

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA TOR VERGATA

***European Digital Law of the Person, of the Contract
and of the Technological Marketplace - EUDILA
Cattedra Jean Monnet del Progetto ERASMUS +***

L'IMPATTO DELLE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE NEL SETTORE DELLE PRENOTAZIONI ONLINE:

***Studio del caso Prenotazioni24.it alla luce del Codice
del Consumo***

Benedetta Ronga

matricola 0350569

Anno accademico 2023/2024

INDICE

1.Introduzione/Abstract.....	3
1.1 Ambito e importanza della tematica: piattaforme digitali e sistemi di comparazione web	4
2.Il Codice del consumo e Pratiche commerciali scorrette	8
2.1 Definizioni e normative Codice del consumo	8
2.2 Tipologie di pratiche commerciali scorrette	10
2.3 Sanzioni previste per le violazioni alle normative.....	14
3. Il caso prenotazioni24.it.....	16
3.1 Descrizione del caso.....	16
3.2 Analisi violazioni alle normative, argomentazioni difensive e relative sanzioni.....	19
3.3 Pratiche correttive adottate da prenotazione24.it.....	27
4. Conclusioni.....	28
5. Bibliografia/Sitografia.....	31

Introduzione/*Abstract*

L'obiettivo della seguente tesina è lo studio del tema dell'impatto delle pratiche commerciali scorrette nel settore delle prenotazioni online. Il contesto delle prenotazioni *online* e delle piattaforme di comparazione web, caratterizzato da una vasta gamma di operatori ed offerte, risulta suscettibile di pratiche commerciali scorrette che hanno un impatto significativo sulla fiducia dei consumatori e sulla concorrenza nel mercato. La rilevanza nell'affrontare questa tematica risiede nella protezione dei diritti dei consumatori e nella salvaguardia dell'equità nel mercato delle prenotazioni *online*. Si parte dalla definizione di piattaforme digitali, dello scambio di *Big Data* e ausilio dell'Intelligenza Artificiale, per attuare la compravendita di beni e servizi, descrivendo il modello di *business* definito "*Platform Economy*". Si passa poi alla descrizione delle differenti tipologie di piattaforme, siti di comparazione *web* e della "*search advertising*" nonché delle attività di cui è necessario evidenziare le norme applicabili nel caso in cui esse possono dare luogo ad attività commerciali scorrette con un conseguente danno al consumatore e alle Imprese concorrenti. Considerando, dunque, la crescita esponenziale di questo tipo di mercato e le caratteristiche dominanti che assumono tali piattaforme, si descrivono le normative previste dal Codice del Consumo (in particolare il decreto 6 settembre 2005, n.206). Si passa poi alla descrizione delle tipologie di pratiche commerciali scorrette, delle clausole vessatorie e la descrizione dei relativi articoli all'interno del Codice. A questo punto viene introdotto l'organo incaricato di applicare la disciplina ovvero l'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) di cui si descrivono le modalità di disciplina con le sanzioni che esso può applicare. Infine, si analizza in

profondità il caso PS11523 di Prenotazioni24.it, ovvero un *tour operator* che promuove, compara e rivende biglietti per il trasporto marittimo nel Mediterraneo; questo, nel gennaio 2022, è stato sanzionato dall'AGCM per un importo complessivo di 900.000 € per aver effettuato diverse *“pratiche commerciali scorrette e condotte illecite relative alla modalità di presentazione della società e delle caratteristiche dei servizi che offre”*. Così poi, si conduce un'analisi dettagliata delle violazioni alle normative, con le relative argomentazioni difensive adottate dall'azienda e le pratiche correttive messe in atto dalla stessa durante l'istruttoria. Per concludere, si evidenziano le violazioni al Codice del Consumo elencando i relativi articoli e, alla luce dell'analisi del caso di studio, si evidenziano alcune considerazioni finali.

1.1 Ambito e importanza della tematica: piattaforme digitali e sistemi di comparazione web

Analizziamo le piattaforme *web* per giustificarne l'importanza. Definiamo le piattaforme digitali come il complesso di infrastrutture di tipo informatico, ovvero *hardware* e *software*, che forniscono servizi *web* al fine di creare e distribuire tali servizi e/o beni in forma di gratuità oppure in cambio di pagamento.

Lo scambio di tali servizi, grazie anche all'ausilio dell'Intelligenza artificiale, avviene per mezzo di uno scambio di informazione tra due soggetti che danno origine ad una transazione. Talvolta la quantità crescente di tali

informazioni da origine ai “*Big Data*” ovvero una grande quantità di dati e informazioni che vengono acquisite, gestite e sfruttate anche economicamente dalle piattaforme per concludere transazioni economiche. Il modello di *business* derivante dalle transazioni avvenute sulle piattaforme digitali viene definito “*Platform Economy*”.

Esistono diversi tipi di piattaforme *web*:

- *e-Commerce* (es. *Amazon*, *eBay*, *Subito*): le cosiddette *market-places* ovvero piattaforme dedicate alla compravendita di prodotti o servizi sul *web*;
- piattaforme integrate (es. *Google*) in cui tra i vari servizi *online* troviamo le piattaforme *e-Commerce*;
- piattaforme innovative (es. *Microsoft*) offrono servizi *web* aggiuntivi;
- siti di comparazione *web* (es. *Trovaprezzi*, *Google Shopping*) offrono servizi di comparazione di diversi prodotti.

Tra questi analizziamo in particolare siti di comparazione *web* perché ne parleremo ampiamente nel caso di studio preso in esame: si tratta di piattaforme *online* che consentono ai consumatori di confrontare il prezzo di diversi prodotti o servizi simili tra loro e di trovare l’offerta che risponde maggiormente alle necessità dei clienti. Poiché esistono una grande quantità di siti che offrono tali servizi, il mercato dei siti di comparazione nell’*e-commerce* è diventato sempre più rilevante e, dunque, è di fondamentale importanza l’acquisizione da parte di essi di una grande visibilità in un mercato sempre più affollato per raggiungere un pubblico sempre più ampio.

Infatti, si stima che in Italia il 62% delle persone utilizza tali siti per effettuare acquisti online e che il 71% affermano che tali siti influenzano la loro decisione di acquisto (Ricerca statistica del 2021).

Su tali piattaforme si muovono i *Big Data* e le piattaforme *web* possono dare origine a problemi antitrust di grande rilievo dei quali è necessario evidenziare le norme applicabili nel caso in cui esse possono dare luogo ad attività commerciali scorrette con un conseguente danno al consumatore ed è necessario evidenziarne le sanzioni previste per la violazione a tali normative.

Inoltre, data la grande quantità di dati, anche personali, del consumatore, spesso vengono sfruttate tali preferenze per la creazione di pubblicità personalizzata in modo che il consumatore prediliga la piattaforma in questione rispetto ai principali competitors. Si parla quindi di “*search advertising*” ovvero gli annunci pubblicitari legati a una particolare “*keyword*” specifica dell’utente che compaiono nei motori di ricerca ogni qualvolta che un utente effettui una ricerca e, in cambio di un pagamento effettuato nei confronti nel motore di ricerca, la piattaforma web viene inserita primariamente nei risultati della ricerca dell’utente e in questo modo viene favorita rispetto ai *competitors* e di ciò ne discuteremo nell’analisi del caso di studio.

La piattaforma in questione si pone dunque in una posizione dominante rispetto ai competitors limitandone l’accesso nel mercato.

In particolare, le principali pratiche messe in atto dalle piattaforme per sfavorire i *competitors* possono essere rappresentate dal costringere i

propri clienti a contrattazioni esclusive o pratiche leganti di beni venduti unitamente oppure in pratiche predatorie in cui si influenza il mercato con una politica di abbassamento dei prezzi (eliminazione della concorrenza) e reinnalzamento dei prezzi una volta che il *competitor* è uscito dal mercato.

In Unione Europea si contano più di 500 piattaforme e siti di comparazione *web*, di cui il 12% appartengono a piattaforme create in Nord Europa i cui ricavi complessivi ammontano a 14 miliardi di € nel solo 2020.

Si stima che la *Platform economy* scaturita dalle attività delle piattaforme *web* e dai sistemi di comparazione *web* raggiungerà un valore di 1,2 trilioni di dollari nel 2025 (Studio Accenture del 2022).

Data la crescita esponenziale di questo tipo di mercato e le caratteristiche dominanti che assumono tali piattaforme e, la possibilità non remota dell'attuazione di fenomeni che danno origine a pratiche commerciali scorrette nei confronti dei consumatori e delle Imprese concorrenti, è emersa la necessita di adattare le normative alla dimensione di evoluzione costante di quella che è definita la nuova "rivoluzione digitale"^{1,2}.

¹ Piattaforme digitali e tutela della concorrenza, una sfida globale (<https://www.agendadigitale.eu/mercati-digitali/piattaforme-digitali-e-tutale-della-concorrenza-una-sfida-globale>)

² Quanto vale l'economia delle piattaforme digitali (<https://www.ilsole24ore.com/art/quanto-vale-economia-piattaforme-digitali-AEMPmkXD>)

2. Il Codice del Consumo e Pratiche commerciali scorrette

2.1 Definizioni e normative Codice del consumo

Al fine di garantire correttezza e trasparenza in un mercato in divenire, quale quello digitale è emersa la necessità di incorporare in un singolo documento legislativo italiano tutte le regole attualmente in vigore sulla protezione dei consumatori e ha determinato la creazione del decreto 6 settembre 2005, n.206-Codice del Consumo- volto a “sistemare” le disposizioni vigenti in materia.

Esso comprende sia le regole che disciplinano il contratto, sia le norme riferite a tutte le fasi in cui il consumatore entra in contatto con le piattaforme e i servizi *web*.

Il codice unifica e connette le disposizioni normative riguardanti il consumatore rendendolo rilevante nei meccanismi che lo guidano nel processo di acquisto online. Infatti, si considera tale meccanismo in ogni fase del processo: dalla fase che precede l’acquisto e in cui si verifica il bisogno del consumatore a quella seguente la transazione proprio per assicurare un supporto a quella che è considerata la parte debole nella contrattazione, come vedremo nelle considerazioni successive.

Sono previste quindi norme per garantire la correttezza delle negoziazioni e dei contratti e si estendono alle interazioni commerciali che generano la soddisfazione o insoddisfazione del consumatore e anche nelle relative controversie.

Il testo emanato con il d.lgs. 206/2005 si articola in sei parti distribuito in 146 articoli, a scopo informativo ne descriviamo le parti:

- la parte I contiene le “disposizioni generali” in cui vi è l’elenco dei diritti dei consumatori;
- la parte II concerne l’educazione del consumatore in termini di acquisizione di tutte le informazioni relative ai beni o servizi;
- la parte III prevede la disciplina di tutte le regole che guidano l’attività commerciale;
- la parte IV regola la sicurezza e qualità dei prodotti in termini di responsabilità di prodotti difettosi, garanzie di conformità e garanzia commerciale per i beni di consumo;
- la parte V è dedicata all’individuazione delle associazioni rappresentative a livello nazionale e alle azioni queste possono mettere in atto per tutelare gli interessi dei consumatori;
- la parte VI contiene le disposizioni finali e le abrogazioni^{3,4,5}.

³ Appunti di diritto digitale, l’evoluzione della normativa a tutela del consumatore nella legislazione europea e nazionale, Avv. Raffaella Grisafi

⁴ Codice del Consumo D.lgs. 206/2005 (<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2005-09-06;206>)

⁵ Direttiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo e del consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0029>)

2.2 Tipologie di pratiche commerciali scorrette

Con lo scopo di documentarci sull'argomento delle pratiche commerciali scorrette, in vista dell'analisi del caso di studio, definiamo le tipologie di pratiche commerciali. Con il termine "pratica commerciale" intendiamo qualsiasi tipologia di azione (comprese dichiarazioni, comunicazioni oppure omissioni) commerciale comprendenti le attività di *marketing* e di pubblicità con il quale un professionista promuove, vende e fornisce beni e servizi al consumatore.

Con il termine "pratica commerciale scorretta" intendiamo qualsiasi tipologia di azione falsa o idonea a falsare il comportamento economico che il professionista mette in atto nei confronti del consumatore e dunque una pratica commerciale di questo tipo contiene informazioni non veritiere o, seppur corrette, inducono il consumatore a prendere decisioni che non prenderebbe in condizioni di informazione completa e quindi non rispetterebbero la sua volontà (art. 20 Codice del Consumo).

Il Codice del Consumo contiene tutte le regole che assistono il consumatore ogni volta che è in posizione di vulnerabilità ovvero una posizione in cui non può esprimere pienamente, in modo consapevole la sua volontà, difatti, da consumatori notiamo che non abbiamo una propensione a comprendere il contenuto del contratto o dell'informativa.

Il legislatore prende atto dello squilibrio esistente tra il fornitore di beni e servizi e il consumatore medio e cerca di riequilibrare il sistema in modo da tutelare il consumatore vietando i comportamenti che vanno oltre la pubblicità ingannevole e tutti "trucchi/trabocchetti" che pregiudicano l'interesse del consumatore.

La disciplina del divieto alle pratiche commerciali scorrette cerca dunque di tutelare i consumatori ristabilendo una situazione di parità di condizioni tra gli operatori commerciali (fornitori di beni e servizi e consumatori) affinché si abbia una concorrenza leale e virtuosa per tutti i componenti del mercato. Difatti dall'analisi del mercato attuale è possibile verificare lo squilibrio esistente tra il consumatore medio e l'Impresa fruitrice di beni e/o servizi data la condizione minoritaria del consumatore.

Il Codice del Consumo distingue pratiche commerciali aggressive e ingannevoli per contemplare, in un ambito di applicazione ampio, tutte le azioni, condotte, dichiarazioni, omissioni e comunicazioni commerciali.

Citiamo alcuni degli articoli atti a favorire una conoscenza più ampia in materia: l'articolo 19 del Codice del Consumo rileva tutte le azioni messe in atto dall'operatore commerciale prima durante e dopo la fase di acquisto nei confronti del consumatore al fine di influenzarne la propensione e decisione di acquisto (*"se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo, a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto"*).

Con gli articoli 21-23 del Codice del Consumo si indicano le pratiche ingannevoli ovvero quelle che possono trarre in "inganno" (inganni legati alla disponibilità, prezzo o utilizzo del bene) il consumatore falsandone la sua decisione. Sono ingannevoli anche tutte le pratiche che inducono un comportamento scorretto nell'utilizzo del bene portando a rischi per la salute.

Con gli articoli 24-26 del Codice del Consumo si considerano le pratiche “aggressive” ovvero quelle in cui le Imprese fanno ricorso a coercizione o indebito condizionamento nei confronti del consumatore. L’aggressività in questione dipende dalla natura, dai tempi e dalle modalità della coercizione verbale e/o fisica.

L’autorità si predispone a tutelare, inoltre, le Imprese nei confronti di altre Imprese qualora esse mettano in atto campagne pubblicitarie volte a sfavorire la concorrenza nel mercato.

La pubblicità è considerata ingannevole se può ledere un’Impresa concorrente o induce in errore l’Impresa a cui è rivolta spingendola ad un comportamento errato. Tale pubblicità riguarda anche il prodotto/servizio in termini di disponibilità, prezzo, condizioni di vendita e data di fabbricazione.

La pubblicità può essere anche di tipo “comparativa ingannevole”, essa si basa sull’andare a comparare le caratteristiche della propria Impresa con quelle di un’altra concorrente creando disomogeneità e scredito del concorrente.

Nell’articolo 37- bis del Codice del Consumo si parla invece di clausole vessatorie: *“le clausole che determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto”*, quindi, sono vessatorie le clausole che, una volta concluso un contratto tra consumatore e operatore commerciale, determinano uno squilibrio del consumatore in termini di diritti e di adempimenti al contratto.

Citiamo alcuni esempi di pratiche commerciali scorrette/clausole vessatorie, specificando che alcune di esse saranno oggetto di analisi nel caso di studio:

- Limitato accesso da parte della piattaforma web alle condizioni generali di vendita;
- Addebito di sovrapprezzi a seconda della tipologia di strumento di pagamento utilizzato;
- In caso di controversia il sito *web* obbliga il consumatore a rivolgersi al Foro competente il luogo sede della Società;
- In caso di controversia mancata indicazione delle modalità di risoluzione delle controversie;
- Conformazione grafica della piattaforma in modo da limitare o forviare la percezione del consumatore;
- Ostacoli al diritto di recesso o di rimborso da parte dell'operatore commerciale;
- Mancato rimborso o non rispetto delle tempistiche a seguito dell'esercizio del diritto;
- *Buy and Share*: meccanismo di prenotazione del bene o servizio dove l'ottenimento del bene è subordinato ad analoga prenotazione e conseguente acquisto da parte di ulteriori consumatori;
- Informazioni errate sulla disponibilità del bene;
- Addebito di pagamento prima del perfezionamento del contratto;
- Ritardo o mancata consegna del bene/servizio;
- Errate o omesse informazioni di tracciabilità della spedizione;
- Abbinamento alla vendita di un prodotto accessorio senza specificarlo;
- Annullamento unilaterale degli ordini già perfezionati^{4,5,6}.

⁶ <https://www.agcm.it/competenze/tutela-del-consumatore/pratiche-commerciali-scorrette/>

2.3 Sanzioni previste per le violazioni alle normative

Analizziamo ora uno dei principali organismi disciplinanti in materia digitale e alcune delle sanzioni previste per le violazioni alle normative al fine di comprendere a pieno ciò che tratteremo nel capitolo successivo. L'organo incaricato di applicare la disciplina in caso di pratiche commerciali scorrette è l'AGCM-Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

La violazione della normativa prevista nel codice del Consumo determina un procedimento amministrativo da parte dell'AGCM, il procedimento viene avviato d'ufficio o a seguito di una denuncia di qualunque operatore coinvolto (Consumatore o Impresa concorrente).

Nel corso dell'istruttoria l'operatore commerciale coinvolto deve dimostrare l'attendibilità delle azioni compiute in merito alla pratica ritenuta scorretta: difatti è previsto un periodo temporale di 45 giorni a partire dal quale l'operatore commerciale si impegna a correggere l'infrazione e, in tal caso, il procedimento si conclude senza sanzioni.

Elenchiamo ora alcune delle sanzioni previste:

- Sospensione provvisoria dell'attività della piattaforma *web* per la parte oggetto della violazione;
- Oscuramento del sito *web* e del relativo dominio;
- Sanzione pecuniaria per un valore compreso tra 10.000 e 10 mln di €;
- Per operatori commerciali esterni all'UE ma le cui attività scorrette hanno impatto sull'UE è prevista una sanzione

del 4% del valore del fatturato realizzato in Italia (art.21 regolamento UE 2017/2394) e di 2mln di € nel caso in cui il fatturato non risulti quantificabile;

- *Pre-flag* degli elementi opzionali.

Mentre le clausole considerate vessatorie sono sanzionate con la nullità lasciando invariato il resto del contratto (art.33 e 34 del Codice del Consumo).

In questo caso la nullità viene rilevata d'ufficio dal giudice (comma 3, articolo 36 del Codice del consumo) e in caso di dubbio riguardante ciò che scritto nel contratto (le clausole devono essere redatte in modo “chiaro e comprensibile”) prevale sempre l'interpretazione più favorevole all'utente (articolo 35 del Codice del consumo) lasciando intendere come questo sia considerato parte vulnerabile nella transazione.

In ogni caso, l'AGCM tiene conto di differenti caratteristiche per quantificare la sanzione quali la natura, gravità e durata temporale dell'infrazione, azioni correttive messe in atto dall'operatore commerciale per limitare il danneggiamento del consumatore, il beneficio economico dovuto all'infrazione percepito dall'operatore, infrazioni precedenti commesse dall'operatore e, in caso in cui abbia commesso altre violazioni in Stati membri, si valutano le relative sanzioni già emesse. Oltre a ciò, il consumatore può rivolgersi all'Autorità Giudiziaria per chiedere l'annullamento del contratto con l'operatore e il risarcimento del danno provocato dalla pratica scorretta^{5,6,7}.

⁷ Regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 settembre 2022 relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale e che modifica le direttive (UE) 2019/71937 e 2020/1820

3 Il caso prenotazioni24.it

3.1 Descrizione del caso

Analizziamo il caso di studio preso in esame partendo da una descrizione generale dell'azienda per meglio comprendere l'impatto che essa ha avuto nel mercato di competenza. Prenotazioni24 S.r.l. è un'agenzia *web* di viaggio e turismo: si tratta di un *tour operator* che promuove, compara e rivende biglietti per il trasporto marittimo, come operatore autorizzato di alcune delle più importanti compagnie di navigazione europee, gestisce quindi, il processo di prenotazione di biglietti di trasporto marittimo del Mediterraneo.

Prenotazioni24 coordina un *network* di siti *web* dedicati all'organizzazione di viaggi basati sulla comparazione di tratte e prezzi, si è dotata sia di siti "monodedicati" relativi alla vendita di servizi di trasporto relativa ad una sola compagnia di navigazione, che di siti "comparatori" che permettono la comparazione delle offerte diverse di più vettori marittimi:

- Sito "monodedicato": www.tirrena-prenotazioni.it;
- Siti "comparatori": www.trghettilines.it, www.traghetti-grecia.it, www.traghetti-sardegna.it.

Nel periodo 2019-2021 l'azienda ha concluso accordi di intermediazione per la promozione e successiva vendita di biglietti di trasporto marittimo con 100 compagnie di trasporto marittimo con una provvigione che varia dal 5 al 15% delle transazioni che l'azienda conclude e la percentuale di tali provvigioni prevede un aggiornamento annuale.

In tale periodo il valore economico di tali commissioni ammonta ad un valore di 20 mln di € di cui 5 provenienti dalla sola compagnia Tirrena con un incasso di 200mln di € a fronte di 2 mln di biglietti venduti (la sola Tirrena ha incassato 45mln di € a fronte di 300.000 biglietti venduti), da notare che il fatturato complessivo al 31 dicembre 2020 risulta incrementato rispetto agli anni precedenti con un importo di 14 mln di €.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha sanzionato nel gennaio 2022 Prenotazioni24 per un importo complessivo di 900.000 € per aver effettuato diverse pratiche commerciali scorrette e condotte illecite relative alla modalità di presentazione della società e delle caratteristiche dei servizi che offre.

Le pratiche commerciali scorrette e le condotte illecite si possono riassumere in :

- *“Attività di promozione e vendita online di titoli di viaggio tramite siti connotati da sostanziale omonimia con i siti internet ufficiali delle compagnie di navigazione di cui Prenotazioni24 è rivenditore”;*
- *“Prospettazione incompleta del costo complessivo dei titoli di viaggio”;*

- *“Prospettazione preselezionata del servizio opzionale di assicurazione”;*
- *“Addebito di commissioni per l’utilizzo di determinati strumenti di pagamento”;*
- *“Predisposizione di condizioni generali di vendita non immediatamente accessibili da parte del consumatore”;*
- *“Indicazione della sede legale del professionista quale foro competente a dirimere le controversie con i consumatori”.*

Osserviamo ora le varie fasi del procedimento oggetto della trattazione. L’avvio del procedimento istruttorio avviene il 29 luglio 2021 (*provvedimento n. PS11523*) per presunta violazione di alcune delle disposizioni del Codice del Consumo e con esso viene richiesto alla società documentazione per chiarirne le dinamiche sulle condotte. Prenotazioni 24 nel settembre e novembre 2021 ottiene l’accesso agli atti del fascicolo istruttorio e il 31 agosto 2021 comunica all’AGCM la volontà di mettere in atto azioni correttive alle infrazioni a beneficio dei consumatori coinvolti. Nel settembre 2021 prenotazioni24 fornisce la documentazione richiesta durante l’avvio del procedimento e invia la propria memoria difensiva con una proposta di impegni volta a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche che, però, viene rigettata. L’11 novembre 2021 si conclude la fase istruttoria e nel dicembre 2021 prenotazioni24 deposita la memoria conclusiva⁸.

⁸ Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (<https://www.agcm.it>) procedimento istruttorio n. PS11523

3.2 Analisi violazioni alle normative, argomentazioni difensive e relative sanzioni

Analizziamo ora nel dettaglio le pratiche commerciali scorrette e le condotte illecite oggetto del procedimento che verranno indicate rispettivamente con lettera a,b,c,d,e ed f come indicato da AGCM:

a. *“Attività di promozione e vendita online di titoli di viaggio tramite siti connotati da sostanziale omonimia con i siti internet ufficiali delle compagnie di navigazione di cui Prenotazioni24 è rivenditore”*: Prenotazione 24 ha creato dei siti *internet* aventi conformazione grafica e denominazione simili a quelle delle compagnie di navigazione di cui l’azienda è rivenditrice, si tratta in particolare del sito web www.tirrena.prenotazioni.it che promuove e rivende biglietti per conto di Tirrena, tale da non rendere percepibile il riferimento della gestione di Prenotazione 24 e non di Tirrena in modo da convincere il consumatore di trovarsi sul sito della compagnia di navigazione Tirrena.

Come evidenziato in figura 1, nella *homepage* risulta in evidenza la denominazione e le immagini della flotta della compagnia Tirrena mentre il riferimento alla gestione del sito da parte di Prenotazioni24 non ha enfasi grafica ed è espressa in caratteri estremamente piccoli. Inoltre, nel ranking di ricerca Google www.tirrena-prenotazioni.it risulta ai primi posti, Prenotazioni 24 ha ammesso l’infrazione giustificando l’azione come *“investimento”* al fine di guadagnare posizioni nei *ranking* di ricerca (Figura 1a). L’argomentazione difensiva di Prenotazioni 24 consiste nel contestare la natura *“civetta”* del sito web www.tirrena-prenotazioni.it e dichiarare

che le caratteristiche grafiche non fossero tali da poter confondere il consumatore e, pur ammettendo i caratteri ridottissimi della dicitura *“compagnia autorizzata Tirrena”*, il consumatore avrebbe potuto informarsi agevolmente sulla natura del Professionista cliccando su *“chi siamo”*, Prenotazione 24 afferma inoltre che, secondo alcune pronunce della giurisprudenza di merito, si ritiene legittimo l’uso di marchi di compagnie di trasporto da parte di siti comparatori; il fatto che parte rilevante dei ricavi arrivi attraverso il sito Tirrena come sito *“civetta”* non avrebbe alcuna rilevanza poiché Tirrena sarebbe la *“principale e più importante compagnia partner di Prenotazioni24”* e riguardo la posizione nei *ranking* di Google sarebbe *“una scelta commerciale perfettamente legittima”*. AGCM ha inflitto una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 €. Da quanto prospettato dall’azienda a propria discolpa si evince un tentativo di giustificare l’utilizzo delle citate pratiche commerciali come una scelta commerciale lecita per acquisire quote in un mercato ampio.



Figura 1 indicazione dicitura “prenotazioni24” con caratteri estremamente ridotti

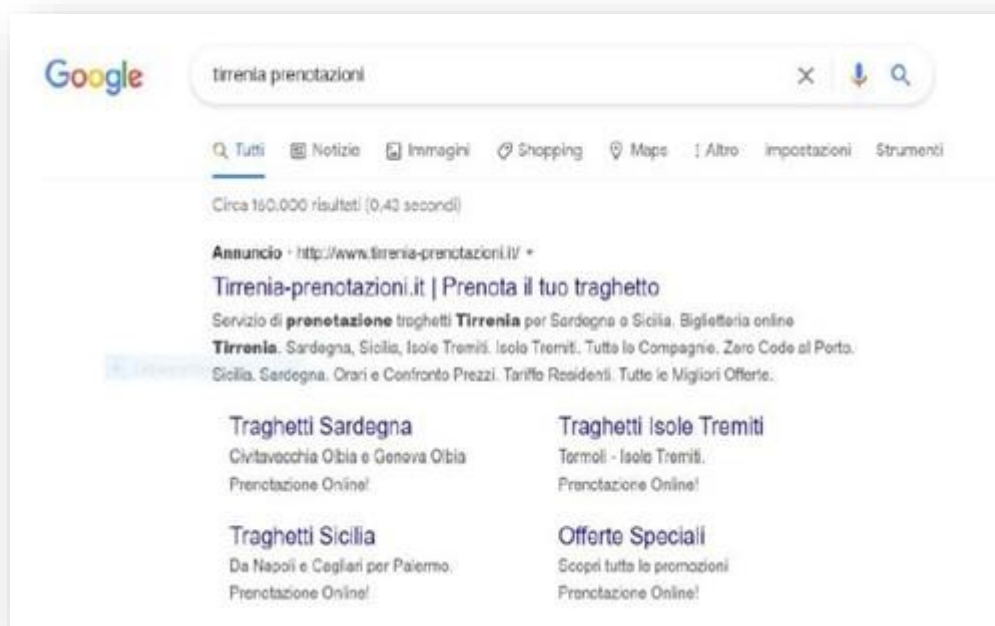
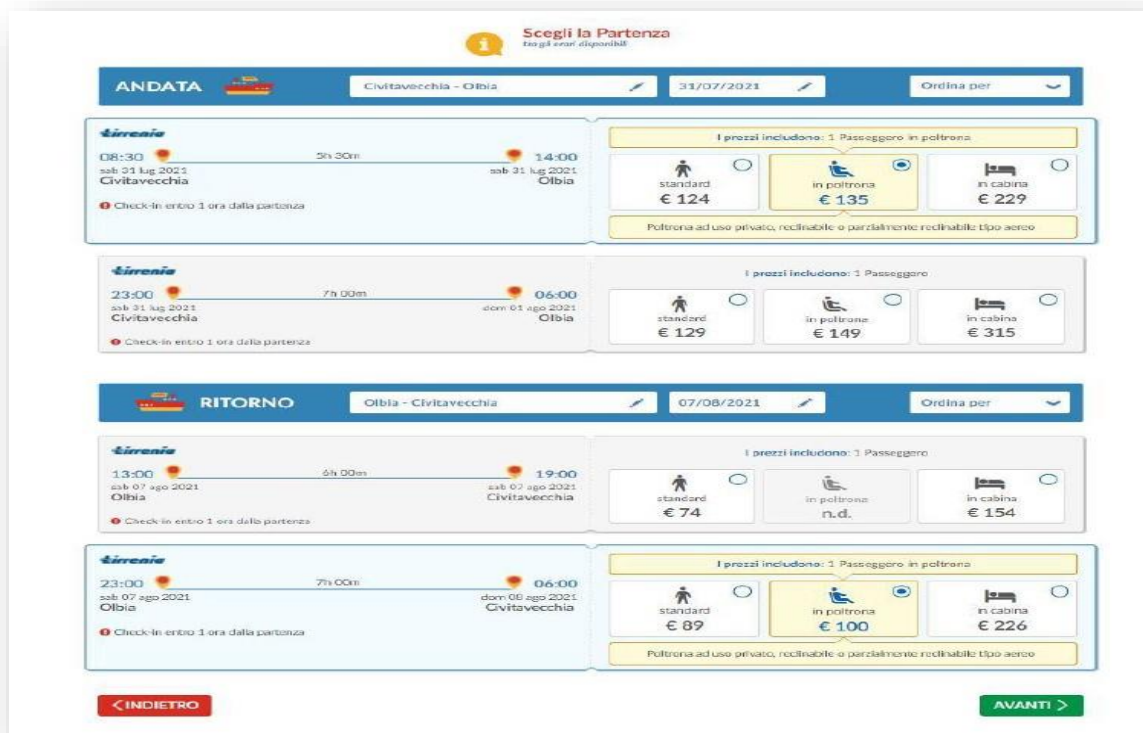


Figura 1a indicazione “Tirrena prenotazioni” al primo posto del ranking di ricerca Google

b. “Prospettazione incompleta del costo complessivo dei titoli di viaggio”: Prenotazioni 24 ha prospettato solo in fase di riepilogo dell’acquisto l’esistenza di diritti di prenotazione senza il pagamento dei quali non risulta possibile al consumatore concludere la transazione. In particolare, si tratta di ulteriori “diritti di prenotazione” che aumentano il prezzo finale, essi appaiono solo dopo che il consumatore seleziona la tratta di interesse, sceglie tra varie tipologie di biglietto alle quali corrisponde un prezzo diverso, si seleziona la tariffa e appare un prezzo totale scorporato in voce “poltrona” e “tasse supplementi” non evidenziate in precedenza e nel

“Riepilogo prezzi” vengono prospettati nuovi diritti di prenotazione per concludere la transazione. (Figura 2 e 2a). La Società ha ammesso di aver incassato mln di € (omettendone la quantità certa) dai diritti di prenotazioni realizzati mediante i siti www.traghettilines.it, www.tirrenia-prenotazioni.it, www.traghetti-sardegna.it e www.traghetti-grecia.it.

Prenotazioni 24 argomenta l’importo delle voci di costo dipenderebbe dalle scelte effettuate del cliente e sarebbe una *“prassi ineludibile nel corso del booking”* e, inoltre *“il 95% degli utenti”* che accedono ai siti in questione li userebbero solo per pura informazione e *“non giungerebbero neppure alla conclusione del processo di prenotazione”*. La sanzione amministrativa pecuniaria inflitta da AGCM è relativa ad un importo di 200.000 €. Da tale pratica notiamo che l’azienda non fa altro che sfruttare la poca attenzione dimostrata dai consumatori nelle transazioni *online* e, inoltre sfrutta la propria natura di sito comparativo per giustificare l’attuazione della pratica scorretta.



The screenshot displays the Tirrenia website interface for booking flights. It shows two main sections: "ANDATA" (Outbound) and "RITORNO" (Return). Each section lists flight options with departure and arrival times, and a table of prices for different cabin classes.

ANDATA (Outbound):

- Flight 1:** Civitavecchia - Olbia, 31/07/2021. Departure: 08:30, Arrival: 14:00. Prices: standard €124, in poltrona €135, in cabina €229.
- Flight 2:** Civitavecchia - Olbia, 01/08/2021. Departure: 23:00, Arrival: 06:00. Prices: standard €129, in poltrona €149, in cabina €315.

RITORNO (Return):

- Flight 3:** Olbia - Civitavecchia, 07/08/2021. Departure: 13:00, Arrival: 19:00. Prices: standard €74, in poltrona n.d., in cabina €154.
- Flight 4:** Olbia - Civitavecchia, 08/08/2021. Departure: 23:00, Arrival: 06:00. Prices: standard €89, in poltrona €100, in cabina €226.

Navigation buttons at the bottom: "INDIETRO" (Back) and "AVANTI" (Next).

Figura 2 indicazione del prezzo totale scorporato



Figura 2a indicazione del prezzo totale con ulteriore sovrapprezzo

c. “Prospettazione preselezionata del servizio di assicurazione viaggio”: su tutti i siti web la voce di costo “assicurazione” risulta *pre-fleggata* pur essendo opzionale e i relativi costi vengono prospettati come inclusi nel costo complessivo (Figura 3).

Prenotazioni 24 ha dichiarato che nel periodo 2019-2021, la percentuale di utenti che non ha provveduto ad eliminare il *pre-flag* è stata pari al 10-100% rispetto a quella di chi, nello stesso periodo, ha concluso una

transazione tramite i siti del professionista, vendendo tra i 500.000 e 1.000.000 di biglietti. Prenotazioni 24 ha dichiarato che la condotta sarebbe meno “grave” grazie alla possibilità di “deselezionare” l’opzione ed il fatto che la maggior parte dei consumatori non l’abbia deselezionata è dovuta ad una scelta consapevole dovuta a fattori esterni non dovuti alla conformazione del sito. L’AGCM ha inflitto una sanzione pecuniaria amministrativa di 250.000 €. Come nel caso precedente anche qui notiamo che l’azienda giustifica l’attuazione della pratica facendo leva sulla poca attenzione dei consumatori e sfrutta la variabilità di condizioni esterne (ad esempio meteo avverso) per giustificare le “deselezioni” non effettuate dai clienti.



RIEPILOGO PREZZI

Prezzo del biglietto di andata	134,63 €
Prezzo del biglietto di ritorno	100,39 €
Diritti di prenotazione	20,00 €
Assicurazione	15,30 €
PREZZO TOTALE *	270,32 €

* Miglior prezzo del momento. Affrettati a confermare la tua prenotazione: disponibilità e tariffe possono cambiare in qualsiasi momento.

✓ ASSICURAZIONE

Per tutelarti contro eventuali imprevisti, nel tuo preventivo abbiamo incluso l'assicurazione, così, nel caso tu sia costretto ad annullare il viaggio, ti rimborsiamo l'intero prezzo pagato, con deduzione del solo 10% di franchigia.
Costo assicurazione 15,30 € (totale, leggi condizioni)

☒ sì, voglio assicurarmi e accetto le condizioni della polizza

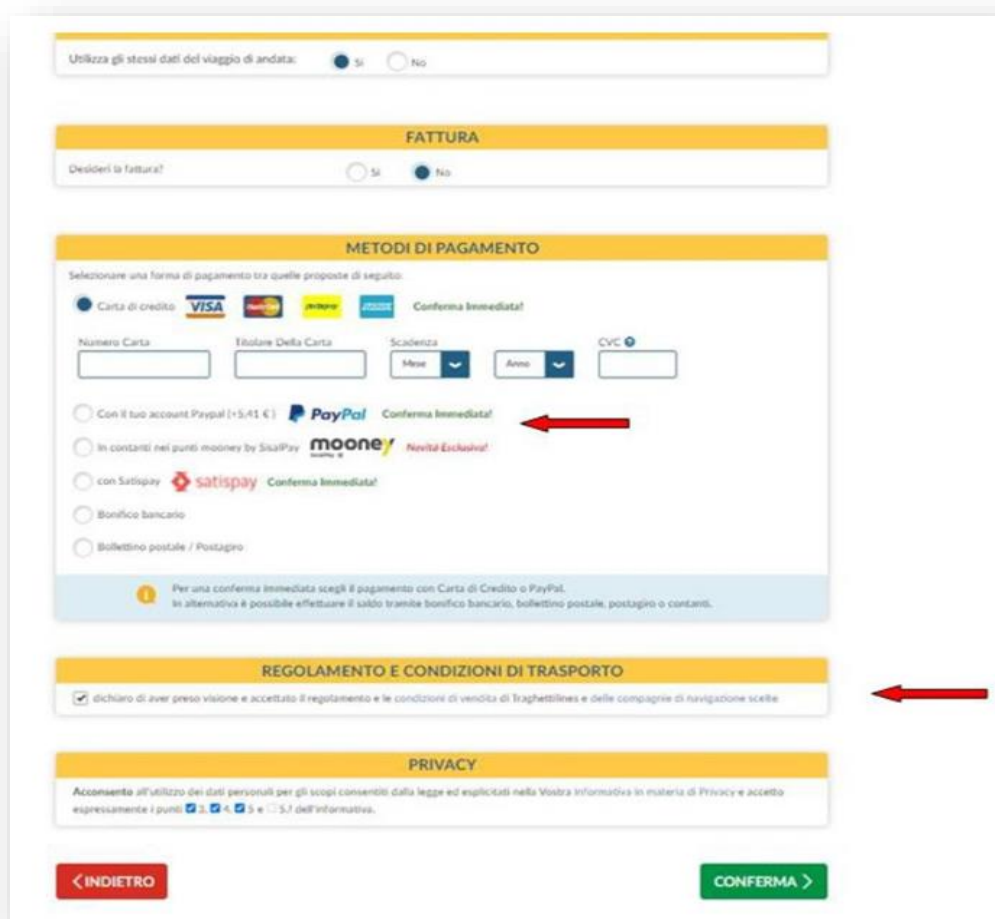
☐ no, non desidero assicurarmi

DONAZIONE

Trasparenza è Azienda Solidale a sostegno del progetto Gold for kids di Fondazione Umberto

Figura 3 indicazione della dicitura “assicurazione” pre-fleggata

d. “Addebito di commissioni per l'utilizzo di determinati strumenti di pagamento”: su tutti i siti web, nel caso di acquisto con *PayPal*, è imposta al cliente una commissione variabile sull'importo totale (Figura 4). Secondo Prenotazioni 24 l'ulteriore *fee* è frutto di una scelta mirata a offrire “un servizio ricco di opzioni alternative” e comunque applicato sia da compagnie concorrenti che dalle pubbliche amministrazioni. L'AGCM ha inflitto una sanzione pecuniaria amministrativa di 200.000 €. Notiamo che, in tal caso, l'azienda fa riferimento all'utilizzo di tali pratiche come di uso comune tanto da giustificarne la liceità.



Utilizza gli stessi dati del viaggio di andata: ☒ Sì ☐ No

FATTURA

Desideri la fattura? ☐ Sì ☒ No

METODI DI PAGAMENTO

Selezionare una forma di pagamento tra quelle proposte di seguito:

☒ Carta di credito  Conferma immediata!

Numero Carta: Titolare Della Carta: Scadenza: Anno: CVC:

☐ Con il tuo account PayPal (+5,41 €)  Conferma immediata! ←

☐ In contanti nei punti mooney by SisatPay  New! Esclusivo!

☐ con Satispay  Conferma immediata!

☐ Bonifico bancario

☐ Bollettino postale / Postagio:

1 Per una conferma immediata scegli il pagamento con Carta di Credito o PayPal. In alternativa è possibile effettuare il saldo tramite bonifico bancario, bollettino postale, postagio o contanti.

REGOLAMENTO E CONDIZIONI DI TRASPORTO

☒ dichiaro di aver preso visione e accettato il regolamento e le condizioni di vendita di Traghettilines e delle compagnie di navigazione scelte ←

PRIVACY

Accosento all'utilizzo dei dati personali per gli scopi consentiti dalla legge ed elencati nella Vostra Informativa in materia di Privacy e accetto espressamente i punti ☒ 3, ☒ 4, ☒ 5 e ☐ 5.7 dell'informativa.

Figura 4 indicazione di commissione per pagamento *Paypal* e indicazione “regolamento e condizioni di trasporto” pre-fleggata

e. *“Predisposizione di condizioni generali di vendita non immediatamente accessibili da parte del consumatore”*: sui siti web www.traghettilines.it e www.tirrena-prenotazioni.it le condizioni generali di vendita risultano collocati attraverso un *link* ad una fase successiva a quella di pagamento e, al pari del servizio di assicurazione, la casella relativa alla presa visione delle condizioni generali di vendita risulta preselezionata. Secondo Prenotazioni 24 tale modalità rappresenta una *“prassi innocua nonché ampiamente diffusa nel settore”* che non avrebbe prodotto alcun effetto concreto ai danni del cliente. AGCM ha inflitto una sanzione pecuniaria di 75.000 €. Anche in questo caso ritroviamo lo sfruttamento della disattenzione del consumatore e la giustificazione di liceità di tali pratiche poiché utilizzate da altri componenti appartenenti al settore.

f. *“Indicazione della sede legale del Professionista quale foro competente a dirimere le controversie con i consumatori”*: nelle condizioni generali di vendita del sito web www.traghettilines.it al paragrafo 13.1 e nelle condizioni generali di contratto degli altri siti *“eventuali controversie sono regolate dalla legge italiana e sono devolute alla competenza del Foro di Livorno”*. Prenotazioni 24 ha dichiarato che la pratica *“non ha avuto alcun effetto non essendo mai stata applicata”*. Questo atteggiamento giustificativo dell’azienda denota una scarsa disattenzione a quello che è il danno provocato alla parte debole del contratto minimizzando anche il

danneggiamento eventuale che tale pratica può mettere in atto. L'AGCM ha inflitto una sanzione pecuniaria di 75.000 €^{8,9}.

3.3 Pratiche correttive adottate da Prenotazioni24.it

Nel tentativo di limitare la gravosità delle azioni che l'azienda ha messo in atto, nel corso dell'istruttoria Prenotazioni24 ha attuato alcune azioni correttive alle pratiche commerciali cointestate.

- Il 16 agosto 2021 ha aumentato le dimensioni della dicitura “*a cura di prenotazioni24*” e ha ridotto quelle della compagnia intermediata nella *homepage*, il 17 settembre 2021 ha enfatizzato cromaticamente le dimensioni del *brand* del professionista e la dicitura “*agenzia rivenditrice autorizzata Tirrena*”, accentuato le differenze con il logo ufficiale Tirrena e ha attuato una revisione di tutto il materiale grafico e fotografico;
- Il 13 agosto 2021 ha eliminato la preselezione delle condizioni generali di vendita e il relativo *box* è stato riposizionato in modo da comparire prima della selezione del metodo di pagamento, ed è stata eliminata la commissione prevista in caso di selezione del metodo di pagamento *PayPal*;
- Il 20 agosto 2021 è stata modificata la clausola sulle eventuali controversie come “Per qualsiasi controversia avente origine dall'interpretazione e/o esecuzione del presente contratto il foro competente è quello di Livorno. Nel caso di passeggero che riveste la qualifica di consumatore ai sensi della normativa italiana vigente, sarà

⁹ Appunti di diritto digitale _ Le clausole vessatorie Avv. Raffaella Grisafi

esclusivamente competente il foro di residenza o domicilio dello stesso, se domiciliato o residente in Italia”;

- Il 30 settembre 2021 i diritti di prenotazione vengono menzionati e inclusi nella pagina di confronto prezzi nel corso del *booking*⁸.

4. Conclusioni

Affrontiamo ora una breve digressione sulla violazione puntuale del Codice del Consumo a cui seguono delle considerazioni in merito all’impatto dell’utilizzo delle pratiche commerciali scorrette nel settore con considerazioni anche inerenti al caso preso in esame.

L’analisi del caso di Prenotazioni 24 si basa sul prendere atto del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazione e clausole vessatorie prendendo in considerazione il decreto legislativo del 6 settembre 2005 n.206, parte II, Titolo III e la parte III, Titolo III.

L’AGCM ha inoltre chiesto il parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e l’Autorità di Regolazione dei Trasporti, formulando che le condotte effettuate da prenotazioni 24 hanno violato il Codice del Consumo per gli articoli 20, 21 comma 1(per la lettera a, b ed f), articolo 65 (per la lettera c), articolo 62 (per la lettera d), articoli 20 e 22 (per la lettera e), articolo 66 bis (per la lettera f), e ha inflitto le sanzioni pecuniarie citate nel precedente paragrafo per un totale di 900.000 €⁸.

La digressione effettuata induce alcune considerazioni:

Lo spostamento del mercato tradizionale verso il mercato digitale ha dato origine ad una trasformazione che risulta essere estremamente veloce quanto imprescindibile. Difatti Imprese e consumatori si trovano a dover operare indispensabilmente in una realtà in continuo divenire tanto da essere considerata una vera e propria rivoluzione, la “rivoluzione digitale”. Le dimensioni del fenomeno digitale richiedono un approccio a 360 gradi di tutte le componenti coinvolte (Imprese, consumatori, Istituzioni) al fine di garantire sia il corretto sviluppo del mercato digitale, con pari opportunità per piccole e grandi Imprese, sia i diritti dei consumatori. Le caratteristiche intrinseche delle transazioni digitali (ad esempio il rapporto indiretto tra domanda e offerta) possono talvolta dar luogo a fenomeni pericolosi in termini di comportamenti non etici, nonostante l’impegno delle Istituzioni e degli organismi preposti alla vigilanza dei comportamenti nel mercato digitale. Da una parte alcune Imprese tendono ad abusare della buona fede del consumatore persuadendolo a effettuare determinate scelte favorevoli alla sola Impresa, transigendo sulla propria professionalità per ottenere un illecito vantaggio in un mercato ricco di concorrenti e dall’altra il consumatore tende ad avere un approccio poco approfondito nel momento in cui partecipa ad una transazione *online*. Conseguentemente le Istituzioni e gli organismi come l’AGCM sono chiamati a individuare, reprimere e sanzionare le pratiche scorrette poste in essere dalle Imprese che con il loro agire causano danno a clienti e *competitors*. Da una personale valutazione del caso Prenotazioni24 risulta che la dimensione dell’Impresa sembra essere determinante nel mettere in atto pratiche commerciali scorrette: difatti, l’Impresa è consapevole che la pena pecuniaria inflitta dall’ente di controllo è minima rispetto agli incassi illecitamente acquisiti nel periodo di riferimento anche a fronte dei

vantaggi competitivi scorrettamente acquisiti nei confronti delle piccole Imprese con grave danno dei clienti coinvolti.

Inoltre, tale modo di agire determina nel lungo periodo la sfiducia del consumatore nel mercato in questione, considerando anche il fatto che Prenotazioni 24 raccoglie un grosso *network* di siti *web* nel mercato del trasporto marittimo.

In conclusione, lo sviluppo dell'intero mercato digitale rappresenta una sfida costante per le Istituzioni e gli organismi preposti alla vigilanza del mercato stesso. Perciò, si rende necessaria una collaborazione tra consumatori, Imprese e Istituzioni per garantire la realizzazione di un mercato in equilibrio. Ad esempio, le Imprese possono tener conto delle condizioni di vulnerabilità del consumatore medio e attuare percorsi di realizzazione etica aziendale rispettando il cliente e le piccole Imprese mentre i consumatori, presa visione della loro posizione minoritaria all'interno del mercato, possono acquisire una maggior consapevolezza dei propri diritti con un percorso personale di educazione digitale.

Infine, i provvedimenti messi in atto da Istituzioni e organismi preposti alla vigilanza risultano al momento efficienti ma non del tutto efficaci: le normative messe in atto e citate finora rappresentano un buon presupposto affinché si possa sviluppare un mercato digitale etico, al servizio del consumatore, che utilizzi le normative come strumento per il corretto incontro tra domanda e offerta con soddisfazione di tutti gli attori coinvolti.

Bibliografia/Sitografia

1. Piattaforme digitali e tutela della concorrenza, una sfida globale (<https://www.agendadigitale.eu/mercati-digitali/piattaforme-digitali-e-tutale-della-concorrenza-una-sfida-globale>);
2. Quanto vale l'economia delle piattaforme digitali (<https://www.ilsole24ore.com/art/quanto-vale-economia-piattaforme-digitali-AEMPmkXD>);
3. Appunti di diritto digitale, l'evoluzione della normativa a tutela del consumatore nella legislazione europea e nazionale, Avv. Raffaella Grisafi;
4. Codice del Consumo D.lgs. 206/2005 (<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2005-09-06;206>);
5. Direttiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo e del consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0029>);
6. <https://www.agcm.it/competenze/tutela-del-consumatore/pratiche-commerciali-scorrette/>;
7. Regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 settembre 2022 relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale e che modifica le direttive (UE) 2019/7137 e 2020/1820;

8. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
(<https://www.agcm.it>) procedimento istruttorio n. PS11523;

9. Appunti di diritto digitale _ Le clausole vessatorie Avv. Raffaella
Grisafi;

- i. _ Moneta elettronica, sistemi di
pagamento e tutela del cliente.