, doc. 22). In via esemplificativa, quanto all'apporto fornito nella gestione dei reclami, vedi *email* interna dell'aprile 2010, doc. 22.24 (laddove la Parmigiani dà istruzioni nel senso di non accogliere il reclamo del cliente, con la precisazione "*vediamo come evolve*"), nonché *email* interne del feb-marzo 2010, doc. 22.25, relative alla gestione del "*Problema Prenotazione Giornalista*". A conferma, cfr. doc. 22.26, 22.27, 22.24 e 22.22.

⁴¹ Solo in alcuni casi si prevede l'utilizzo di un diverso schema contrattuale, per cui Travelscape ha la possibilità di determinare il prezzo dei biglietti aerei e incassarne il corrispettivo: vedi informazioni fornite da Expedia doc. 88 e 22.

⁴² Cfr. trasmissione informazioni di Expedia, doc. 88.

tuttavia, secondo quanto affermato dallo stesso professionista, l'offerta potrebbe non essere più rinvenibile al momento della richiesta di prenotazione da parte del consumatore. Ciò è dovuto alla frequente modifica delle tariffe da parte dei vettori a fronte della quale, per evitare il problema, Expedia effettua un aggiornamento quotidiano delle offerte pubblicizzate sul sito⁴³.

L'offerta di soggiorno in hotel

21. Uno schema sostanzialmente analogo si applica alla prenotazione alberghiera. Il professionista si avvale infatti del collegamento degli hotel ad uno o più sistemi e/o centrali di prenotazione informatici (GDS), con cui Expedia Inc. stipula dei contratti; in tale ipotesi, le informazioni vengono estrapolate dallo stesso GDS ed il prezzo viene addebitato direttamente a favore dell'albergo, che paga una commissione a Travelscape al momento del *check out*. In altri casi, il contratto con i fornitori viene sottoscritto da Travelscape ed il prezzo viene corrisposto direttamente dai clienti alla stessa società al momento dell'acquisto⁴⁴. Nella maggior parte delle sistemazioni intermedie l'addebito sulla carta viene effettuato direttamente a favore del gruppo Expedia⁴⁵.

L'offerta di pacchetti turistici o di c.d. "dynamic packages"

22. Expedia Inc. non svolge attività di organizzazione di pacchetti turistici, ma intrattiene rapporti con la società Easy Market per la vendita del medesimo prodotto. Inoltre, Expedia offre ai consumatori la possibilità di acquistare i c.d. "*dynamic packages*, ovvero una combinazione di offerte volo più hotel a scelta dell'utente del sito, che dà luogo ad un'intermediazione di due servizi turistici, il primo offerto da una compagnia aerea ed il secondo da un fornitore alberghiero. In tale ipotesi, la prenotazione è intermediata da Expedia Inc. ma la totalità del costo del servizio può talvolta essere in parte addebitata a favore del gruppo Expedia ed in parte a favore del fornitore finale (ad esempio, compagnia aerea)⁴⁶.

23. In particolare, quanto alla prima tipologia di servizio (e cioè, la vendita di pacchetti turistici organizzati da vari *tour operator*), il professionista ha

⁴³ Cfr. verbale audizione Expedia, doc. 109bis.

⁴⁴ Cfr. trasmissione informazioni di Expedia, doc. 88.

⁴⁵ Cfr. risposta richiesta informazioni da parte di Expedia Italy, doc. 22.

⁴⁶ Cfr. informazioni fornite da Expedia Italy nel corso degli accertamenti ispettivi, doc. 22.

precisato che Expedia Inc. intrattiene con Easy Market un rapporto di c.d. “affiliazione”; in base a tale tipo di rapporto, denominato anche di “*white o private label*”, Expedia Inc. dirige le richieste di prenotazione di pacchetti viaggio effettuate dai consumatori proprio sul sito tramite il *link* <http://pacchetti-vacanze.expedia.it/>. verso il sito di Easy Market, che sceglie i pacchetti turistici da vendere contattando i fornitori⁴⁷, fissa le tariffe, fornisce il servizio di assistenza ai consumatori ed, al contempo, è autorizzata ad utilizzare il marchio Expedia per la fornitura dei suoi servizi; come corrispettivo di tale rapporto, Expedia riceve delle commissioni su ogni transazione⁴⁸.

24. A sua volta, la società Easy Market ha precisato di vendere, tramite Expedia, esclusivamente dei pacchetti viaggio avvalendosi del suddetto *link* messo a disposizione dal professionista sulla base di preesistenti rapporti contrattuali. In base agli accordi⁴⁹, Easy Market opera come fornitore di Expedia di una piattaforma tecnologia di prenotazione *on line* di pacchetti turistici; Expedia gestisce ed è responsabile delle attività di marketing volte a convogliare traffico dalla sezione vacanze del sito Expedia (ad. es. creazione di *banner* con evidenza di offerte speciali) e delle informazioni presenti nella *home page* della sezione pacchetti vacanze.

25. La società Easy Market, in particolare, ha sviluppato una piattaforma informatica per la prenotazione on line dei pacchetti vacanza presenti in un database ove si trovano inserite le proposte di pacchetti turistici forniti dai principali *tour operator* e ne gestisce la prenotazione, fino al pagamento e successivo invio dei documenti di convocazione. Inoltre, Easy Market svolge, in nome e per conto di Expedia, un servizio di *customer care* e gestione del contenzioso. A seguito di eventuali errori o ripensamenti del cliente, le conseguenti azioni di sblocco degli importi congelati o riaccredito degli importi movimentati, avvengono contestualmente alla chiusura della lavorazione della pratica, quasi sempre eseguita in linea con il cliente nel caso di contatto telefonico o nelle poche ore lavorative successive al ricevimento della comunicazione mediante *email*, fax o altro⁵⁰.

⁴⁷ Cfr. trasmissione informazioni di Expedia, doc. 88, nonché contratto tra Easy Market e Expedia Inc., doc. 22.34.

⁴⁸ Cfr. verbale audizione Expedia, doc. 109bis.

⁴⁹ Cfr. contratto, doc. 107, all. A.

⁵⁰ Cfr. informazioni trasmesse da Easy Market, doc. 78 e 107.

Le pratiche commerciali

Sub A) La promozione on line di servizi turistici

La promozione delle offerte attraverso il sito

26. Il primo comportamento oggetto di esame concerne le modalità di promozione dei servizi di intermediazione offerti dal professionista nel periodo preso in considerazione (2008-2010) attraverso il proprio sito *www.expedia.it*, oggetto di varie segnalazioni da parte di singoli consumatori⁵¹.

27. Sulla base di rilevazioni effettuate d'ufficio nel periodo febbraio-marzo 2010⁵², è emerso che la *home page* del sito è costituita da vari riquadri che occupano l'intero schermo. Il riquadro centrale è adibito alla ricerca di "voli, hotel, auto, attrazioni, vacanze", con sotto le sezioni per l'inserimento dei dati. La ricerca può essere avviata utilizzando il comando "cerca" oppure attraverso i vari *link* posti in vari riquadri aventi ad oggetto varie offerte.

28. Utilizzando la ricerca, sono rinvenibili delle offerte - relative a voli, hotel e combinazioni volo più hotel - di fatto non disponibili, o disponibili solo a prezzi più elevati rispetto a quelli pubblicizzati nella *home page*, i cui costi accessori (variamente denominati come "costi di gestione", "oneri aggiuntivi", "imposte" e "tasse") sono peraltro richiamati solo alla fine del processo di prenotazione.

Offerta di voli + hotel

29. Con particolare riguardo ai voli⁵³ e all'opzione "volo + hotel", è stata

⁵¹ In particolare, taluni consumatori hanno lamentato l'ingannevolezza del sito *www.expedia.it* poiché vengono menzionate tariffe e offerte di fatto non disponibili sul sito, i cui costi accessori vengono indicati solo alla fine del processo di prenotazione: cfr. documenti n. 1 (segnalazione del 24 gennaio 2008) e 11 (segnalazione del 22 settembre 2009) del fascicolo istruttorio.

⁵² Cfr. verbali rilevazione sito, doc. 16, 17 e 18.

⁵³ Si richiama come esempio la rilevazione riguardante la selezione di un volo per Londra, pubblicizzato nella *home page* al costo di 100 euro (primo step). Selezionato il prodotto scelto si accede alla seconda pagina (secondo step) in cui vengono riportati tutti i dati relativi al viaggio indicato. Dall'analisi della pagina si evince che il volo più economico ha un costo di 119 euro. Selezionando il comando "Scegli questa partenza", si accede alla schermata successiva (terzo step) in cui compare la scritta: "Siamo spiacenti, ma si è verificato un problema con i voli selezionati" ed ancora, con caratteri più piccoli: "Uno o più voli selezionati non sono disponibili. Seleziona dei voli alternativi". Selezionando il comando "torna ai risultati della ricerca", si torna alla terza schermata, in cui compare l'avvertenza: "Siamo spiacenti, ma il prezzo per questo volo è cambiato da € 119,85 a € 129,85" e ancora sotto: "Prezzo totale per questo viaggio: € 129,85". Partendo nuovamente dalla *home page* è stato verificato che il prezzo in essa riportato non era stato modificato e risultava, quindi, ammontare a 100 euro: cfr. verbale rilevazione sito, doc. 16.

rilevata una notevole divergenza tra il prezzo dei singoli voli pubblicizzati nella *home page* ed il “*Prezzo totale*” indicato al termine del processo di prenotazione, nella schermata sul riepilogo dei dati sul volo selezionato. Inoltre, nella medesima schermata, non risultano individuabili tutte le componenti del prezzo finale effettivo; restano infatti esclusi, secondo quanto indicato in fondo alla stessa pagina, delle “*Tasse aggiuntive*” ed “*oneri aggiuntivi per alcuni servizi, quali la selezione del posto a sedere e l'imbarco del bagaglio da stiva*” che potrebbero essere applicati dalla compagnia aerea⁵⁴. Inoltre, nella schermata relativa al prodotto selezionato, è talvolta rinvenibile l'avvertenza “*Uno o più voli selezionati non sono disponibili. Seleziona dei voli alternativi*”⁵⁵.

Offerta di sistemazioni alberghiere

30. Circa l'opzione “*Hotel*”, oltre ad una notevole differenza tra il prezzo pubblicizzato nella *home page* e quello “*Totale*” indicato alla fine del processo di selezione, si è rilevata una divergenza tra quest'ultimo prezzo e quello effettivo, poiché secondo quanto indicato nella stessa pagina restano escluse, oltre ad un'asserita “*tassa comunale/locale*”⁵⁶, anche delle eventuali “*imposte*”, di importo non identificato, che dovrebbero essere corrisposte

⁵⁴ Nella schermata finale compare infatti l'avvertenza: “*Potrebbero essere applicate tasse aggiuntive della compagnia aerea. Le compagnie aeree potrebbero applicare oneri aggiuntivi per alcuni servizi, quali la selezione del posto a sedere e l'imbarco del bagaglio da stiva. Tali tariffe dipendono dalla compagnia e possono variare in qualsiasi momento. Per aggiungere tali elementi alla prenotazione, rivolgersi al servizio clienti al numero 199 940 194*”: cfr. rilevazione dell'11 febbraio 2010, doc. 15.

⁵⁵ In particolare, l'avvertenza circa la mancata disponibilità del volo è stata visualizzata nella quarta pagina del processo di selezione; selezionando il comando “*torna ai risultati della ricerca*”, tuttavia, si rinvia alla terza schermata, in cui si è rilevata l'avvertenza “*Siamo spiacenti, ma il prezzo per questo volo è cambiato da (...) a (...)*”; partendo nuovamente dalla *home page* è stato verificato che il prezzo in essa riportato non era stato modificato e risultava, quindi, corrispondente a quello pubblicizzato nella *home page*: cfr. Verbale rilevazione sito, doc. 16.

⁵⁶ In via esemplificativa, si richiama la rilevazione relativa ad un viaggio a Parigi, si è constatato che nella *home page* viene indicato il costo relativo al viaggio più due notti in hotel in misura pari a 203 euro senza specificare se tale prezzo si riferisca alla singola persona, ad una singola notte o all'intero pacchetto (primo step). Proseguendo con la procedura di prenotazione, nella pagina successiva (secondo step), selezionando il viaggio desiderato, si apre un'altra pagina (terzo step), che indica in ordine crescente di prezzo tutti i risultati della ricerca. Il primo che compare, ovvero il più economico, ha un costo di 203 euro. Dopo averlo selezionato, si accede alla pagina seguente (quarto step), in cui il prezzo “*Totale*” è pari a 404,66 euro, di cui “*Media/A persona*” 202,33 euro. Sotto il prezzo compare l'indicazione “*+ verrà addebitata una tassa comunale/locale. Riscosse dall'hotel*” e accanto la dicitura “*Dettagli*”. Cliccando sulla dicitura “*Dettagli*”, si apre una finestra contenente le seguenti informazioni: “*Tariffe obbligatorie imposte dall'hotel*”, e di seguito: “*Le seguenti tariffe obbligatorie imposte dall'hotel vengono applicate e riscosse dall'hotel al momento dell'arrivo o della partenza*”. Ancora: “*(...) Verrà addebitata una tassa comunale/locale*”. E di seguito “*L'elenco precedente potrebbe non essere completo. Le tariffe obbligatorie imposte dall'hotel potrebbero non comprendere le imposte ed essere soggette a modifiche*”, senza specificare l'importo di tali eventuali imposte e tasse: cfr. verbale rilevazione sito, doc. 17.

direttamente all'hotel. Nel sito, infatti, sotto il prezzo compare la seguente affermazione: ”+ verrà addebitata una tassa comunale/locale”, con l'indicazione per cui le tariffe sarebbero “*applicate e riscosse dall'hotel al momento dell'arrivo o della partenza*” e che “*L'elenco precedente potrebbe non essere completo. Le tariffe obbligatorie imposte dall'hotel potrebbero non comprendere le imposte ed essere soggette a modifiche*”⁵⁷.

31. Inoltre, si è anche constatato che, accanto agli importi relativi alla “*Tariffa della camera*”, compaiono delle “*Tasse e spese di gestione*”. Accanto all'importo di queste ultime appare l'iscrizione “*Dettagli*”, contenente le seguenti informazioni: “*Le tasse sono importi deducibili che Expedia paga ai propri fornitori (ad esempio gli hotel); per ulteriori informazioni, consulta i nostri termini d'uso. Le spese di gestione coprono i costi di Expedia per il servizio di prenotazione*”⁵⁸.

Pacchetti turistici

32. Il professionista pubblicizza sul proprio sito anche l'offerta di pacchetti turistici, cui il consumatore può accedere cliccando sulla sezione “*Vacanze*”. Secondo le precisazioni fornite dal professionista, quest'ultimo tuttavia non sarebbe responsabile della vendita di tale prodotto e delle informazioni fornite al riguardo, poiché ciò rientrerebbe nell'area di controllo della società Easy Market. Al riguardo, si rinvia pertanto agli approfondimenti svolti con riferimento all'organizzazione del professionista ed alla contestazione relativa alla sua identificazione.

Sub B) Il sistema di pagamento dei servizi

La prassi del settore in materia di pagamenti *on line* mediante carte di credito

33. Le informazioni trasmesse da taluni principali istituti di credito⁵⁹ confermano che il sistema dei circuiti delle carte di credito (ad esempio VISA) e delle carte prepagate (utilizzato *on line* mediante dei c.d. POS virtuali) è basato sulla generazione di flussi elettronici che consentono

⁵⁷ Cfr. verbali rilevazione sito, doc. 17 e 18.

⁵⁸ Cfr. verbale rilevazione sito, doc. 18.

⁵⁹ Cfr. informazioni trasmesse da MPS in data 3 agosto 2010 (doc. 49), integrate in data 8 settembre 2010 (doc. 85); informazioni fornite dal gruppo Unicredit in data 16 settembre 2010 (doc. 100); informazioni fornite da Intesa San Paolo in data 10 novembre 2010 (doc. 110), integrate in data 1° dicembre 2010 (doc. 114).

all' esercente (o “*merchant*”) di effettuare una richiesta di autorizzazione all' utilizzo della carta per l' importo indicato mediante il proprio *acquirer* (ossia il soggetto che svolge l' attività di accettazione delle carte collegate ai circuiti internazionali di pagamento e che svolge il regolamento finanziario delle transazioni di pagamento).

34. Detta operazione, pur essendo non necessaria, è conforme alla prassi adottata dagli esercenti al fine di verificare l' utizzabilità della carta (ad es. disponibilità di fondi sulla carta). In particolare, la richiesta viene inviata dall' *acquirer* dell' esercente al circuito internazionale di pagamento collegato alla carta di credito che sta effettuando il pagamento; il circuito internazionale, a sua volta, la inoltra al rispettivo soggetto emittente della carta che verifica, in tempo reale e nel rispetto delle regole del circuito, la capienza del *plafond*, la validità della carta, l' assenza di blocchi operativi.

35. Se le verifiche danno esito negativo, il pagamento non avviene e l' operazione non ha seguito. Se, invece, l' esito è positivo, l' autorizzazione viene concessa quasi in tempo reale e ciò determina un blocco della somma che risulta “prenotata”. L' emittente invia il messaggio di autorizzazione all' esercente, il quale, ricevuta l' autorizzazione, conferma il buon esito dell' operazione di pagamento al titolare della carta.

36. Dopo l' autorizzazione, deve seguire, per il completamento dell' operazione, una conferma contabile che, di norma, è data entro due o tre giorni; in particolare, l' *acquirer* invia la richiesta di regolamento contabile (c.d. *clearing*) all' emittente della carta che riconcilia la transazione contabile con la prenotazione della somma eseguita al momento dell' autorizzazione, effettua la registrazione definitiva sul “conto carta” e contestualmente riconosce l' importo all' *acquirer*.

37. Peraltro, in caso di errore, le regole dei circuiti prevedono che la banca *acquirer* dell' esercente richieda, per via telematica, l' annullamento della prenotazione ovvero lo storno degli addebiti (e cioè, il riaccredito delle somme erroneamente addebitate); in entrambi i casi, secondo le informazioni raccolte, la banca emittente la carta di credito provvede, per via telematica, all' immediato ripristino dei fondi⁶⁰.

38. In mancanza di conferma contabile, la prenotazione (o autorizzazione) decade automaticamente trascorso un tempo variabile (a seconda del circuito e delle regole proprie di ciascuna banca) che va, in media, tra i 10 e i 40 giorni dall' apposizione della “prenotazione”, con il ripristino della

⁶⁰ Cfr. Informazioni fornite dal gruppo Unicredit (doc. 100) ed informazioni fornite da Intesa SanPaolo(doc. 110 e 114).

disponibilità dei fondi⁶¹. Le modalità e la tempistica con cui un esercente può effettuare la cancellazione della richiesta di autorizzazione di un'operazione non ancora contabilizzata o lo storno di una transazione già contabilizzata attengono esclusivamente al rapporto contrattuale fra l'esercente e il proprio *acquirer*, regolato, tra l'altro, dai regolamenti previsti per il servizio di *acquiring* dai circuiti internazionali⁶².

39. In ogni caso rimane fermo che gli emittenti della carta sono meri esecutori di quanto disposto dall'esercente per il tramite dell'*acquirer* e l'esercente è l'unico soggetto a conoscenza dell'esito della transazione di acquisto e, sulla base di questo esito, dovrebbe attivare le opportune segnalazioni all'emittente della carta in merito alla transazione di pagamento⁶³.

Procedura Expedia per la prenotazione ed il pagamento *on line* dei servizi

40. Il cliente, dopo aver selezionato uno dei risultati della propria ricerca sul sito, accede ad una pagina contenente i dettagli del viaggio e, in assenza di modifiche, può procedere direttamente all'acquisto del servizio scelto avvalendosi del sistema di prenotazione e di pagamento gestito da Expedia Inc..

41. A tal fine, dopo la visualizzazione della pagina che fornisce le informazioni riepilogative del viaggio e l'accettazione delle condizioni di viaggio, il cliente può accedere alla pagina per il pagamento. Il pagamento può essere effettuato con carta di credito o carta prepagata. Una volta effettuato il pagamento, il cliente riceverà da parte di Expedia, generalmente in tempi piuttosto rapidi, la conferma dell'acquisto e i dettagli del viaggio anche via *email*, ovvero la mancata conferma della prenotazione in caso di “*transazione non andata a buon fine*”⁶⁴.

42. Dalle informazioni trasmesse dal professionista, emerge che Expedia Inc. gestisce i pagamenti *on line* effettuati dai consumatori dal 1° ottobre 2008 attraverso un *payment service provider* (cioè, un portale specializzato nella gestione dei pagamenti), denominato Netgiro (e, a partire da novembre 2010, DRWP, ossia *Digital River World Payments*, di seguito anche “portale

⁶¹ L'indicazione dei tempi è basata sulle informazioni acquisite nell'ambito del procedimento: MPS ha infatti indicato un tempo medio di 10 giorni (doc. 49 e 85); Unicredit ha sostenuto che, per le Banche facenti parte del Gruppo, il tempo medio è 15 giorni (doc. 100), Intesa San Paolo, di norma, tra i 20 e 40 giorni (doc. 110 e 114).

⁶² Cfr. Informazioni fornite dal gruppo Unicredit (doc. 100) e Intesa San Paolo (doc. 110 e 114).

⁶³ Cfr. risposta richiesta informazioni da parte di UniCredit, doc. 100.

⁶⁴ Cfr. trasmissione informazioni di Expedia (doc. 88) e verbale audizione di Expedia (doc. 109bis).

Netgiro”). Precedentemente, era utilizzato un diverso *payment service provider*, denominato BIBIT, avente delle analoghe funzionalità.

43. In dettaglio, l’attuale procedura di pagamento (salvo il caso in cui la richiesta di prenotazione effettuata dal consumatore mediante il sito di Expedia venga inoltrata ad un vettore che gestisce anche la fase successiva del pagamento) prevede la trasmissione, per via telematica da parte di Expedia, di una richiesta di preautorizzazione a Netgiro, il quale a sua volta “gira” la richiesta di preautorizzazione alla banca partner di Expedia, che la inoltra ai circuiti interbancari (ad es. Visa) i quali, a loro volta, la trasmettono alla banca *issuer* della carta (ad es. Unicredit). In caso di esito positivo, la transazione viene completata ed Expedia, attraverso Netgiro, richiede l’autorizzazione finale ad incassare la somma di denaro dovuta (ovvero trasmette la conferma contabile dell’addebito al circuito) e, nel contempo, conferma il buon esito della transazione dell’acquisto al consumatore. In caso di esito negativo, la preautorizzazione non viene rilasciata, le somme non vengono bloccate e la transazione non viene conclusa. Peraltro, possono verificarsi dei problemi nel processo di completamento della transazione (ad es. problemi tecnologici, o insufficienza di fondi sulla carta del cliente) per cui Expedia, attraverso gli stessi *step* (Banca *Issuer*>Visa>Banca Partner>Netgiro), viene informata che l’autorizzazione è stata concessa ma la transazione, per altri motivi, non va a buon fine. In tal caso, Expedia non trasmette la conferma contabile della transazione e, al contempo, invia al consumatore l’informazione di esito negativo della prenotazione (ovvero, la comunicazione di “*transazione non andata a buon fine*”) ma la richiesta di preautorizzazione, con il conseguente blocco delle somme, rimarrà in piedi. Secondo quanto affermato dal professionista, la procedura di cancellazione della preautorizzazione viene da esso attivata solo quando il consumatore presenta un reclamo a tal fine; diversamente, attende che la preautorizzazione decada come previsto dalle regole dei circuiti interbancari⁶⁵.

44. Circa i tempi di sbocco indicati in un documento di fonte Orchidea⁶⁶ (circa sette-quaranta giorni), il professionista ha precisato che tale tempistica corrisponde alla procedura da esso seguita, la quale non consente l’attivazione automatica da parte di Net Giro della cancellazione della preautorizzazione precedentemente richiesta⁶⁷.

⁶⁵ In tal senso, cfr. quanto dichiarato da Expedia nel corso dell’audizione, doc. 109bis.

⁶⁶ Cfr. *email* interna tra Orchidea ed Expedia Italy, reperita in ispezione, doc. 22.25.

⁶⁷ Cfr. verbale audizione, doc. 109bis.

45. Il professionista ha altresì affermato che nei casi di richieste di preautorizzazioni eseguite tramite altri intermediari (ovvero, laddove Expedia non svolga la funzione di *Merchant*) la procedura è la medesima ma con alcune differenze. In tal caso, infatti, il titolare della carta di credito fornisce ad Expedia tramite il Sito il numero della carta e le altre informazioni necessarie. Expedia invia i dati del titolare della carta di credito al GDS per la richiesta di preautorizzazione e quest'ultimo processa la richiesta di preautorizzazione per conto del *Merchant* (es. vettore aereo), usando un diverso *payment service provider*⁶⁸.

Reclami per addebiti su carta di credito ritenuti non corretti.

46. Secondo quanto affermato dal professionista, tra il 2008 e il 2010 sono pervenuti una serie di reclami per addebiti su carta di credito ritenuti non corretti. In particolare, nel 2010 su un numero totale di segnalazioni pari a 157.411, risultano 5.167 casi di preautorizzazioni, di cui 552 segnalati via *email* e 4.615 via telefono; nel 2009 su un numero totale di segnalazioni pari a 180.184, risultano 5.040 casi di preautorizzazioni, di cui 580 segnalati via *email* e 4.460 via telefono; nel 2008 su un numero totale di segnalazioni pari a 107.199, risultano 2.469 casi di preautorizzazioni, di cui 343 segnalati via *email* e 2.126 via telefono⁶⁹.

47. La gestione dei reclami⁷⁰ viene svolta dal professionista avvalendosi dell'attività di supporto clienti svolta da Orchidea, mediante gli applicativi e dei data base di proprietà di Expedia Inc. e sotto le direttive della medesima società⁷¹, oltre che della società Expedia Italy⁷².

48. Come precedentemente chiarito, le risultanze attestano che Expedia Italy ha fornito ad Orchidea direttive ed attività di supporto in raccordo con altri

⁶⁸ Cfr. trasmissione informazioni, doc. 115.

⁶⁹ Cfr. trasmissione informazioni da parte di Expedia doc. 88.

⁷⁰ Quanto ai reclami, è da menzionare che nel corso dell'istruttoria alcuni consumatori hanno trasmesso ulteriori informazioni circa la problematica in esame, lamentando il pregiudizio da loro subito a causa delle somme indebitamente "prelevate" ovvero "congelate", come riferito dagli operatori Expedia (in via esemplificativa, doc. 87: caso di sblocco, avvenuto dopo circa 25 giorni dal blocco, effettuato in data 5 aprile 2010; cfr. doc. 79: relativo a caso di sblocco delle somme, avvenuto nell'aprile del 2009, solo dopo la presentazione di apposita denuncia; doc. 82, caso di restituzione della disponibilità delle somme dopo circa due mesi dal blocco, avvenuto in data 20 marzo 2008).

⁷¹ Cfr. trasmissione informazioni di Expedia doc. 88 e 115.

⁷² Cfr., in via esemplificativa, comunicazione standard di risposta ai reclami per ritardi nello sblocco dei fondi, doc. 22.31, intestata "*Expedia.It*", con l'indicazione della casella postale di Expedia Italy, doc. 22.31.

soggetti facenti parte del gruppo Expedia, attivi in vari paesi europei e che agiscono sotto la supervisione di Expedia Inc.⁷³.

49. Secondo le informazioni fornite da Orchidea, nel periodo 2009-2010 si è seguita la procedura di seguito illustrata. Le segnalazioni legate alle procedure di pagamento *on line* pervengono telefonicamente o via *email* agli operatori di Orchidea, i quali accedono al sistema Expedia Inc. e creano un caso nel sistema informatico di Expedia Inc. in modo da tracciare il contatto avvenuto. L'operatore, accedendo ad un applicativo interno, inserisce i dati necessari al passaggio delle informazioni interne e il giorno lavorativo successivo gli operatori addetti estraggono questi dati e, accedendo agli applicativi di Netgiro, inseriscono manualmente tutti i dati raccolti processando così la richiesta di sblocco degli importi pendenti. Completato l'inserimento in Netgiro, gli agenti inviano una *mail* informativa standard al cliente (c.d. *template standard*). Qualora il cliente ricontattati Orchidea in caso di ulteriore ritardo nello sblocco dei fondi da parte dell'emittente della carta di credito, trascorsi 7-10 giorni, il caso viene trasmesso al servizio di gestione clienti di Expedia, che può risolvere la controversia sia mediante l'anticipo delle somme a favore del cliente con l'impegno dello stesso a rimborsare Expedia una volta che siano stati resi disponibili i fondi⁷⁴, ovvero mediante l'effettuazione della prenotazione per conto del cliente, il quale si impegna a rimborsare Expedia una volta ottenuta la disponibilità dei fondi⁷⁵.

50. Nel 2009 sono stati inseriti in Netgiro 8351 casi per dare inizio alla procedura di sblocco, nel periodo gennaio 2010 – agosto 2010 altri 8351⁷⁶.

51. Inoltre, nei casi in cui Expedia non svolge la funzione di *merchant*, il professionista ha sostenuto che se un consumatore la contatta per segnalare che una preautorizzazione effettuata da un vettore aereo è pendente, Expedia informa il consumatore che la preautorizzazione verrà rilasciata in 7-10 giorni e contatta le compagnie aeree invitandole a chiamare la banca del

⁷³ Cfr. verbale audizione Expedia, doc. 109bis, nonché documenti raccolti in ispezione, dai quali è desumibile il coinvolgimento della società Expedia Italy anche nella fase decisionale dei reclami, mediante l'attività svolta dal signora Parmigiani, nella sua veste di "*Customer Service Manager*", oltre che procuratrice speciale della stessa società (vedi verbale di accertamento ispettivo, con relative informazioni fornite dalla signora Parmigiani, doc. 22). In via esemplificativa, quanto all'apporto fornito nella gestione dei reclami, vedi *email* interna dell'aprile 2010, doc. 22.24 (laddove la Parmigiani da istruzioni nel senso di non accogliere il reclamo del cliente, con la precisazione "*vediamo come evolve*"), nonché *email* interne del feb-marzo 2010, doc. 22.25, relative alla gestione del "*Problema Prenotazione Giornalista*".

⁷⁴ In tal senso, cfr. comunicazione standard di risposta ai reclami per perdurante ritardo nello sblocco dei fondi, intestata "*Expedia.It*", con l'indicazione della casella postale di Expedia Italy: doc. 22.31.

⁷⁵ Cfr. informazioni di Orchidea, doc. 80, 93 e 94.

⁷⁶ Cfr. integrazione trasmissione informazioni di Orchidea, doc. 98.

consumatore per dare inizio al procedimento di cancellazione della preautorizzazione⁷⁷.

Motivazioni del blocco

52. Nel corso dell'ispezione svolta presso Expedia Italy sono stati rinvenuti vari reclami indirizzati da Orchidea al gruppo Expedia, tra cui la stessa società Expedia Italy. Tra detti reclami è da menzionare un documento che contiene uno scambio di *email* del febbraio 2010, da cui si desume, in sintesi, che il problema era da tempo noto al professionista ed è dovuto, essenzialmente, al tipo di sistema di pagamento scelto e, in particolare, alle modalità di funzionamento del portale Netgiro. Secondo detto documento, infatti, Netgiro *“Sfortunatamente è un sistema che manda una richiesta ma non avvia un immediato rilascio (di fondi)- noi siamo perciò dipendenti dai soggetti emittenti le carte per effettuare il rilascio. La nostra esperienza è che Amex effettua il rilascio in 3-4 giorni e le altre carte in 7-10 giorni”*⁷⁸.

53. Nello stesso documento si chiarisce che il problema è lamentato in media da 400-500 clienti ogni mese e che il blocco è determinato da varie ragioni, tra cui la mancanza di fondi da parte del consumatore, l'utilizzo di una carta ricaricata 24 ore prima del pagamento, aggiornamenti nel costo di voli⁷⁹.

54. Inoltre, con riferimento a taluni casi di “blocco” lamentati dai consumatori, gli stessi istituti bancari hanno chiarito di non aver ricevuto alcuna richiesta di storno delle somme per via telematica, sicché le stesse somme risultano essere state bloccate a causa della richiesta di “prenotazione” e rientrate nella disponibilità dei consumatori in un momento successivo, in quanto, secondo la suddetta procedura standard, la prenotazione è decaduta automaticamente decorso il periodo sopra indicato⁸⁰.

⁷⁷ Cfr. trasmissione informazioni, doc. 115.

⁷⁸ Cfr. doc. 22.25 - *email* di febbraio 2010 - *“Problema prenotazione giornalista”*: nel testo, scritto in inglese, è rinvenibile la seguente affermazione: *“Unlikely it is a system that send a request out but does not initiate an immediate release. We are then dependent on the Card Issuer to make a release. Our experience is that Amex takes 3-4 days and other cards 7-10 days”*.

⁷⁹ Cfr. doc. 22.25 - *email* del febbraio 2010 - *“Problema prenotazione giornalista”*; secondo lo stesso documento, le più comuni ragioni sono: mancanza di fondi sulla carta di credito; carta ricaricata meno di 24 ore prima; carta con un numero di transazioni non superiore a due; aggiornamenti nel costo di voli; inoltre, si afferma che la preautorizzazione dei pagamenti è un problema da tempo conosciuto in Italia, comportante una tempistica di 41 giorni fino a circa un anno prima, periodo in cui è iniziato l'accesso tramite Netgiro.

⁸⁰ Cfr. informazioni MPS circa il caso Finotto (doc. 49) e informazioni di Intesa San Paolo circa il caso Petrucci (all. 2 a doc. 2).

55. Secondo le informazioni fornite dal professionista, il caso più ricorrente in cui è stato rilevato il problema del blocco di fondi a causa della pendenza di una preautorizzazione è quello della prenotazione di un *dynamic package* (ad esempio, volo+hotel). In tal caso, può avvenire che solo una parte della richiesta di autorizzazione di addebito sulla carta vada a buon fine (ad esempio, solo per la prenotazione dell'albergo, e non anche per il volo), con la conseguenza che al cliente viene comunicata la mancanza di buon fine della transazione globale e che parte dei fondi relativi all'operazione risultino bloccati a causa della pendenza della preautorizzazione per una parte della transazione⁸¹.

Informazioni sul sistema di pagamento

56. Il professionista ha inoltre diffuso, sia mediante comunicazioni standard ai consumatori, sia sul sito, informazioni nelle quali, da un lato, vanta la sicurezza del sistema di pagamento⁸² e, dall'altro, occulta i rischi di problemi nel pagamento e i conseguenti oneri a carico dei consumatori dovuti allo specifico sistema di pagamento.

57. Nella sezione del sito da utilizzarsi "*per prenotare o acquistare i servizi di viaggio Expedia.it*" è infatti rinvenibile la seguente affermazione "*La tua carta di credito è al sicuro e protetta con Expedia.It*"⁸³.

58. Inoltre, all' art. 7 delle condizioni generali di contratto, relativo alle modalità di acquisto dei servizi, viene tra l'altro affermato che "*Durante il processo di Acquisto, viene richiesto all'Utente di fornire i dettagli della carta di credito: qualora vi fossero problemi con il pagamento, per esempio una mancata autorizzazione da parte della banca, l'Acquisto verrà sospeso e all'Utente non verrà addebitata alcuna spesa*"⁸⁴.

59. Nelle comunicazioni standard ai consumatori, d'altra parte, Expedia informa, mediante un spiegazione breve, che "*non abbiamo effettuato alcun prelievo sulla sua carta di credito. Il ritardo nello sblocco dei fondi in questione è legato alle tempistiche e problematiche del circuito bancario sul quale Expedia non ha alcun controllo*", ovvero che, secondo una informativa maggiormente dettagliata, "*non avviene nessun addebito se la transazione*

⁸¹ Cfr. inf. fornite da Expedia Italy, doc. 22.

⁸² Nel sito tra l'altro, con riguardo all'utilizzo della carta di credito "*per prenotare o acquistare i servizi di viaggio Expedia.it*", è rinvenibile la seguente affermazione "*La tua carta di credito è al sicuro e protetta con Expedia.It*": cfr. rilevazione del sito del 22 luglio 2010, doc. 46.

⁸³ Cfr. rilevazione del sito del 22 luglio 2010, doc. 46.

⁸⁴ Cfr. doc. 43.

*non è stata completata” e che, comunque, “qualsiasi chiarimento in merito alla tempistica relativa al rilascio dei fondi, dovrà essere inoltrata al gestore della sua carta di credito”*⁸⁵.

60. Expedia risulta aver diffuso delle informazioni divergenti circa la tempistica necessaria per il rilascio delle somme bloccate da parte degli istituti di credito⁸⁶, individuata in un arco temporale variabile che, secondo le informazioni fornite da Expedia, va dai 3 ai 7 giorni, a seconda del tipo di istituto e del tipo di carta⁸⁷. Peraltro, le risultanze istruttorie attestano che il professionista ha anche indicato come tempistica, nelle proprie comunicazioni standard, “7/10 giorni”⁸⁸, e talvolta “da un minimo di una settimana al massimo di un mese”⁸⁹; inoltre, stando a quanto sostenuto da un consumatore, Expedia avrebbe anche affermato che, secondo una prassi consolidata, la somma sarebbe stata trattenuta per quaranta giorni⁹⁰.

Sub C) Elementi identificativi del soggetto fornitore

61. Nella presentazione del sito⁹¹ e nelle condizioni generali di contratto ivi divulgate, il professionista, da una parte, viene descritto come un'agenzia di viaggio *on line*⁹², fondata dalla società capogruppo Expedia Inc., con sede centrale negli Stati Uniti, e dall'altra, come un insieme di soggetti, individuati sotto la locuzione di “*Parti del contratto*”, tra cui vengono menzionati i terzi fornitori dei servizi finali nonché, quali “*soggetti intermediari*”, più società, e segnatamente Expedia Inc. (per l'acquisto dei

⁸⁵ Cfr. templates “IT-Carta di credito BIBIT spiegazione breve 2” e “IT-Carta di credito BIBIT spiegazione dettaglio 1”, doc. 22.23.

⁸⁶ Cfr., in via esemplificativa, all. 1 doc. 80.

⁸⁷ Cfr. informazioni fornite da Expedia Italy nel corso dell'ispezione, doc. 22.

⁸⁸ Cfr. template “IT-Carta di credito BIBIT spiegazione breve 2”, doc. 22.23.

⁸⁹ Cfr. doc. 22.22.

⁹⁰ In particolare, il segnalante ha lamentato che in data 1° dicembre 2008 ha provato ad acquistare con carta prepagata un pacchetto viaggi al costo di 3.360 euro, e che pur non essendo stata eseguita la transazione, gli è stata congelata una somma pari a 1.660 euro; in seguito la somma è stata restituita entro 40 giorni: cfr. doc. 3 del fascicolo istruttorio.

⁹¹ Alla voce “*Chi siamo*” presente sul sito si fa riferimento al “*Company Profile*”; in tale contesto, il venditore del servizio di agenzia di viaggi *on line* viene ad essere individuato in modo unitario attraverso il richiamo della denominazione Expedia, Inc (Expedia), nonché all'attività svolta in Italia, in particolare attraverso dei *call center* localizzati in “*Lombardia e in Emilia Romagna*”, a disposizione della clientela per i servizi di vendita e post vendita, senza tuttavia che venga richiamata la denominazione della controllata Expedia Italy né la localizzazione in Italia del professionista: cfr. rilevazione del sito del 19 luglio 2010, relativa alle condizioni generali di contratto del professionista: doc. 43.

⁹² Cfr. art. 1 delle condizioni generali presenti sul sito, relativo all'oggetto del contratto, dove il servizio offerto ed il suo fornitore viene così descritto: “*Expedia Inc. società statunitense con sede legale in 13810 SE Eastgate Way, Suite 400, Bellevue WA 98005, USA, (di seguito anche “Expedia”) opera in tutto il mondo, anche tramite proprie controllate, come agenzia di viaggi on-line mettendo a disposizione dei suoi clienti una offerta diversificata di servizi di viaggio a prezzi competitivi*” (sottolineatura aggiunta).

biglietti aerei) e Travelscape Inc (per l'acquisto dei servizi di soggiorno in hotel e autonoleggio), con l'indicazione delle relative sedi negli Stati Uniti.

62. Nell'individuazione delle parti del contratto, con riguardo alla vendita di pacchetti turistici, viene inoltre disconosciuta l'esistenza dell'attività di intermediazione svolta da Expedia avvalendosi della collaborazione di Easy Market⁹³.

63. Come precedentemente chiarito, l'attività di vendita di pacchetti turistici risulta infatti pubblicizzata nelle pagine del sito di Expedia dedicate alla tipologia di offerta, "Vacanze", mediante l'utilizzo della dicitura "Garantisce Expedia!"⁹⁴. Durante tutto il processo per la prenotazione ed il pagamento del servizio compare, con carattere ben visibili, la denominazione ed il logo di "Expedia".

64. Nella *home page*, gestita dal professionista, è altresì presente l'indicazione di un numero verde 800123755, il quale è un numero di Expedia (a cui rispondono degli operatori Expedia) che ridirige le chiamate su un *black number* fornito da Easy Market. Quest'ultima società, in qualità di agenzia intermediaria, rivende il prodotto turistico di tipo pacchettizzato, creato ed organizzato dai *tour operator* fornitori, gestendo i relativi rapporti con i consumatori⁹⁵, sulla base degli accordi precedentemente descritti⁹⁶. Secondo quanto desumibile da una segnalazione pervenuta nel corso del procedimento, tale informativa risulta ambigua anche sotto il profilo dell'individuazione del rapporto tra Expedia ed Easy Market prima descritto, ostacolando così un corretto svolgimento del confronto tra consumatori e professionista sia in sede di trattamento dei reclami che in sede processuale⁹⁷.

65. Inoltre, nell'art. 12 delle condizioni generali concernente i "Reclami", il

⁹³ Cfr. art. 3: "L'Acquisto del Pacchetto Turistico o dei Servizi di Viaggio Diversi costituisce un contratto tra l'Utente ed il fornitore del Pacchetto Turistico o dei Servizi di Viaggio Diversi Expedia, con riguardo ai Pacchetti Turistici ed ai Servizi di Viaggio Diversi si limita a concedere ai singoli fornitori dei suddetti prodotti lo spazio sul Sito a fini promozionali, non intervenendo in alcun modo nella vendita dei medesimi prodotti".

⁹⁴ Cfr. Verbale di acquisizione del 24 settembre 2010: doc. 96.

⁹⁵ Cfr. informazioni fornite da Easy Market, con allegata presentazione del sito: doc. 107.

⁹⁶ Cfr. risultanze istruttorie, paragrafi relativi all'organizzazione del professionista.

⁹⁷ Cfr. segnalazione di un consumatore, il quale ha rilevato che, sulla base delle informazioni disponibili sul sito, non si è messi in condizione di conoscere l'identità del soggetto che si presenta in rete e di poter fare valere i propri diritti in relazione alla vendita di pacchetti turistici mediante l'utilizzo del sito in esame; ciò emerge anche dal "rimpallo" di responsabilità operato, in sede giudiziaria, tra Easy Market ed Expedia Italy (la prima, nell'affermare la propria estraneità, ha sostenuto infatti di operare per conto di Expedia, che in Italia agirebbe mediante Expedia Italy; a sua volta, Expedia Italy, specularmente, ha sostenuto sia in giudizio che nel corso del procedimento la carenza di responsabilità di Expedia, sul presupposto che soltanto Easy Market opererebbe quale agenzia di viaggio): cfr. doc. 38 con allegati, nonché memoria conclusiva del professionista: doc. 119.

professionista indica tra i destinatari dei reclami, oltre all’“*intermediario*” o al “*terzo fornitore*”, anche un diverso interlocutore di riferimento a cui trasmettere i reclami, cioè la società Expedia Inc. c/o Expedia Italy S.r.l.⁹⁸.

66. Altrove, infine, l’attività di vendita dei servizi di agenzia viene sponsorizzata dal professionista mediante l’utilizzo della sigla “*Il Team Expedia.it*”⁹⁹ che richiama, secondo le risultanze istruttorie raccolte, l’attività di informazione ai consumatori e di gestione dei reclami svolta da Expedia Italy per i servizi offerti in Italia¹⁰⁰.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

67. Il professionista ha argomentato la propria tesi difensiva, sollevando obiezioni sia di tipo procedurale che sostanziale.

68. Quanto ai rilievi procedurali, Expedia ha sostenuto che non sarebbe stato rispettato il proprio diritto di difesa in quanto le contestazioni sarebbero generiche e non consentirebbero di comprendere i profili di scorrettezza contestati. In particolare, quanto alla pratica sub **b)**, la contestazione originaria relativa all’indebito trattenimento di somme dovrebbe ritenersi accantonata, in quanto i soggetti bancari avrebbero confermato che le somme non escono mai dalla disponibilità del titolare della carta, ma restano semplicemente bloccate presso la banca emittente.

69. Dal punto di vista sostanziale, il professionista sostiene, in primo luogo, la totale estraneità di Expedia Italy in merito alle asserite pratiche commerciali scorrette, svolgendo principalmente attività di marketing, pubblicità e promozione delle iniziative turistiche. In secondo luogo, il professionista afferma che nessuna condotta illecita sarebbe configurabile e, comunque, imputabile nemmeno alla capogruppo, Expedia Inc., sulla base di argomentazioni diverse, di seguito sintetizzate, in relazione a ciascuna contestazione.

⁹⁸ Cfr. art. 12 delle condizioni generali, doc. 43, “*Ogni contestazione relativa all’esecuzione del contratto deve essere contestata dall’Utente senza ritardo affinché l’Intermediario, per conto del terzo fornitore, o il terzo fornitore stesso vi possano porre tempestivamente rimedio. L’Utente dovrà inoltre inviare ogni reclamo entro e non oltre dieci giorni lavorativi dalla data del rientro dalla località di viaggio con raccomandata a.r. al seguente indirizzo: Expedia Inc. C/O Expedia Italy S.r.l. Casella Postale 121, 20090 Segrate (Milano)*”.

⁹⁹ Cfr. rilevazione del sito del 22 luglio 2010, doc. 46.

¹⁰⁰ Cfr. *Template* di risposta ai reclami dei consumatori circa il sistema di pagamento, avente l’intestazione, in alto, “*Expedia.it*” e, in basso, l’indicazione “*Expedia.it- Casella Postale 121, 20090 Segrate Mi-Italia*”, che come sopra chiarito, corrisponde all’indirizzo postale della società Expedia Italy: doc. 22.31.

Sulla promozione delle offerte

70. Il professionista ha affermato che può accadere che un servizio offerto *in home page* non sia più disponibile per il consumatore o lo sia ad un prezzo differente da quello minimo inizialmente pubblicizzato, ma tale indisponibilità o divergenza non può ritenersi dovuta ad una pratica scorretta, in quanto dovuta alla variabilità delle offerte dei voli presenti nel sistema informatico generalmente utilizzato da tutti gli operatori. D'altra parte, le tariffe indicate sono quelle reali né vi è alcun intento ingannatorio. Al riguardo, l'utilizzo della locuzione "*a partire da*" o similari per l'indicazione del prezzo è ampiamente diffuso nella comunicazione pubblicitaria e non si vede sotto quale profilo la stessa indicazione possa risultare scorretta.

71. Inoltre, il professionista ha precisato che l'indicazione del prezzo relativo ai voli sarebbe corretta, atteso che non viene aggiunto alcun onere aggiuntivo al prezzo che viene indicato sotto la dicitura "*Prezzo Totale*". Solo nel caso in cui il consumatore decida di usufruire di servizi opzionali potrà essere tenuto a pagare alla compagnia aerea un eventuale onere aggiuntivo (ad esempio, bagaglio, prenotazione del posto).

72. Uno schema sostanzialmente analogo si applicherebbe alla prenotazione alberghiera. In particolare, per quanto concerne la non inclusione nel prezzo finale di eventuali tasse comunali o imposte locali, il professionista ha affermato che detti oneri sono stabiliti e richiesti direttamente dalla struttura alberghiera al momento del *check out*. Anche in tal caso il comportamento sarebbe corretto poiché non sempre tale dato viene fornito ad Expedia dagli albergatori, benché sia richiesto nei contratti stipulati con gli stessi. Ove tali dati siano forniti, vengano pubblicizzati sul sito; diversamente, dove non forniti, Expedia sollecita i fornitori. In particolare, gli hotel sono tenuti, secondo le previsioni contrattuali, ad inserire autonomamente tale informazione nell'interfaccia con il sito ma Expedia non è in grado di controllare se questo obbligo sia effettivamente adempiuto; in mancanza, pertanto, il sollecito viene inviato solo ove lo stesso consumatore segnali precedentemente il problema per uno specifico albergo¹⁰¹. Stante tale situazione, Expedia Inc. ha ritenuto opportuno, per maggiore chiarezza, l'inserimento di una frase che informa il cliente della possibilità che tali tasse trovino applicazione.

¹⁰¹ Cfr. verbale audizione, doc. 109bis.

73. Infine, il professionista ha affermato che sarebbero irrilevanti le contestazioni circa le informazioni presenti sul sito in ordine ai pacchetti turistici, stante la completa estraneità di Expedia Inc. nella vendita di tale prodotto¹⁰².

Sul sistema di pagamento

74. Il professionista ha affermato che il sistema di pagamento esula completamente dalla sfera giuridica di Expedia Inc., trattandosi di rapporti diretti tra il titolare della carta e la banca emittente, per cui ad essa non sarebbe imputabile alcun indebito trattenimento di somme, né alcuna informazione ingannevole sulla sicurezza del sistema di pagamento.

75. Le risultanze istruttorie smentirebbero la contestazione, in quanto i soggetti bancari avrebbero confermato che le somme non escono mai dalla disponibilità del titolare della carta, ma restano semplicemente bloccate presso la banca emittente e non vengono incassate da Expedia. Inoltre, solo le banche emittenti hanno la possibilità di rendere di nuovo disponibili le somme “congelate”, mentre Expedia non avrebbe alcun potere di intervento sullo sblocco della somma in quanto questo è determinato unicamente dalla banca del consumatore.

76. In ogni caso, volendo risolvere il problema, Expedia si attiva in vari modi per sollecitare lo sblocco dei fondi, qualora questo venga segnalato dai consumatori. Expedia Inc. ritiene, perciò, di essere vittima del sistema bancario in quanto il ritardo nello sblocco delle somme è dovuto alla scelta dei circuiti di proteggere i fondi.

77. Altro problema inoltre insorge quando la preautorizzazione parte non da Expedia, ma direttamente dal fornitore finale (ad es., compagnia aerea), in quanto in tal caso le somme sono incassate dalle compagnie.

78. Sulla decettività delle informazioni fornite riguardo al sistema di pagamento la locuzione “*La tua carta di credito è al sicuro e protetta con Expedia*”, non fa riferimento al sistema di pagamento ma è volta ad informare il consumatore che i dati della propria carta di credito verranno trattati con la massima riservatezza¹⁰³.

¹⁰² Cfr. memoria conclusiva di Expedia (doc. 119), nonché precedente memoria (doc. 37).

¹⁰³ Cfr. memoria difensiva di Expedia doc. 37, memoria conclusiva doc. 119 e verbale audizione, doc. 109bis.

Sull'identità, la sede e la qualifica di Expedia Inc.

79. Il professionista ha sostenuto che la contestazione è priva di fondamento, in quanto nelle condizioni di contratto, all'art. 1, è individuata l'identità (denominazione sociale del professionista, la nazionalità e la sede legale della società Expedia Inc.), nonché la qualifica di Expedia Inc., quale agenzia di viaggio¹⁰⁴.

80. Inoltre, quanto alla vendita dei pacchetti turistici, Expedia ha sostenuto che, nonostante l'utilizzo del marchio Expedia sul sito gestito da Easy Market, i consumatori sono in grado di comprendere, sulla base di vari elementi presenti sul sito (quale, ad esempio, il cambiamento in automatico dell'indirizzo URL della pagina internet, nella fase di prenotazione di un pacchetto turistico; la visualizzazione in fondo alla *home page* della Sezione del sito *www.expedia.it* "Vacanze" di una informativa che recita "*Expedia non è responsabile delle informazioni visualizzate in questa pagina, che sono fornite da terzi partner di Expedia*"; l'esistenza di un avvertimento in *bottom page*), che il servizio di agenzia per la vendita dei pacchetti turistici non è fornito da Expedia, ma da Easy Market. Sarebbe, d'altra parte, irrilevante la circostanza che, nella fase iniziale della prenotazione, compaia la dicitura "*Garantisce Expedia*", poiché questa non può ingenerare l'idea che Expedia Inc., assuma una garanzia in senso tecnico. Inoltre, il rapporto tra il consumatore ed Easy Market è regolato da condizioni contrattuali diverse, sicché i ruoli risultano chiari; l'unico problema al riguardo concerne una controversia giudiziaria in cui la contestazione del consumatore è imputabile alla posizione, non corretta, sostenuta in giudizio dalla società Easy Market, secondo cui il ruolo di agenzia di viaggio sarebbe da imputare ad Expedia, in quanto contraria ai fatti ed al contenuto del contratto¹⁰⁵.

81. Secondo il professionista, il consumatore non è indotto in errore neanche sul sistema di trattamento dei reclami. Questo è infatti gestito, per contratto, da Orchidea Viaggi, per conto di Expedia Inc., mentre sarebbe del tutto estranea a tale gestione Expedia Italy. Inoltre, l'indirizzo verso cui i consumatori sono tenuti ad inoltrare i reclami è in Italia e di conseguenza il consumatore non è indotto a ritenere che la gestione dei reclami avvenga in un paese diverso dell'Italia¹⁰⁶.

¹⁰⁴ Cfr. memoria conclusiva di Expedia, doc. 119.

¹⁰⁵ Cfr. audizione Expedia, doc. 109bis, e memoria conclusiva, doc. 119.

¹⁰⁶ Cfr. memoria conclusiva di Expedia, doc. 119.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

82. Poiché le pratiche commerciali risultano essere state diffuse, tra l'altro, per via internet, in data 7 gennaio 2011 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 9 febbraio 2011, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame viola, per le ragioni e nei termini di cui in motivazione, il disposto di cui agli artt. 20, 21, 22 e 23 comma 1, lettere *b)* ed *e)*, del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- la completezza della comunicazione pubblicitaria deve coniugarsi alla chiarezza e all'immediata percepibilità delle caratteristiche e delle condizioni economiche del servizio pubblicizzato;
- il prezzo finale dei servizi offerti non corrisponde a quello indicato nella *home page* del professionista, essendo esistenti degli oneri aggiuntivi che vengono comunicati solo al termine di alcuni passaggi della procedura di prenotazione; pertanto, il consumatore è indotto in errore circa il preciso ammontare del costo complessivo del servizio offerto, in quanto, contrariamente al vero, è indotto a credere che il prezzo finale sia quello posto in evidenza nella *home page* del sito del professionista; è noto infatti che la prima comunicazione pubblicitaria rappresenta il principale elemento per la formazione della decisione d'acquisto e, soprattutto quando la prima informazione consiste in un prezzo "*d'impatto*", in assoluto conveniente per il consumatore;
- il professionista non fornisce al consumatore informazioni idonee ad identificare in modo chiaro l'identità, la sede e la qualifica del professionista stesso; in particolare, nelle condizioni generali di contratto il professionista è indicato come agenzia di viaggio on line con sede centrale negli Stati Uniti d'America e, al contempo, con l'espressione "*Parti del contratto*" riferita anche ai terzi fornitori dei servizi finali, soggetti intermediari nella fornitura dei servizi di acquisto dei biglietti aerei, di soggiorno in hotel e di autonoleggio;
- la pratica commerciale diffusa sul sito internet in esame non fornisce al consumatore informazioni idonee a ritenere sicuro e protetto il sistema di pagamento che il consumatore adotterà;
- le pratiche commerciali in esame, pertanto, omettono di informare ovvero

informano in modo non chiaro in ordine alle caratteristiche principali e alle condizioni economiche dei servizi offerti e, dunque, sono in grado di orientare indebitamente le scelte dei consumatori¹⁰⁷.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Premessa

Pluralità di pratiche commerciali

83. Le condotte descritte al punto II del presente provvedimento integrano tre distinte pratiche commerciali, in quanto relative a diverse fasi del rapporto contrattuale con il consumatore ed aventi peculiari caratteristiche strutturali che giustificano una loro singola ed autonoma valutazione¹⁰⁸.

84. La prima pratica riguarda la fase promozionale di varie tipologie di offerte tra di loro connesse, funzionalmente collegata all'attività di intermediazione nel settore dei servizi turistici (voli, servizi di alloggio, voli+albergo) *on line* svolta da Expedia. La promozione di tali servizi risulta essere stata realizzata nel periodo in considerazione con modalità sostanzialmente analoghe e, pertanto, deve considerarsi come una fattispecie unitaria.

85. La seconda pratica, connotata da autonomia strutturale e funzionale, concerne le modalità del pagamento dei servizi, ovvero una condotta attuata dal professionista nella fase successiva alla selezione del prodotto da parte del consumatore e, in particolare, dopo la fase di prenotazione dei servizi, ma anteriore al perfezionarsi dell'acquisto. In proposito rileva il fatto che l'utente, nel processo di prenotazione elettronica, viene automaticamente indirizzato all'utilizzazione del sistema di pagamento tramite carta di credito senza essere avvertito dei rischi connessi ad eventuali problemi nel completamento della transazione, finendo poi per subire le eventuali conseguenze, consistenti nella perdita della disponibilità di importi anche rilevanti per periodi significativi a causa dell'inefficienza del sistema di pagamento adottato dal professionista.

86. La terza pratica, infine, attiene essenzialmente alla fase della gestione dei reclami per la generalità dei servizi, ostacolata dalla diffusione di

¹⁰⁷ Cfr. parere AGCOM, doc. 124.

¹⁰⁸ In tal senso, cfr. sentenza Tar Lazio, Sez. I, del 20 gennaio 2010, n. 633.

informazioni ingannevoli circa l'identità, la sede e la natura delle attività svolte dal professionista. Tale problema, in particolare, viene in rilievo con riferimento alla vendita di pacchetti turistici svolta in collaborazione con Easy Market, senza che di ciò il consumatore venga avvertito, con conseguenti problemi nella corretta individuazione dell'interlocutore di riferimento nella fase di eventuali reclami.

Imputazione delle infrazioni

87. Le condotte in esame risultano imputabili alla società Expedia Inc., quale capogruppo che determina le linee della politica commerciale dell'agenzia *on line* anche con riferimento alle attività svolte in Italia in materia di promozione delle offerte, scelta dei prodotti, gestione del sistema di pagamento.

88. Occorre inoltre tenere conto dello specifico ruolo di supporto svolto da Expedia Italy nella gestione dei rapporti con la clientela¹⁰⁹. Detta società, infatti, oltre a ricevere i reclami dei consumatori indirizzati ad Expedia Inc. sulla base di quanto indicato nel sito, ha concorso all'attuazione della strategia definita da Expedia Inc. con riferimento alle segnalazioni dei consumatori relative al sistema di pagamento¹¹⁰, all'oscura indicazione degli elementi identificativi del professionista¹¹¹, nonché all'attività di promozione e commercializzazione di pacchetti turistici sul sito in esame¹¹².

89. Non è pertanto accoglibile la tesi secondo cui Expedia Italy è estranea alla realizzazione delle infrazioni in esame, in quanto le risultanze istruttorie attestano il suo coinvolgimento attivo nella fase di gestione dei rapporti con i consumatori con riferimento alle infrazioni di cui *sub b)* e *c)*.

Questioni procedurali

90. Priva di pregio è inoltre la censura di violazione dei diritti difesa, come dimostrato dalle difese concretamente svolte dal professionista circa le

¹⁰⁹ Cfr. informazioni fornite dal professionista, doc. 88, allegato n. 1 (*Summary of functions for expedia.it website*).

¹¹⁰ Cfr. verbale audizione Expedia, doc. 109*bis*, nonché documenti raccolti in ispezione, dai quali è desumibile il coinvolgimento della società Expedia Italy anche nella fase decisionale dei reclami, mediante l'attività svolta dal signora Parmigiani, nella sua veste di "Customer Service Manager", oltre che procuratrice speciale della stessa società: cfr. doc. 22. In via esemplificativa, quanto all'apporto fornito nella gestione dei reclami, vedi doc. 22.22., 22.24, 22.25.22.26, 22.27. 22.25.

¹¹¹ Cfr. *Template* di risposta ai reclami dei consumatori circa il sistema di pagamento, avente l'intestazione, in alto, "*Expedia.it*" ed, in basso, l'indicazione "*Expedia.it- Casella Postale 121, 20090 Segrate Mi-Italia*", che come sopra chiarito, corrisponde all'indirizzo postale della società Expedia Italy: doc. 22.31.

¹¹² Cfr. doc. 38 con allegati.

contestazioni in esame. Le contestazioni sono state comunicate al professionista in modo puntuale ed articolato, consentendogli di poter svolgere in contraddittorio la propria strategia difensiva in sede di audizione anche con riferimento a specifici documenti raccolti in ispezione circa l'ingiustificata privazione della disponibilità di somme a causa del loro "congelamento"¹¹³.

Il quadro normativo

91. Nel caso in esame viene in considerazione l'attività di intermediazione svolta dalle agenzie di viaggio *on line* la quale trova una prima regolamentazione nella Convenzione internazionale del 23 aprile 1970, resa esecutiva in Italia con legge 27 dicembre 1977, n. 1084 relativa al contratto di viaggio, contenente, in sostanza, una scarna disciplina sui legami intercorrenti tra l'organizzatore, l'intermediario e il fruitore del servizio turistico¹¹⁴.

92. Tuttavia, la giurisprudenza ha svolto un'opera di chiarimento circa gli obblighi gravanti sull'intermediario, ovvero l'agente di viaggio (denominato "venditore" nella disciplina sui pacchetti turistici), rispetto a quelli gravanti sull'organizzatore. In particolare, premesso che il rapporto con l'intermediario viene ricondotto alla figura del contratto di mandato fra il viaggiatore (mandante) e l'intermediario (mandatario), si è evidenziato che i doveri di diligenza media dell'intermediario devono essere valutati con maggiore rigore avuto riguardo all'attività svolta e all'esigenza di protezione dei diritti e degli interessi dei viaggiatori, secondo quanto prescritto dallo stesso art. 3 della citata Convenzione¹¹⁵.

93. In tale prospettiva, la giurisprudenza ha chiarito gli ambiti di responsabilità delle agenzie di viaggio precisando che il soggetto che svolge tale specifico ruolo, di per sé, non è responsabile per gli inadempimenti dei soggetti fornitori di servizi turistici¹¹⁶. Tuttavia l'agente di viaggio può essere considerato responsabile in caso di colpa nell'esecuzione del mandato e, in particolare, per *culpa in eligendo* nella scelta dell'organizzatore del

¹¹³ Cfr. verbale audizione, doc. 109bis, nonché memorie difensive, doc. 37 e 119.

¹¹⁴ Cfr. anche G. Benacchio, "Diritto privato della Unione Europea. Fonti, modelli, regole", V edizione, 2010, Padova, Cedam, p. 318.

¹¹⁵ L'articolo 3 della Convenzione sopra richiamata sancisce che: "Nell'adempimento degli obblighi derivanti dai contratti definiti all'articolo 1, l'organizzatore di viaggi e l'intermediario di viaggi proteggono i diritti e gli interessi dei viaggiatori secondo i principi generali del diritto e i buoni usi in questo campo".

¹¹⁶ Cfr. Cass., 23 aprile 1997, n. 3504, in FI, I, 1997, p. 2108; Trib. Milano, 27 gennaio 1994, in D Tur, 2006, p. 47 (con nota di Turco).

pacchetto o del terzo fornitore del singolo servizio turistico¹¹⁷, nonché per *culpa in vigilando* rispetto all'operato del fornitore. Va infatti tenuto conto che grava sull'agenzia un obbligo di informazione e consulenza in merito a tutte le circostanze strumentali ed accessorie che permettono il pieno godimento del viaggio. Sotto tale profilo, l'agente di viaggio dovrà pertanto essere considerato responsabile per gli eventuali errori commessi nella prenotazione dei biglietti di trasporto, delle camere di hotel etc.¹¹⁸, nonché, più in generale, per la violazione dell'obbligo di agire secondo diligenza nello svolgimento della propria attività di intermediazione, secondo l'orientamento accolto anche dall'Autorità¹¹⁹.

94. I principi sopra richiamati trovano evidentemente applicazione anche nei confronti delle agenzie di viaggio *on line*, attesa la natura dell'attività di intermediazione da esse svolta. Di conseguenza, le agenzie di viaggio *on line*, così come quelle tradizionali, devono ritenersi responsabili anche delle attività strumentali al corretto godimento della vacanza, tra cui rientra l'obbligo di vigilanza sull'attività svolta dai fornitori, anche con riferimento alle modalità di promozione delle offerte, nonché di informare i consumatori circa eventuali cambiamenti ed errori verificatisi all'atto della prenotazione.

95. Inoltre, in considerazione della particolare modalità di contatto, in tale settore assumono rilievo i principi dettati in materia di commercio elettronico dal Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70¹²⁰ circa l'obbligo di completezza informativa fin dal primo contatto con il consumatore e, segnatamente, quelli previsti dagli articoli 7, 8 del Decreto, riguardanti,

¹¹⁷ In tal senso, l'agente di viaggio sarà da ritenersi responsabile degli inadempimenti del fornitore salvo dimostrazione che al momento in cui ha messo in contatto consumatore e *tour operator* quest'ultimo presentasse serie garanzie di affidabilità: Trib. Roma, 3 giugno 2002, in G ROM, 2002, p. 276; così anche Trib. Reggio Emilia, 21 febbraio 2004, in FI, I, 2004, p. 2555; Trib. Lucca, 28 gennaio 2006 in D Tur, 2007, p. 48 (con commento di Santuari).

¹¹⁸ Cfr., altresì, Trib. Roma, 6 ottobre 1989, secondo cui "*All'intermediario si applica la disciplina generale del mandato e, in particolare, l'art. 1710 c.c., comma 2, in forza del quale egli è tenuto a rendere note al mandante/cliente le circostanze sopravvenute che possono determinare la revoca o la modificazione del mandato*", in Resp. Civ. e prev., 1992, p. 263 ss., con nota di Vaccà, "*Inadempimento contrattuale e risarcimento del danno non patrimoniale: vacanze da sogno e vacanze da incubo*". Cfr., inoltre, Trib. Bologna, 15 ottobre 1992, in Contr., 1993, p. 327 ss., con nota di AMBANELLI, "*La responsabilità dell'intermediario nel contratto di viaggio*", secondo cui "*l'agenzia di viaggio, a seguito della stipulazione di un contratto di intermediazione di viaggio, agisce quale mandataria con rappresentanza del cliente, in nome e per conto del quale stipula contratti con l'agenzia organizzatrice di viaggi; dell'inadempimento di quest'ultima, però, risponde l'agenzia intermediaria, dovendo agire con diligenza professionale nella scelta dell'agenzia organizzatrice*".

¹¹⁹ Cfr. provv. 26 maggio 2010, caso PS853 - *Blu vacanze - pacchetti viaggio*, nonché provv. 15 maggio 2008, caso PI6414 - *Soglia Resort Menfi*.

¹²⁰ Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70, "*Attuazione della Direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici del servizio della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico*", in GU 14/04/2003 n. 87.

rispettivamente, le “*informazioni generali obbligatorie*”, gli “*obblighi di informazione relativi alle comunicazioni commerciali*”.

96. Si tratta di obblighi informativi che vanno ad aggiungersi a quelli già eventualmente previsti a carico del prestatore in relazione a specifici beni e servizi¹²¹. Essi costituiscono una sorta di “*nucleo minimo essenziale*” di informazioni obbligatorie, attorno al quale, in base a normative specifiche, potrà individuarsi una più ampia area di doveri a contenuto informativo¹²². In tale prospettiva, la disciplina deve ritenersi applicabile, in particolare, all’attività di vendita di servizi turistici *on line*¹²³ oggetto del presente procedimento.

97. In particolare, ai sensi dell’articolo 7 del suddetto Decreto, il professionista è tenuto a rendere “*facilmente accessibile*” la propria denominazione, il proprio domicilio o la propria sede legale, e a indicare in “*modo chiaro ed inequivocabile*” i prezzi e le tariffe dei propri servizi, specificando se siano comprensivi di ulteriori oneri a carico del fruitore.

Le violazioni

Sub a) Promozione delle offerte

98. Nel corso del procedimento si è accertato che il professionista, nel periodo dal 2008 a tutt’oggi, ha promosso la propria offerta di voli, sistemazioni alberghiere, voli+albergo tramite internet mediante l’illustrazione incompleta e ingannevole di tariffe vantaggiose nella *home page* del proprio sito internet, relegando nella fase finale del processo di prenotazione un’informativa completa circa il prezzo globale effettivo dei servizi intermediati e i limiti di disponibilità delle stesse offerte.

99. In particolare, nella predetta *home page* viene individuato un determinato

¹²¹ Cfr., tra l’altro, il testo dell’art. 8, secondo cui “*In aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, le comunicazioni commerciali che costituiscono un servizio della società dell’informazione o ne sono parte integrante, devono contenere, sin dal primo invio, in modo chiaro ed inequivocabile, una specifica informativa, diretta ad evidenziare :a) che si tratta di comunicazione commerciale; b) la persona fisica o giuridica per conto della quale è effettuata la comunicazione commerciale; e) che si tratta di un’offerta promozionale come sconti, premi, o omaggi e le relative condizioni di accesso; d) che si tratta di concorsi o giochi promozionali, se consentiti, e le relative condizioni di partecipazione*”.

¹²² Sul punto cfr. Carlo Rossello “*La nuova disciplina del commercio elettronico. Principi generali e ambito di applicazione*”, in “*Commercio elettronico – Trattato di diritto privato*” AA.VV., Giappichelli, Torino, 2007.

¹²³ Cfr. V. Zeno-Zencovich, “*La nuova disciplina del commercio elettronico alla luce del Decreto Legislativo n. 70/03: questioni generali e ambito di applicazione*”, in (E. Tosi a cura di) *Commercio elettronico e servizi della società dell’informazione*, Milano 2003, pagg. 44-45.

prezzo (“*a partire da*”), mentre alla fine della procedura di prenotazione ne viene spesso prospettato un altro, di entità sensibilmente superiore. Inoltre, si è rilevata l’omissione di informazioni rilevanti al momento dell’invito all’acquisto circa alcune componenti di costo, rese note solo al termine della procedura di prenotazione (tra cui quelle relative alle “*spese di gestione*”) e, in alcuni casi, non esplicitate neppure al termine del processo di prenotazione¹²⁴. Quest’ultima considerazione vale, in particolare, in relazione alla possibile applicazione di una “*tassa comunale/locale*” e di eventuali “*imposte*”, di importo non identificato, che dovrebbero essere corrisposte direttamente all’hotel¹²⁵.

100. La promozione delle offerte realizzata dal professionista risulta dunque ingannevole in relazione all’omessa indicazione fin dal primo contatto, ovvero nella pagina iniziale del processo di prenotazione, di un’esposizione, sia pure sintetica, del prezzo complessivo del servizio pubblicizzato.

101. Secondo l’orientamento consolidato dell’Autorità e alla luce della giurisprudenza amministrativa¹²⁶, l’indicazione del prezzo deve includere, fin dall’inizio, ogni onere economico gravante sul consumatore, il cui ammontare sia determinabile *ex ante*¹²⁷, ovvero presentare delle modalità di esposizione che consentano un’immediata e chiara percezione da parte del consumatore delle relative informazioni. Ciò in quanto il messaggio pubblicitario viene letto velocemente, sicché è idoneo ad indurre in errore il consumatore “*quando il prezzo finale ed effettivo del servizio non sia quello enfatizzato nel claim principale, ma a tale prezzo si debbano aggiungere – in base ad indicazioni non contestuali e prive della stessa enfasi – oneri ulteriori, dei quali non venga indicata, neppure approssimativamente,*

¹²⁴ Cfr. verbali rilevazione sito, doc. 15, 16, 17 e 18.

¹²⁵ In tal senso, cfr. verbali di rilevazione, doc. 17 e 18.

¹²⁶ Cfr., più di recente, sentenza TAR Lazio, Sez. I, del 20 gennaio 2010 n. 633.

¹²⁷ In ordine all’esigenza di garantire ai consumatori un’informazione trasparente circa il costo complessivo finale del prodotto, giova ricordare, altresì, la disposizione contenuta nell’articolo 3, comma 1, relativa alla “*Trasparenza delle tariffe aeree*”, del D.L. 31 gennaio 2007, n. 7, convertito in legge 2 aprile 2007, n. 40, secondo cui: “*sono vietati le offerte e i messaggi pubblicitari di voli aerei recanti l’indicazione del prezzo al netto di spese, tasse e altri oneri aggiuntivi, ovvero riferiti a una singola tratta di andata e ritorno, a un numero limitato di titoli di viaggio o a periodi di tempo delimitati o a modalità di prenotazione, se non chiaramente indicati nell’offerta*”. Il comma 2 del medesimo articolo prevede che “*A decorrere dal trentesimo giorno successivo alla data di entrata in vigore del presente decreto, le offerte e i messaggi pubblicitari di cui al comma 1 sono sanzionati quali pubblicità ingannevole*”.

Analogo principio è sancito, all’art. 22bis del Codice del Consumo, con riguardo alle tariffe delle compagnie marittime, secondo cui: “*È considerata ingannevole la pubblicità che, riguardando le tariffe praticate da compagnie marittime che operano sul territorio italiano direttamente o in code-sharing, reclamizzi il prezzo del biglietto dovuto alla compagnia marittima separatamente dagli oneri accessori, dalle tasse portuali e da tutti gli oneri comunque destinati a gravare sul consumatore, dovendo la compagnia marittima pubblicizzare un unico prezzo che includa tutte queste voci*” (Articolo aggiunto dal comma 1 dell’art. 22, della legge 23 luglio 2009, n. 99).

l'incidenza sulla spesa complessiva"¹²⁸.

102. In base a tali principi, risulta scorretta la modalità di esposizione del prezzo scelta dal professionista.

103. Nella *home page* del sito di Expedia, l'offerta viene infatti promossa mediante l'indicazione iniziale di prezzi particolarmente vantaggiosi ("*a partire da*"), ma detta prospettazione è successivamente smentita nel prosieguo del processo di prenotazione. Come desumibile dalle considerazioni svolte dal professionista¹²⁹, infatti, nelle fasi successive vengono richiamate ulteriori componenti di costo rispetto al "*prezzo di partenza*" inizialmente indicato, il quale dunque non corrisponde al prezzo effettivo del servizio pubblicizzato.

104. Parimenti ingannevole, in quanto non veritiera e omissiva, è l'indicazione relativa al prezzo delle sistemazioni alberghiere, per le quali, nella fase iniziale, non vengono richiamati i costi di "*spese di gestione*"; inoltre, il prezzo finale non è individuabile con esattezza neppure al termine della procedura di prenotazione. Nel sito si richiama infatti un prezzo "*Totale*" dell'hotel selezionato che non individua il prezzo finale, restando esclusi, tra l'altro, secondo quanto indicato sotto il prezzo, l'addebito di "*una tassa comunale/locale*" ed eventuali "*imposte*", per di più soggette a modifiche¹³⁰.

105. Al riguardo, deve ritenersi non condivisibile la giustificazione addotta dal professionista con riferimento all'impossibilità di quantificare le eventuali somme aggiuntive dovute dal consumatore a titolo di "*tassa*" /o "*imposte*" locali, in quanto si tratterebbe di importi che dovrebbero essere corrisposti direttamente all'albergatore senza una preventiva informazione all'agenzia. Tale argomentazione, infatti, non vale a escludere la responsabilità del professionista rispetto alla necessità di presentare ai consumatori un'offerta il cui prezzo sia preventivamente determinato.

106. Tali modalità di presentazione al pubblico dell'offerta appaiono di per sé forvianti in quanto ridimensionano, in maniera sensibile e a svantaggio dei consumatori, la portata delle offerte pubblicizzate nella *home page*. La considerazione vale con riguardo anche ad altri tipi di offerte (ad esempio, volo +hotel), nella misura in cui le modalità di presentazione del prodotto precedentemente descritte sono idonee a condizionare la libertà di scelta dei consumatori, inducendoli a ritenere che le offerte siano particolarmente

¹²⁸ Cfr. Sentenza Tar Lazio, Sez. I, 8.9.2009, n. 8395.

¹²⁹ Cfr. memoria conclusiva, doc. 119.

¹³⁰ Cfr. verbali rilevazione sito, doc. 17 e 18.

convenienti sulla base della falsa prospettazione di un prezzo iniziale accattivante, indicato come un prezzo globale, anziché come un prezzo base, successivamente destinato ad aumentare sensibilmente in virtù di ulteriori componenti di costo, quali le spese di gestione.

107. Inoltre, le modalità di promozione scelte dal professionista impediscono l'immediata conoscibilità degli elementi caratteristici delle offerte e, in particolare, i limiti di disponibilità delle stesse. Manca infatti qualsiasi avvertenza circa l'esistenza di limitazioni dovute al sistema di aggiornamento e di prenotazione delle offerte utilizzato da Expedia Inc.

108. Si ricorda, al riguardo, che, come precisato dal professionista, stanti le modalità di aggiornamento del sito, le offerte pubblicizzate possono non essere più concretamente disponibili al momento in cui il consumatore effettua la richiesta di prenotazione. La circostanza dell'eventuale esaurimento dei posti disponibili, secondo quanto confermato dalla giurisprudenza amministrativa, non esonera il professionista dal “*rendere chiare ed esaustive indicazioni circa l'effettiva consistenza dell'offerta sin dal primo contatto con il consumatore*”¹³¹. In senso opposto, il consumatore non risulta previamente informato delle limitazioni in termini di validità e disponibilità dell'offerta, inducendolo perciò ad effettuare una richiesta di prenotazione e ad impegnare le somme disponibili sulla propria carta di credito anche per offerte che potrebbero non essere effettivamente disponibili.

109. Diversamente da quanto sostenuto dal professionista, non assume rilevanza la circostanza che nella *home page* sia presente la locuzione “*a partire da*” riferita al prezzo dei servizi, in quanto eccessivamente indeterminata, inadeguata a chiarire i termini dell'offerta e inadeguata a consentire al consumatore di comprendere, sin dalla fase iniziale, l'entità effettiva del prezzo delle offerte disponibili.

110. Per analoghe considerazioni, a nulla vale il rilievo del professionista secondo cui tale tecnica promozionale sarebbe corretta in quanto il consumatore è informato circa il costo reale del servizio intermediato alla fine del processo di prenotazione. Secondo l'orientamento pacifico dell'Autorità e della giurisprudenza, vi è infatti “*la necessità che il consumatore sia in grado di percepire agevolmente la portata dell'offerta economica fin dal primo contatto pubblicitario*”¹³². Tale condizione non è rispettata nel caso di specie, in quanto l'informazione veicolata dalla stessa

¹³¹ Così, sent. Tar, n. 633/2010, cit..

¹³² In tal senso, sent. Tar n. 633/2010, cit..

agenzia di viaggio nella *home page* non ha caratteristiche tali da consentire al consumatore di percepire in modo chiaro gli elementi essenziali dell'offerta, in modo da poterne valutare, sin dall'inizio, la portata e le condizioni di fruibilità.

111. Sulla base di tali valutazioni, Expedia Inc. risulta aver promosso la propria attività di intermediazione nell'offerta di voli, alberghi o volo+aereo sul sito *internet www.expedia.it*, prospettando, contrariamente al vero, la disponibilità di offerte a prezzi particolarmente vantaggiosi e omettendo di indicare con chiarezza alcune componenti di costo e l'esistenza di limitazioni relative alla disponibilità delle stesse offerte.

112. Tale condotta è suscettibile di falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori, incidendo sulla corretta percezione di elementi essenziali del prodotto pubblicizzato, quali la sua convenienza e disponibilità.

113. Con specifico riguardo alla valutazione del canone di diligenza professionale, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere da un operatore dello specifico settore delle agenzie di viaggio con riferimento alle attività strumentali alla comprensione, da parte dei consumatori, della portata delle offerte di viaggio da esso intermedate ed alla protezione dei diritti spettanti ai consumatori.

114. La pratica commerciale risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, 22 e 23, lettera *e*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e ingannevole con riferimento *(i)* all'effettiva disponibilità delle offerte nei termini pubblicizzati, nonché *(ii)* al prezzo delle offerte e alle relative modalità di calcolo.

Sub B) Il sistema di pagamento dei servizi

115. La seconda pratica concerne la scorrettezza del sistema con cui il professionista ha gestito, nel periodo inizio 2008 fino a tutt'oggi, il processo di prenotazione e pagamento dei servizi on line mediante carta di credito o carte prepagata, in quanto, da un lato, non ha approntato un idoneo sistema per garantire ai consumatori lo sblocco delle somme congelate in tempi rapidi, secondo le regole approntate dai circuiti delle carte e, dall'altro, non ha dato modo di far comprendere ai consumatori il funzionamento reale del proprio sistema di pagamento e le motivazioni reali del blocco delle

somme¹³³.

116. In particolare, con riferimento al primo aspetto, è emerso che detto sistema non garantisce la restituzione tempestiva di somme ingiustificatamente addebitate ai consumatori, sia pure in via temporanea, a causa della mancata predisposizione di strumenti tecnici volti a garantire l'immediato sblocco delle somme "congelate" (cioè, sottratte alla disponibilità del cliente) in relazione a operazioni non andate a buon fine.

117. Vengono in considerazione, innanzitutto, le modalità tipiche di gestione delle prenotazioni e dei pagamenti dei servizi sul sito *www.expedia.it*, effettuati da Expedia in qualità di *merchant* mediante il portale Netgiro. Quando un consumatore effettua un pagamento on line per un servizio offerto da Expedia, Netgiro verifica con la banca partner di Expedia che i dati della carta di credito inseriti dal cliente siano validi e corretti (c.d. preautorizzazione o richiesta di autorizzazione). In caso di esito positivo, Expedia tramite Netgiro conferma l'addebito. Lo stesso professionista ha tuttavia riconosciuto che, per vari motivi, può accadere che la transazione non venga completata e, nel contempo, l'autorizzazione accordata dal sistema bancario resti pendente, nel qual caso parte delle somme disponibili sulla carta utilizzata dal consumatore sono momentaneamente "congelate" dalla banca emittente della carta di credito, senza tuttavia essere incassate da Expedia. La loro restituzione e la relativa tempistica dipenderebbero, secondo la tesi del professionista, dal sistema bancario¹³⁴.

118. La ricostruzione offerta dal professionista è smentita dai documenti acquisiti in ispezione e dalle informazioni successivamente trasmesse dagli istituti di credito.

119. In particolare, nel corso dell'ispezione è stato rinvenuto uno scambio di *email* intercorso tra il professionista con la società Orchidea all'inizio del 2010 da cui si desume, in sintesi, che il problema era da tempo noto all'interno del gruppo Expedia ed è dovuto, essenzialmente, al tipo di sistema di pagamento scelto da Expedia Inc. che genera ingiustificati blocchi di somme per periodi significativi. Secondo quanto riferito nel documento interno, infatti, Netgiro è un sistema che trasmette la richiesta di

¹³³ Cfr. in via esemplificativa, informazioni trasmesse da alcuni consumatori circa la problematica in esame, dove si lamenta il pregiudizio da loro subito a causa delle somme indebitamente "prelevate" ovvero "congelate", come riferito dagli operatori Expedia (in via esemplificativa, doc. 87: caso di sblocco, avvenuto dopo circa 25 giorni dal blocco, effettuato in data 5 aprile 2010; cfr. doc. 79: caso di sblocco delle somme, avvenuto nell'aprile del 2009, solo dopo la presentazione di apposita denuncia; doc. 82, caso di restituzione della disponibilità delle somme dopo circa due mesi dal blocco, avvenuto in data 20 marzo 2008).

¹³⁴ Cfr. informazioni fornite dal professionista, doc. 88 e 155.

preautorizzazione, ma non avvia una procedura che consenta l'immediato "rilascio" delle somme che siano state temporaneamente bloccate per operazioni non andate a buon fine; di conseguenza, per il rilascio delle somme Expedia dipende dal sistema approntato dai gestori delle carte di credito. Nello stesso documento si chiarisce che si tratta di "*a web site created problem*" e che il blocco è determinato da varie ragioni, tra cui mancanza di fondi da parte del consumatore, utilizzo di carta ricaricata 24 ore prima del pagamento, aggiornamenti nel costo di voli¹³⁵.

120. L'attendibilità del documento risulta supportata dalle considerazioni svolte dallo stesso professionista nel corso dell'audizione, secondo cui, ove vi siano dei problemi (ad es. di tipo tecnologico o insufficienza di fondi), la transazione non viene completata, appare al consumatore la vista "*transazione non andata a buon fine*" ma la richiesta di preautorizzazione, con il conseguente blocco delle somme, rimane in piedi. Ciò in quanto il sistema di pagamento utilizzato dal professionista¹³⁶ non consente l'attivazione automatica di cancellazione della preautorizzazione. Come riconosciuto dal professionista, la procedura di cancellazione della preautorizzazione viene attivata solo quando il consumatore presenta un reclamo a tal fine; diversamente, Expedia attende che la preautorizzazione decada automaticamente, in un tempo medio variabile di circa sette-quaranta giorni, come previsto dalle regole dei circuiti interbancari¹³⁷.

121. L'ampiezza del fenomeno, oltre ad essere oggetto di valutazione nello stesso documento (dove si afferma che il medesimo problema è lamentato in media da 400-500 clienti ogni mese), emerge anche dalle informazioni trasmesse da Orchidea, secondo cui il fenomeno del blocco temporaneo di somme per acquisti non andati a buon fine è stato lamentato, nel 2009, in un numero di casi pari a 8.300; nel periodo gennaio-agosto del 2010 il numero di casi è stato pari a 8.351. Nello stesso senso si richiamano anche le informazioni fornite dallo stesso professionista, le quali, sebbene contengano

¹³⁵ Cfr. doc. 22.25 - email di febbraio 2010 - "*Problema prenotazione giornalista*": secondo lo stesso documento, le più comuni ragioni sono: mancanza di fondi sulla carta di credito; carta ricaricata meno di 24 ore prima; carta con un numero di transazioni non superiore a due; aggiornamenti nel costo di voli; inoltre, si afferma che la preautorizzazione dei pagamenti è un problema da tempo conosciuto in Italia, comportante una tempistica di 41 giorni fino almeno al 2009, periodo in cui era già iniziato l'accesso tramite Netgiro. Al riguardo, si afferma che "*Sfortunatamente è un sistema che manda una richiesta ma non avvia un immediato rilascio (di fondi)*", sicché la società dipende dal soggetto emittente le carte per effettuare il rilascio; si precisa, inoltre, che secondo l'esperienza acquisita, Amex effettua il rilascio in 3-4 giorni e le altre carte in 7-10 giorni.

¹³⁶ Al riguardo, cfr. considerazioni svolte nelle risultanze istruttorie del presente provvedimento al par. 42, da cui risulta l'analogia funzionalità del portale Netgiro e del precedente denominato BIBIT.

¹³⁷ In tal senso, cfr. quanto dichiarato da Expedia nel corso dell'audizione, doc. 109bis.

dei dati numerici diversi (circa 5.000 casi sia nell'anno 2009 che con riferimento al periodo gennaio-agosto del 2010), sostanzialmente confermano la rilevanza del problema ripetutamente lamentato dai consumatori¹³⁸.

122. Le informazioni trasmesse da taluni dei maggiori gruppi bancari italiani (Gruppo Unicredit, Intesa San Paolo, MPS), d'altra parte, confermano che il sistema dei circuiti delle carte di credito (ad esempio VISA) è basato sulla generazione di flussi elettronici che consentono di effettuare una richiesta di preautorizzazione la quale determina un blocco delle somme che risultano "prenotate", cui deve seguire, per il completamento dell'operazione, una conferma contabile che, di norma, è data entro due o tre giorni. In mancanza di conferma, la prenotazione (o preautorizzazione) decade automaticamente trascorso un tempo variabile (a seconda del circuito e delle regole proprie di ciascuna banca) che va da 10 a 40 giorni dall'apposizione della "prenotazione", con il ripristino della disponibilità dei fondi¹³⁹. Peraltro, in caso di errore, le regole dei circuiti prevedono che la banca *acquirer* dell'esercente richieda, per via telematica, lo storno degli addebiti (ovvero, il riaccredito delle somme erroneamente addebitate) ovvero l'annullamento dell'autorizzazione (o prenotazione dei fondi); in entrambi i casi, la banca emittente la carta di credito provvede, per via telematica, all'immediato ripristino dei fondi¹⁴⁰.

123. Inoltre, con riferimento a taluni casi di "blocco" lamentati dai consumatori, gli stessi istituti bancari hanno chiarito di non aver ricevuto alcuna richiesta di storno delle somme per via telematica, sicché le stesse somme risultano essere state bloccate a causa della richiesta di "prenotazione/autorizzazione" e rientrate nella disponibilità dei consumatori in un momento successivo in quanto, secondo la suddetta procedura standard, la prenotazione è poi decaduta automaticamente decorso il periodo sopra indicato¹⁴¹.

124. Il ritardo nel ripristino della disponibilità delle somme, oggetto di lamentela da parte dei consumatori come una forma di addebito

¹³⁸ Informazioni fornite da Expedia, doc. 88.

¹³⁹ L'indicazione dei tempi è basata sulle informazioni acquisite: MPS ha infatti indicato un periodo di 10 giorni (doc. 49 e 85); Unicredit di 15 giorni (doc. 100), Intesa San Paolo, di norma, tra i 20 e 40 giorni (doc. 110 e 114).

¹⁴⁰ Cfr. informazioni fornite da MPS in data 3 agosto 2010 (doc. 49), integrate in data 8 settembre 2010 (doc. 85); informazioni fornite dal gruppo Unicredit in data 16 settembre 2010 (doc. 100); informazioni fornite da Intesa San Paolo (doc. 110 e 114).

¹⁴¹ Cfr. informazioni MPS circa il caso Finotto (doc. 49) e informazioni di Intesa San Paolo circa il caso Petrucci (all. 2 a doc. 2).

ingiustificato¹⁴², risulta pertanto dovuto alla mancata attivazione, da parte di Expedia Inc., di un adeguato sistema di pagamento *on line* in grado di generare, in via automatica, una richiesta di cancellazione delle autorizzazioni/prenotazioni di fondi per le operazioni non andate a buon fine, che avrebbe consentito, secondo la predetta prassi del sistema bancario italiano, un tempestivo sblocco delle somme in tempo reale.

125. Priva di pregio è la diversa tesi sostenuta dal professionista, secondo cui non sarebbe in condizione di incidere sulla procedura per il rilascio tempestivo dei fondi, della cui disponibilità non sarebbero comunque privati i consumatori. Gli istituti di credito hanno infatti sostenuto l'opposta tesi, sul presupposto che la responsabilità gravi in capo al *merchant*, poiché le regole dei circuiti prevedono la possibilità per quest'ultimo di attivare tempestivamente delle richieste di cancellazione delle autorizzazioni/autorizzazioni pendenti. Ove fosse stata seguita detta procedura, secondo le informazioni fornite dagli istituti di credito, si sarebbe avuto un tempestivo sbocco delle somme da parte delle società emittenti le carte di credito.

126. Pertanto, è imputabile unicamente al professionista la mancata attivazione della medesima procedura (dipendente dal *merchant/ esercente*) e la conseguente tardività con cui i consumatori hanno ricevuto il riaccredito dei fondi sulla base della procedura automatica di sblocco dipendente dal sistema bancario, nei tempi sopra indicati (da 10 a 40 giorni).

127. Inoltre, il professionista è parimenti responsabile con riferimento alle ipotesi in cui non svolge direttamente il ruolo di *merchant* nella fase dell'acquisto e pagamento del servizio. È infatti da ricordare che le fasi di prenotazione e pagamento dei vari servizi mediante carta di credito o prepagata sono in ogni caso intermedie da Expedia, sia nella fase di avvio della procedura che nella fase della comunicazione al consumatore dell'esito della richiesta di prenotazione. Pertanto, il professionista avrebbe dovuto approntare un valido sistema di gestione dei reclami attinenti al corretto espletamento della prenotazione e del pagamento da parte anche degli eventuali fornitori finali (ad es. compagnia aerea), ad esempio trasmettendo tempestivamente allo stesso fornitore finale eventuali reclami, ovvero adottando altro strumento idoneo a garantire ai consumatori una pronta restituzione delle somme bloccate.

128. La pratica risulta pertanto scorretta, innanzitutto, sotto il profilo

¹⁴² Cfr. reclami dei consumatori reperito nel corso dell'ispezione svolta presso Expedia Italy, per cui si rinvia all'esame svolto nella sezione delle risultanze istruttorie.

dell'aggressività del comportamento del professionista, ai sensi degli articoli 20, 24 e 25, lettere *a)* e *d)*, del Codice del Consumo, in quanto contraria a diligenza e caratterizzata dall'indebito condizionamento delle scelte dei consumatori, in particolare quelle relative all'esercizio del diritto ad ottenere un immediato ripristino della disponibilità delle somme ad essi sottratte senza giustificato motivo.

129. L'indebito condizionamento risulta qualificato dalla condotta tenuta dal professionista nella gestione del proprio sistema di pagamento e dei relativi reclami, connotata dallo sfruttamento di una posizione di potere rispetto al consumatore utilizzata per limitarne la capacità di assumere una decisione consapevole circa l'esercizio dei propri diritti.

130. Inoltre, la pratica risulta scorretta con riferimento al secondo aspetto della mancanza di trasparenza della comunicazione del professionista circa il sistema di pagamento.

131. Le risultanze istruttorie provano infatti che la prassi del professionista è stata quella di utilizzare, generalmente, una risposta standard e fuorviante ai reclami dei consumatori¹⁴³, rinviando alla responsabilità degli istituti di credito e a una procedura di sblocco automatico delle somme, secondo una tempistica contraddittoriamente circoscritta in diversi periodi temporali¹⁴⁴ e comunque non corrispondente a quella indicata dagli istituti di credito. Un diverso tipo di risposta, d'altra parte, è evincibile solo nel caso particolare di reiterate lamentele da parte del consumatore, possibilmente con l'assistenza di un difensore, a fronte di un perdurante ritardo nel riaccredito delle somme, nel qual caso, come affermato dal professionista, si sono prospettate diverse soluzioni, quale quella dell'accredito della somma "congelata" da parte di Expedia¹⁴⁵.

132. Va al riguardo tenuto conto che, come desumibile dai reclami acquisiti, il blocco delle somme e l'assenza di adeguate forme di assistenza, con gli oneri conseguenti in termini di lunghi e faticosi adempimenti determinati dall'incertezza circa la motivazione dei blocchi e i tempi per ottenere il

¹⁴³ Nelle comunicazioni standard ai consumatori, d'altra parte, Expedia informa, mediante un spiegazione breve: "non abbiamo effettuato alcun prelievo sulla sua carta di credito. Il ritardo nello sblocco dei fondi in questione è legato alle tempistiche e problematiche del circuito bancario sul quale Expedia non ha alcun controllo", ovvero, secondo un informativa maggiormente dettagliata: "non avviene nessun addebito se la transazione non è stata completata" e, comunque: "qualsiasi chiarimento in merito alla tempistica relativa al rilascio dei fondi, dovrà essere inoltrata al gestore della sua carta di credito": cfr. templates "IT-Carta di credito BIBIT spiegazione breve 2" e "IT-Carta di credito BIBIT spiegazione dettagliata 1", doc. 22.23.

¹⁴⁴ Cfr. documenti reperiti in ispezione (ad es., doc. 22.22 e 22.23) e segnalazione di un consumatore, doc. 3.

¹⁴⁵ Cfr. verbale audizione (doc. 109bis), nonché informazioni fornite da Orchidea (doc. 80, 93 e 94).

ripristino della disponibilità dei fondi, sono elementi idonei ad alterare le scelte economiche dei consumatori.

133. Inoltre, il professionista ha diffuso sul sito delle informazioni in cui lascia intendere, contrariamente al vero, che il proprio sistema di pagamento non presenta alcun rischio¹⁴⁶, occultando al contempo gli oneri posti a carico dei consumatori in caso di malfunzionamento del sistema di pagamento.

134. Al riguardo, si ricorda che nell'art. 7 delle condizioni generali di contratto, il professionista afferma che *“qualora vi fossero problemi con il pagamento, per esempio una mancata autorizzazione da parte della banca, l'Acquisto verrà sospeso e all'Utente non verrà addebitata alcuna spesa”*¹⁴⁷, mentre, come sopra esposto, il sistema non annulla automaticamente la richiesta di transazione, sicché l'utente può essere privato, in tutto o in parte, della disponibilità, per periodi significativi, della propria carta di credito o carta prepagata.

135. Sulla base di tali valutazioni, il professionista risulta aver diffuso delle informazioni ingannevoli circa il proprio sistema di pagamento, prospettandone, contrariamente al vero, la sicurezza ed omettendo di indicare con chiarezza i rischi connessi al mancato completamento della transazione.

136. Tale condotta, posta in essere da Expedia Inc. con l'apporto, nella fase di gestione dei reclami, di Expedia Italy, è suscettibile di falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori, incidendo sulla corretta percezione di elementi essenziali del prodotto pubblicizzato, quali i rischi connessi al sistema di prenotazione e pagamento dei servizi, la portata degli impegni del professionista e i diritti spettanti ai consumatori.

137. Circa il ruolo di Expedia Italy, in particolare, si precisa che le risultanze istruttorie provano che essa ha svolto un ruolo attivo nella gestione dei rapporti con la clientela¹⁴⁸. Ciò risulta dalla documentazione relativa all'attività svolta dalla procuratrice speciale della stessa società nella sua qualità di *“Customer Service Manager”*¹⁴⁹ nella decisione dei reclami aventi ad oggetto alcuni casi di blocco di somme. In via esemplificativa, si richiama una *email* interna dell'aprile 2010, laddove la stessa dirigente dà istruzioni ad Orchidea nel senso di non accogliere il reclamo del cliente, con la

¹⁴⁶ Nel sito tra l'altro, con riguardo all'utilizzo della carta di credito *“per prenotare o acquistare i servizi di viaggio Expedia.it”*, è rinvenibile la seguente affermazione *“La tua carta di credito è al sicuro e protetta con Expedia.It”*: cfr. rilevazione del sito del 22 luglio 2010, doc. 46.

¹⁴⁷ Cfr. doc. 43.

¹⁴⁸ Cfr. informazioni fornite dal professionista, doc. 88, allegato n. 1 (*Summary of functions for expedia.it website*).

¹⁴⁹ Cfr. verbale di accertamento ispettivo, con relative informazioni fornite dalla signora Parmigiani, doc. 22.

precisazione “vediamo come evolve”¹⁵⁰. Inoltre, vengono in rilievo le comunicazioni *standard* inviate dalla società ai consumatori con l’intestazione “*Expedia.It*”¹⁵¹.

138. La pratica commerciale risulta pertanto scorretta, sotto il profilo della sua ingannevolezza, ai sensi degli articoli 21, comma 1, lettere *a)*, *c)* e *g)*, e 22, commi 1 e 2, lettere *a)* e *d)*, in quanto idonea ad indurre in errore il consumatore medio circa la sicurezza del sistema di pagamento, la portata degli impegni del professionista e i diritti spettanti ai consumatori.

139. Con specifico riguardo alla valutazione del canone di diligenza professionale, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere da un operatore dello specifico settore delle agenzie di viaggio con riferimento alle attività strumentali alla comprensione, da parte dei consumatori, della portata delle offerte di viaggio da esso intermedate ed alla protezione dei diritti spettanti ai consumatori.

140. In conclusione, la pratica commerciale, valutata nel suo insieme, risulta scorretta, ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *a)*, *c)* e *g)*, e 22, commi 1 e 2, lettere *a)* e *d)*, 24 e 25, lettere *a)* e *d)*, del Codice del Consumo, in quanto contraria a diligenza professionale ed idonea a indurre i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, con riferimento alla mancanza di congrua informazione circa il sistema di pagamento e tempestività nel ripristino della disponibilità delle somme sottratta senza giustificato motivo.

Sub c) Elementi identificativi del professionista

141. La terza pratica accertata concerne il trattamento dei reclami, il cui corretto svolgimento risulta essere stato ostacolato dall’informativa divulgata dal professionista, quantomeno dalla fine del 2009¹⁵² a tutt’oggi, circa la

¹⁵⁰ Cfr. doc. 22.24, nonché, nello stesso senso, *email* interne del feb-marzo 2010, doc. 22.25, relative alla gestione del “*Problema Prenotazione Giornalista*”. Cfr., inoltre, doc. 22.22., 22.24, 22.25.22.26, 22.27. e 22.25.

¹⁵¹ Cfr. *Template* di risposta ai reclami dei consumatori circa il sistema di pagamento, avente l’intestazione, in alto, “*Expedia.it*” ed, in basso, l’indicazione “*Expedia.it- Casella Postale 121, 20090 Segrate Mi-Italia*”, che come sopra chiarito, corrisponde all’indirizzo postale della società Expedia Italy, doc. 22.31.

¹⁵² Sotto il profilo della valutazione della durata condotta, si ritiene emblematica la vicenda segnalata da un consumatore che ha dato luogo ad un “*rimpallo*” di responsabilità operato, in sede giudiziaria, tra Easy Market ed Expedia Italy (la prima, nell’affermare la propria estraneità, ha sostenuto infatti di operare per conto di Expedia, che in Italia agirebbe mediante Expedia Italy; a sua volta, Expedia Italy, specularmente, ha sostenuto la carenza di responsabilità di Expedia, sul presupposto che soltanto Easy Market opererebbe quale agenzia di viaggio, cfr. doc. 38 con allegati).

propria identità, la sua sede e la propria qualità. Detta comunicazione risulta, sotto molteplici aspetti, non veritiera e comunque oscura, con conseguente ambiguità nell'individuazione anche della natura del rapporto, idonea a determinare un significativo squilibrio nel confronto a distanza tra i consumatori e il professionista, ostacolandone così un corretto svolgimento in sede di trattamento dei reclami.

142. Nel caso di specie, rileva la disposizione di cui alla lettera c) dell'articolo 7 del Decreto Legislativo n. 70/03, secondo cui il prestatore del servizio deve mettere a disposizione informazioni che permettano a chi usufruisce dei suoi servizi *“di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso, compreso l'indirizzo di posta elettronica”*¹⁵³.

143. Sul punto ha avuto modo di pronunciarsi in tempi recenti la stessa Corte di Giustizia¹⁵⁴ la quale ha affermato che il riferimento a *“compreso”* contenuto nell'articolo 5 della direttiva sul commercio elettronico (ripreso all'articolo 7, lettera c, del Decreto Legislativo n. 70/03) deve essere letto nel senso che il prestatore del servizio, oltre al suo indirizzo di posta elettronica¹⁵⁵, è tenuto ad indicare anche informazioni ulteriori per un contatto rapido, per evitare che il fruitore del servizio *on line*, versando in una situazione di impossibilità di accesso ad *internet*, si trovi nell'impossibilità di contattare il prestatore. Tale ulteriore forma di

¹⁵³ Si riportano di seguito integralmente i commi 1 e 2 dell'articolo 7 del Decreto Legislativo n. 70 del 2003.

“1. Il prestatore, in aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, deve rendere facilmente accessibili, in modo diretto e permanente, ai destinatari del servizio e alle Autorità competenti le seguenti informazioni:

a) il nome, la denominazione o la ragione sociale; b) il domicilio o la sede legale; c) gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso, compreso l'indirizzo di posta elettronica; d) il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;

e) gli elementi di individuazione, nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione; f) per quanto riguarda le professioni regolamentate: 1) l'ordine professionale o istituzione analoga, presso cui il prestatore sia iscritto e il numero di iscrizione; 2) il titolo professionale e lo Stato membro in cui è stato rilasciato; 3) il riferimento alle norme professionali e agli eventuali codici di condotta vigenti nello Stato membro di stabilimento e le modalità di consultazione dei medesimi; g) il numero della partita IVA o altro numero di identificazione considerato equivalente nello Stato membro, qualora il prestatore eserciti un'attività soggetta ad imposta; h) l'indicazione in modo chiaro ed inequivocabile dei prezzi e delle tariffe dei diversi servizi della società dell'informazione forniti, evidenziando se comprendono le imposte, i costi di consegna ed altri elementi aggiuntivi da specificare; i) l'indicazione delle attività consentite al consumatore e al destinatario del servizio e gli estremi del contratto qualora un'attività sia soggetta ad autorizzazione o l'oggetto della prestazione sia fornito sulla base di un contratto di licenza d'uso.

2. Il prestatore deve aggiornare le informazioni di cui al comma 1”.

¹⁵⁴ *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverrände - Verbraucherzentrale Bundesverband eV contro deutsche internet versicherung AG*, Corte di Giustizia C-298/07, 16 ottobre 2008.

¹⁵⁵ Cfr. punto 17 della sentenza *Bundesverband*, cit..

comunicazione, non consistente necessariamente in un numero telefonico¹⁵⁶, deve essere diretta, cioè non fornita attraverso degli intermediari e sufficientemente fluida¹⁵⁷, e idonea a soddisfare i parametri di rapidità ed efficacia richiamati dalla sentenza¹⁵⁸.

144. Un primo profilo di valutazione concerne le informazioni divulgate da Expedia Inc. e Expedia Italy circa la propria identità, idonee ad ingenerare confusione nella vendita dei servizi, tanto da impedire ai consumatori di conoscere l'effettiva denominazione e sede del soggetto che, concretamente, svolge l'attività di agenzia, nonché il soggetto responsabile della trattazione dei reclami e la sua sede.

145. Nella presentazione del sito¹⁵⁹ e nelle condizioni generali di contratto ivi divulgate, il professionista, da una parte, viene descritto come un'agenzia di viaggio *on line*¹⁶⁰, fondata dalla società capogruppo Expedia Inc., con sede centrale negli Stati Uniti, e dall'altra, come un insieme di soggetti, individuati sotto la locuzione di "*Parti del contratto*", tra cui vengono menzionati i terzi fornitori dei servizi finali nonché, quali "*soggetti intermediari*", più società, e segnatamente Expedia Inc. (per l'acquisto dei biglietti aerei) e Travelscape Inc (per l'acquisto dei servizi di soggiorno in hotel e autonoleggio), con l'indicazione delle relative sedi negli Stati Uniti.

146. Inoltre, il professionista indica tra i destinatari dei reclami, oltre all'"*intermediario*" o il "*terzo fornitore*", anche un diverso interlocutore di riferimento, cioè la società Expedia Italy, quale soggetto domiciliatario di Expedia Inc. ai fini della trattazione dei reclami, non indicando però l'indirizzo della sua sede legale in Italia, ma solo una casella postale¹⁶¹.

¹⁵⁶ Cfr. punti 28, 29 e 30 della sentenza *Bundesverband*, cit..

¹⁵⁷ Cfr. punti 29 e 31 della sentenza *Bundesverband*, cit..

¹⁵⁸ Cfr. punti 25 e 33-38 della sentenza *Bundesverband*, cit; in particolare, secondo la Corte, detta condizione non è soddisfatta, ad esempio, neanche quando il prestatore risponde ai quesiti formulati dai consumatori solamente attraverso una maschera elettronica entro 30-60 minuti.

¹⁵⁹ Alla voce "*Chi siamo*" presente sul sito si fa riferimento al "*Company Profile*"; in tale contesto, il venditore del servizio di agenzia di viaggi on line viene ad essere individuato in modo unitario attraverso il richiamo della denominazione Expedia, Inc (Expedia), nonché all'attività svolta in Italia, in particolare attraverso dei *call center* localizzati in "*Lombardia e in Emilia Romagna*", a disposizione della clientela per i servizi di vendita e post vendita, senza tuttavia che venga richiamata la denominazione della controllata Expedia Italy né la localizzazione in Italia del professionista: cfr. rilevazione del sito del 19 luglio 2010, relativa alle condizioni generali di contratto del professionista: doc. 43.

¹⁶⁰ Cfr. art. 1 delle condizioni generali presenti sul sito, relativo all'oggetto del contratto, dove il servizio offerto ed il suo fornitore viene così descritto: "*Expedia Inc. società statunitense con sede legale in 13810 SE Eastgate Way, Suite 400, Bellevue WA 98005, USA, (di seguito anche "Expedia") opera in tutto il mondo, anche tramite proprie controllate, come agenzia di viaggi on-line mettendo a disposizione dei suoi clienti una offerta diversificata di servizi di viaggio a prezzi competitivi*" (sottolineatura aggiunta).

¹⁶¹ Cfr. art. 12 delle condizioni generali, doc. 43, "*Ogni contestazione relativa all'esecuzione del contratto deve essere contestata dall'Utente senza ritardo affinché l'Intermediario, per conto del terzo fornitore, o il terzo fornitore stesso vi possano porre tempestivamente rimedio. L'Utente dovrà inoltre inviare ogni reclamo entro e non oltre dieci giorni lavorativi dalla data del rientro dalla località di viaggio con*

147. Altrove, infine, l'attività di vendita dei servizi di agenzia viene sponsorizzata dal professionista mediante l'utilizzo della sigla "*Il Team Expedia.it*"¹⁶² che richiama, secondo le risultanze istruttorie raccolte, l'attività di informazione ai consumatori e di gestione dei reclami svolta da Expedia Italy per i servizi offerti in Italia¹⁶³.

148. Tale rappresentazione risulta artificiosa ed oscura, in quanto vengono in tal modo indicati, in modo contraddittorio, vari intermediari di riferimento, quali *Expedia Inc.*, *Expedia Italy*, *Travelscape*, tutti facenti parte del gruppo, ma dei quali non viene correttamente definito il ruolo all'interno del gruppo e nei rapporti con i consumatori¹⁶⁴. Detta descrizione, d'altra parte, risulta non conforme al vero, poiché il soggetto che svolge una funzione di intermediazione, secondo quanto riconosciuto dal professionista, è individuabile in Expedia Inc. che, in Italia, si avvale della società Expedia Italy.

149. A quest'ultimo riguardo, si rileva, inoltre, che dalle indicazioni fornite sul sito i consumatori sono indotti a pensare, contrariamente al vero, che i servizi post vendita ed, in particolare, quelli relativi al trattamento dei reclami, siano localizzati in un paese diverso dall'Italia (luogo di conclusione del contratto). Ciò in quanto nel sito vengono individuate unicamente le sedi legali di Expedia Inc. e Travelscape Inc., localizzate negli Stati Uniti.

150. In realtà, le risultanze istruttorie provano che i reclami sono trattati, per conto di Expedia Inc., da soggetti localizzati in Italia e, in particolare, da Orchidea in raccordo con la società Expedia Italy, di cui però non è indicata la sede legale in Italia.

151. Va osservato che, contrariamente a quanto affermato dal professionista, la società Expedia Italy risulta menzionata nelle comunicazioni rivolte ai consumatori, sia direttamente nelle richiamate condizioni contrattuali, che indirettamente con la sigla "*Expedia.it*" e il suddetto recapito presso la sua casella postale, mentre risulta occultata la reale sede di trattamento dei reclami in Italia.

152. Inoltre, la comunicazione diffusa dal professionista risulta forviante anche sotto l'aspetto relativo all'individuazione del soggetto che svolge

raccomandata a.r. al seguente indirizzo: *Expedia Inc. C/O Expedia Italy S.r.l. Casella Postale 121 , 20090 Segrate (Milano)*".

¹⁶² Cfr. rilevazione del sito del 22 luglio 2010, doc. 46.

¹⁶³ Cfr. *Template* di risposta ai reclami dei consumatori circa il sistema di pagamento, avente l'intestazione, in alto, "*Expedia.it*" ed, in basso, l'indicazione "*Expedia.it- Casella Postale 121, 20090 Segrate Mi-Italia*", che come sopra chiarito, corrisponde all'indirizzo postale della società Expedia Italy: doc. 22.31.

¹⁶⁴ Sul punto, cfr. argomentazioni precedentemente svolte nelle risultanze istruttorie circa l'organizzazione del professionista.

l'attività di intermediazione nella vendita dei pacchetti turistici pubblicizzata sul sito, la quale è realizzata da Expedia avvalendosi della collaborazione di Easy Market.

153. Nella presentazione dell'offerta, infatti, il professionista tende ad ingenerare nei consumatori il convincimento che questa attività sia svolta direttamente da Expedia, mentre, in realtà, questa è realizzata avvalendosi del ruolo di agente svolto da Easy Market sulla base di uno specifico accordo di collaborazione c.d. di affiliazione¹⁶⁵. In tal senso, si richiama la circostanza che il contenuto della *home page*, su cui è rinvenibile la locuzione “*Garantisce Expedia!!*” ed un numero verde cui rispondono degli operatori Expedia¹⁶⁶, è redatto da Expedia Inc., la quale è responsabile anche delle modalità, ingannevoli, con cui le richieste di prenotazione vengono inoltrate dal sito di Expedia verso il sito di Easy Market senza alcuna chiara ed esplicita avvertenza¹⁶⁷.

154. Inoltre, si rileva che durante tutto il processo di prenotazione del prodotto viene utilizzato il marchio di Expedia e l'impostazione grafica del sito da essa gestito¹⁶⁸; sicché, diversamente da quanto affermato dal professionista, il consumatore non è messo in condizione di comprendere che sta concludendo un contratto unicamente con Easy Market, quale venditore del pacchetto, ed il *tour operator*, quale organizzatore.

155. Il messaggio, nel suo complesso, appare idoneo ad ingenerare il falso convincimento che le attività di selezione e vendita dei pacchetti turistici siano riferibili ad Expedia, ovvero ad indurre in errore il consumatore sull'identità e la qualifica del professionista, ostacolando così anche una corretta trattazione dei reclami.

156. Con specifico riguardo alla valutazione del canone di diligenza professionale, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere da un operatore dello specifico settore delle agenzie di viaggio con riferimento alle attività strumentali alla comprensione, da parte dei consumatori, della portata delle offerte di viaggio da esso intermedie ed alla protezione dei diritti spettanti ai consumatori.

157. La condotta posta in essere da Expedia Inc. con l'apporto di Expedia Italy, nel suo insieme, integra dunque una violazione degli art. 20, comma 2,

¹⁶⁵ Cfr. per maggiori dettagli, l'esame precedentemente svolto sull'organizzazione del professionista nelle risultanze istruttorie.

¹⁶⁶ Cfr. rilevazione sito, doc. 96.

¹⁶⁷ Cfr. informazioni fornite da Easy Market, con allegata presentazione del sito: doc. 107.

¹⁶⁸ Cfr. doc. 107.

21, 22, e 23, lettera *bb*), del Codice del Consumo, in quanto contraria a diligenza professionale ed idonea ad ingenerare nel consumatore un erroneo convincimento sotto il profilo dell'identità, la sede, la qualità del professionista e il sistema di trattamento dei reclami.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

158. 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.

159. Inoltre, in caso di accertamento di una pluralità di illeciti amministrativi, la giurisprudenza ha chiarito come l'articolo 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 Mercato (Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze 26 del 2007 e 1271 del 2006).

In proposito, la sentenza n. 1271 del 2006 ha precisato che: “[...] *l'articolo 8, della legge n. 689/81, consente il cumulo giuridico delle sanzioni solo nel caso di <<concorso formale>> di illeciti amministrativi (unica condotta con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si viola una pluralità di disposizioni normative), e non anche nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi (più condotte con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si violano più disposizioni normative)*” e che “[...] *L'articolo 8, co. 2, l. n. 689/1981 consente di tener conto della <<continuazione>> (identità del disegno criminoso), nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi, solo se si tratta di violazioni amministrative in materia di previdenza e assistenza. L'intento del legislatore è stato quello di non estendere il regime del cumulo giuridico delle sanzioni ad altre tipologie di illeciti amministrativi*”.

160. Alla luce del quadro giurisprudenziale così delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate tre distinte pratiche commerciali scorrette, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, 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 del cumulo materiale delle sanzioni.

161. 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.

162. Con riferimento alla prima pratica commerciale oggetto di contestazione, descritta al punto *sub* II, lettera a), del presente provvedimento, vengono in rilievo, preliminarmente, l'ampiezza e la pluralità dei riscontrati profili di illiceità, nonché l'elevato grado di diffusione della condotta, suscettibile, per le relative modalità di realizzazione (offerta mediante internet), di ledere un significativo numero di consumatori.

163. In secondo luogo, la gravità della violazione deve apprezzarsi in considerazione della dimensione economica e della notorietà del professionista, appartenente al principale gruppo operante nel settore delle agenzie turistiche *on line* a livello internazionale e con varie filiali in Europa. In base all'ultimo bilancio disponibile, il professionista cui risulta imputabile la violazione (Expedia Inc.) risulta aver realizzato, nell'anno 2009, un fatturato di circa 2,17 miliardi di euro, con utili di circa 219.000 euro¹⁶⁹.

164. Per quanto riguarda la durata della violazione, è da rilevare che tale condotta è a tutt'oggi in corso. La violazione si è pertanto protratta per circa tre anni, ovvero quantomeno dal 2008 .

165. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione nella misura di 60.000 €(sessantamila euro).

166. Relativamente alla seconda pratica commerciale oggetto di contestazione, descritta al punto *sub* II, lettera b), del presente provvedimento, la quale risulta imputabile ad Expedia Inc. ed ad Expedia Italy, occorre apprezzare la gravità della violazione in primo luogo in considerazione della sua idoneità a raggiungere un elevato numero di consumatori e dell'importanza dei professionisti, per le motivazioni espresse nei paragrafi precedenti. La gravità della pratica va altresì valutata tenuto conto dell'apprezzabile pregiudizio economico arrecato ai consumatori.

167. Per quanto riguarda la durata della violazione, è da rilevare che la condotta si è protratta per un periodo di circa tre anni, e cioè dall'inizio del 2008 a tutt'oggi.

¹⁶⁹ Cfr. bilancio di esercizio 2009, Fonte Cerved.

168. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile complessivamente al professionista nella misura di 140.000 €(centoquarantamila euro).

169. Alla luce di quanto sopra riportato, va comunque considerato che occorre rispettare il principio per cui la sanzione amministrativa è individuale e va commisurata alle condizioni soggettive e oggettive di ciascun soggetto coautore dell'illecito¹⁷⁰; al riguardo, vi è ragione di operare un trattamento sanzionatorio differenziato fra la società capogruppo Expedia Inc. e la società Expedia Italy che ne ha attuato le direttive in Italia, in relazione al diverso grado di gravità del comportamento di ciascuna di esse e, in particolare, al ruolo più circoscritto svolto della seconda nella realizzazione dell'illecito, nonché alla loro diversa dimensione economica, desunta dai dati di bilancio (Expedia Italy ha realizzato, nel 2009, un fatturato di 12.491.021 euro)¹⁷¹.

170. Ciò considerato, si ritiene di dover applicare ad Expedia Inc. e Expedia Italy una sanzione pari, rispettivamente, a 100.000 €(centomila euro) e a 40.000 €(quarantamila euro).

171. Relativamente alla terza pratica commerciale, descritta al punto *sub* II, lettera c), del presente provvedimento, la quale risulta imputabile ad Expedia Inc. ed a Expedia Italy, occorre apprezzarne la gravità sulla base dei parametri espressi nei paragrafi precedenti con riferimento all'ampiezza della sua diffusione e la dimensione del professionista.

172. Per quanto riguarda la durata della violazione, è da rilevare che la condotta si è protratta per un periodo superiore ad un anno, e cioè dalla fine del 2009 a tutt'oggi.

173. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile complessivamente al professionista nella misura di 65.000 €(sessantacinquemila euro).

174. Alla luce di quanto sopra riportato, anche in tal caso vi è ragione di operare un trattamento sanzionatorio differenziato fra le società capogruppo Expedia Inc. e la società Expedia Italy, in relazione al diverso grado di gravità del comportamento di ciascuna di esse e, in particolare, al ruolo più circoscritto svolto della prima nella realizzazione dell'illecito, nonché alla

¹⁷⁰ Cfr. decisione Consiglio di Stato del 20 marzo 2001, n. 1671.

¹⁷¹ La legittimità del suddetto criterio di quantificazione, applicabile a soggetti facenti parte di uno stesso gruppo societario, è stata confermata dalla giurisprudenza amministrativa (cfr. sentenza del Tar Lazio, Sez. I, 29 ottobre 2003, n. 9203). Inoltre, in applicazione degli stessi principi in materia di pratiche commerciali scorrette, cfr. provv. AGCM n. 21175 del 26 maggio 2010, in Boll. n. 22/2010 (PS853 - *Bluvacanze*).

loro diversa dimensione economica, desunta dai dati di bilancio (Expedia Italy ha realizzato, nel 2009, un fatturato di 12.491.021 euro)

175. Ciò considerato, si ritiene di dover applicare ad Expedia Inc. e Expedia Italy una sanzione pari, rispettivamente, a 50.000 €(cinquantamila euro) e a 15.000 €(quindicimila euro).

176. Inoltre, si tiene conto che Expedia Italy ha realizzato, nel 2009, una perdita di esercizio pari a 3.732.899 euro, per cui appare opportuno una riduzione di ciascuna sanzione pari a 5.000 euro.

177. Sulla base di tali elementi, nei confronti di Expedia Inc., per le violazioni di cui al punto II, lettere a), b) e c), si ritiene congrua l'applicazione di tre sanzioni, ciascuna pari, rispettivamente, a 60.000 € (sessantamila euro), a 100.000 € (centomila euro) e a 50.000 € (cinquantamila euro); nei confronti della società Expedia Italy, per le violazioni di cui al punto II, lettere b) e c), si ritiene congrua l'applicazione di due sanzioni, ciascuna pari, rispettivamente, a 35.000 €(trentacinquemila euro) e a 10.000 €(diecimila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera a), del presente provvedimento, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, 22 e 23, lettera e), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre in errore il consumatore medio in relazione alla disponibilità e al costo delle offerte pubblicizzate;

RITENUTO, inoltre, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera b) del presente provvedimento, risulta scorretta, ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere a) c) e g), e 22, commi 1 e 2, lettere a) e d), 24 e 25, lettere a) e d), del Codice del Consumo, in quanto contraria a diligenza professionale ed idonea a indurre i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, con riferimento alla mancanza di congrua informazione circa il sistema di pagamento e tempestività nel ripristino della disponibilità delle somme sottratta senza giustificato motivo;

RITENUTO, infine, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera

c) del presente provvedimento, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, 22, e 23, lettera *bb*), del Codice del Consumo, in quanto contraria a diligenza professionale ed idonea ad ingenerare nel consumatore un erroneo convincimento sotto il profilo dell'identità, la sede, la qualità del professionista e il sistema di trattamento dei reclami;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera a), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Expedia Inc., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, 22 e 23, lettera *e*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera b), del presente provvedimento, posta in essere dalle società Expedia Inc. ed Expedia Italy S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *a) c) e g)*, e 22, commi 1 e 2, lettere *a) e d)*, 24 e 25, lettere *a) e d)*, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera c) del presente provvedimento, posta in essere dalle società Expedia Inc. ed Expedia Italy S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, 22, e 23, lettera *bb*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

d) di irrogare alla società Expedia Inc. per le violazioni di cui alle precedenti lettere a), b) e c), tre sanzioni amministrative pecuniarie, ciascuna pari, rispettivamente, a 60.000 €(sessantamila euro), a 100.000 €(centomila euro) e a 50.000 €(cinquantamila euro);

e) di irrogare alla società Expedia Italy S.r.l., per le violazioni di cui alle precedenti lettere b) e c), due sanzioni amministrative pecuniarie, ciascuna pari, rispettivamente, a 35.000 € (trentacinquemila euro) e a 10.000 € (diecimila euro);

f) che le società Expedia Inc. ed Expedia Italy S.r.l. presentino, entro novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione nella quale siano illustrate le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui ai punti a), b) e c) della presente delibera.

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere d) ed e) 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