

Parere all’Autorità garante della concorrenza e del mercato in tema di pratiche commerciali scorrette, reso dall’Autorità di regolazione dei trasporti ai sensi dell’articolo 27, comma 1-*bis*, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

L’Autorità di regolazione dei trasporti, nella seduta del 23 maggio 2019

premessi che:

- l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (“**AGCM**”) ha trasmesso all’Autorità di regolazione dei trasporti (“**Autorità**”), con nota del 4 aprile 2019 (prot. ART 3425/2019 del 10 aprile 2019), una richiesta di parere ai sensi e per gli effetti dell’articolo 27, comma 1-*bis*, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (“**Codice del Consumo**”), a seguito dell’avvio di un procedimento nei confronti di ITALO – Nuovo Trasporto Viaggiatori S.p.A. (“**ITALO**”), ai sensi dell’articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell’articolo 6 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 discriminazioni e clausole vessatorie”, adottato dall’AGCM con delibera del 1° aprile 2015, Riferimento PS/9894;
- l’istruttoria dell’AGCM ha individuato “*un’articolata pratica commerciale*”, che emerge anche da segnalazioni di consumatori trasmesse dall’Autorità di regolazione dei trasporti - consistente nella definizione, diffusione e applicazione in via continuativa di offerte e promozioni - connotata da vari profili di criticità, individuati dall’AGCM stessa in:

i) opacità informativa sulle offerte promozionali

La condotta del professionista si baserebbe sulla prospettazione di offerte a prezzo fortemente ridotto mediante informazioni ambigue, insufficienti ovvero prive di elementi idonei a determinare la consapevole scelta commerciale del consumatore. L’enfasi grafica della pubblicità dell’offerta, nonché la brevissima durata della stessa, non sembrerebbero essere accompagnate da un adeguato grado di trasparenza, ponendo su un piano defilato e poco evidenziato elementi rilevanti, quando non del tutto omessi, come le condizioni e limitazioni di fruizione delle promozioni, il numero di posti disponibili per l’offerta, l’importo tariffario preso a base per l’applicazione della riduzione.

Di conseguenza, tale approccio alla clientela indurrebbe il consumatore ad una scelta immediata e non adeguatamente ponderata in relazione all’effettivo beneficio conseguibile, configurando pertanto una condotta elusiva dell’obbligo per i professionisti di chiarire in modo “*esattamente percepibile*” le caratteristiche e i vincoli quantitativo/temporali della promozione, in particolare nei settori, come quello in esame, caratterizzati da una particolare dinamicità delle offerte commerciali prospettate;

ii) innalzamento della tariffa presa a base della promozione durante il periodo di validità degli sconti pubblicizzati; accessibilità a percentuali di sconto in media inferiori a quella massima prospettata come possibile

Con riguardo alle promozioni consistenti nell'applicazione di scontistica, fissa o variabile, su tariffe-base derivanti dall'abbinamento di individuati "ambiente + tipologia di viaggio", ITALO, durante il periodo attivo della promozione, provvederebbe al rialzo dei prezzi presi a base per l'applicazione dello sconto, abbassandoli nuovamente alla scadenza dell'offerta.

Tale condotta ingannerebbe il consumatore circa l'effettiva consistenza dello sconto, proponendo, in alcuni casi, un prezzo che, in realtà, è più alto rispetto a quello offerto in assenza di promozioni. Tale *modus operandi* permetterebbe al professionista di alterare, a proprio piacimento e vantaggio, l'offerta di sconti sui biglietti in vendita. Nel contempo, l'indicazione non certa della scontistica applicabile alla promozione, che sovente viene indicata all'interno di un'ampia forbice percentuale (*fino al XX%*), contrasterebbe con le percentuali di riduzione in concreto accessibili e non di rado fortemente inferiori al massimo pubblicizzato, ciò adombrando un contenuto ingannevole dei messaggi pubblicitari ed un uso scorretto di tali leve competitive le quali, in concreto, sono in grado di orientare significativamente le scelte dei passeggeri;

iii) annullamento dei titoli di viaggio acquistati in offerta con annessi ostacoli al riaccredito al consumatore del prezzo pagato

La condotta rilevante consisterebbe nell'annullamento unilaterale del biglietto - spesso in assenza di concrete motivazioni - con la richiesta di pagamento, a stretto termine, della differenza tra il prezzo pieno del viaggio e quello già versato per il biglietto in offerta, con l'apposizione, a fronte del rifiuto dei consumatori al pagamento integrativo, di ostacoli da parte del vettore al riaccredito di quanto effettivamente pagato per l'acquisto.

Detta pratica limiterebbe i consumatori nell'esercizio dei loro diritti contrattuali con impedimenti concreti che non sembrerebbero giustificati da imprecise esigenze di sicurezza, e nemmeno da ragionevoli obiettivi commerciali del professionista.

- nel corso del procedimento il professionista ha presentato impegni che l'AGCM ritiene apparire, *prima facie*, ammissibili e non manifestamente inidonei in relazione ai profili contestati nell'avvio dell'istruttoria;

ritiene di svolgere le seguenti considerazioni.

I. Profili giuridici e regolatori

Con il rilascio del richiesto parere l’Autorità intende:

- a) in primo luogo, formulare alcune considerazioni di carattere generale circa le pratiche commerciali poste in essere da ITALO in relazione alla necessità di assicurare la trasparenza e completezza delle informazioni relative alle diverse soluzioni di viaggio offerte e dei relativi prezzi, nonché il confronto tra le condizioni economiche offerte dalle imprese ferroviarie;
- b) individuare e illustrare la specifica normativa e la regolazione di settore, applicabile alla fattispecie in questione;
- c) fornire, eventualmente, elementi di contesto volti ad una migliore valutazione dello standard di diligenza professionale richiesto ad un professionista del settore.

Come noto, con specifico riferimento alla modalità di trasporto ferroviaria, l’Autorità, in particolare provvede a:

- 1) *“garantire, secondo metodologie che incentivino la concorrenza, l'efficienza produttiva delle gestioni e il contenimento dei costi per gli utenti, le imprese e i consumatori, condizioni di accesso eque e non discriminatorie alle infrastrutture ferroviarie (...), nonché in relazione alla mobilità dei passeggeri e delle merci in ambito nazionale, locale e urbano anche collegata a stazioni, aeroporti e porti”* (articolo 37, comma 2, lettera b) del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214);
- 2) definire, se ritenuto necessario in relazione alle condizioni di concorrenza effettivamente esistenti nei singoli mercati dei servizi dei trasporti nazionali e locali, i criteri per la fissazione da parte dei soggetti competenti delle tariffe, dei canoni, dei pedaggi, tenendo conto dell'esigenza di assicurare l'equilibrio economico delle imprese regolate, l'efficienza produttiva delle gestioni e il contenimento dei costi per gli utenti, le imprese, i consumatori (articolo 37, comma 2, lettera b) del d.l. 201/2011);
- 3) stabilire le condizioni minime di qualità dei servizi di trasporto nazionale e locali connotati da oneri di servizio pubblico (articolo 37, comma 2, lettera d) del d.l. 201/2011);
- 4) definire il contenuto minimo degli specifici diritti, anche di natura risarcitoria, che gli utenti possono esigere nei confronti dei gestori dei servizi (articolo 37, comma 2, lettera e) del d.l. 201/2011);

In base al decreto legislativo 17 aprile 2014, n. 70, inoltre, è responsabile dell’accertamento delle violazioni delle disposizioni del regolamento (CE) n. 1371/2007 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2007, relativo ai diritti e agli obblighi dei passeggeri nel trasporto ferroviario, e dell’irrogazione delle sanzioni previste dal citato decreto legislativo.

Pertanto, il quadro normativo rilevante comprende, oltre alla norma istitutiva dell’Autorità (d.l. 201/2011) ed all’eventuale regolazione applicabile adottata nell’esercizio dei poteri conferiti dalla stessa, le disposizioni del regolamento (CE) n. 1371/2007.

II. Osservazioni dell’Autorità

1. Atti di regolazione

Con specifico riguardo al mercato dell’Alta velocità, si ritiene utile richiamare la delibera n. 54/2016 dell’11 maggio 2016, con la quale l’Autorità, nell’esercizio dei poteri di cui articolo 37, comma 2, lettera e) del d.l. 201/2011, ha adottato il provvedimento recante misure concernenti il contenuto minimo degli specifici diritti

che i passeggeri in possesso di abbonamenti, come ivi definiti, possono esigere nei confronti dei gestori dei servizi ferroviari ad Alta Velocità.

In particolare, appare d'interesse quanto previsto dall'articolo 2 (Diritto all'informazione), comma 3, dell'allegato A) alla citata delibera, ai sensi del quale tra le informazioni relative all'offerta commerciale di abbonamenti sono necessariamente ricomprese quelle relative al *“numero di posti che, per ciascuna tratta, per ciascun treno e per senso di marcia, ove previsti, sono oggetto dell'offerta commerciale”*.

Inoltre, benché non applicabile al segmento dell'Alta Velocità, oggetto della fattispecie, si ritiene possano costituire un *benchmark* di settore, soprattutto se utile per la parametrizzazione di servizi *premium*, anche:

- l'atto di regolazione approvato dall'Autorità con la delibera n. 16/2018 dell'8 febbraio 2018, recante le *“Condizioni minime di qualità dei servizi di trasporto passeggeri per ferrovia, nazionali e locali, connotati da oneri di servizio pubblico, ai sensi dell'articolo 37, comma 2, lettera d), del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214”*, in particolare la Misura 8 (*“Indicatori e livelli minimi di informazione all'utenza (prima del viaggio)”*);
- l'atto di regolazione approvato dall'Autorità con la delibera n. 106/2018 del 25 ottobre 2018, recante *“Misure concernenti il contenuto minimo degli specifici diritti che gli utenti dei servizi di trasporto per ferrovia connotati da oneri di servizio pubblico possono esigere nei confronti dei gestori dei servizi e delle infrastrutture ferroviarie”*, con particolare riguardo alla Misura 3 (*“Diritto all'informazione”*), alla Misura 4 (*“Modalità con cui sono rese le informazioni”*) e alla Misura 8 (*“Modalità di richiesta ed erogazione di rimborsi e indennizzi”*).

2. I diritti conferiti ai passeggeri dal regolamento (CE) n. 1371/2007

Il regolamento (CE) n. 1371/2007 si applica a tutti i viaggi e servizi ferroviari in tutta la Comunità forniti da una o più imprese ferroviarie titolari di licenza e stabilisce regole che disciplinano, tra l'altro, le informazioni che devono essere fornite dalle imprese ferroviarie, la conclusione di contratti di trasporto, l'emissione di biglietti e l'attuazione di un sistema telematico di informazioni e prenotazioni per il trasporto ferroviario.

In particolare, si evidenzia che il considerando n. 4 prevede che: *“[t]ra i diritti degli utenti dei servizi ferroviari rientra la disponibilità di informazioni sul servizio di trasporto prima e durante il viaggio. Ove possibile, le imprese ferroviarie e i venditori di biglietti dovrebbero fornire tali informazioni in anticipo e quanto prima possibile”*. Conseguentemente, l'articolo 8 (*“Informazioni di viaggio”*) dispone che *“le imprese ferroviarie e i venditori di biglietti che offrono contratti di trasporto per conto di una o più imprese ferroviarie forniscono al passeggero, su richiesta, almeno le informazioni di cui all'allegato II, parte I, in relazione ai viaggi per i quali l'impresa ferroviaria in questione offre un contratto di trasporto”*. Il citato allegato II – parte I (*“Informazioni prima del viaggio”*) prevede poi nel dettaglio, tra l'altro, che siano resi noti le *“Condizioni generali applicabili al contratto”* nonché gli *“Orari e condizioni per la tariffa più bassa”*.

Nello specifico, in relazione alle condotte descritte dall'AGCM sub i) e ii) vengono in rilievo tutti quei diritti il cui esercizio mira a consentire al passeggero di effettuare le migliori scelte per il proprio viaggio, garantendo allo stesso di ottenere le informazioni rilevanti in maniera immediata e facilmente accessibile, tenuto conto anche della condizione di asimmetria informativa del consumatore, in tema di conoscenza di prezzi e delle condizioni di utilizzo dei titoli di viaggio.

Pertanto, dovrebbe tra l'altro essere sempre consentito al passeggero, anche tramite il sito *web* e gli altri sistemi remoti di bigliettazione, di ricercare e reperire titoli di viaggio, anche sulla base dei parametri relativi alle condizioni per la tariffa più bassa.

La condotta oggetto di censura da parte dell'AGCM sub iii) appare correlata, in particolare al “*negato imbarco*”, tipologia di pratica diffusa e tipizzata ad esempio per il trasporto aereo e per quello su autobus, per i quali è prevista, rispettivamente, dalle seguenti fonti:

- regolamento (CE) n. 261/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 febbraio 2004, che istituisce regole comuni in materia di compensazione ed assistenza ai passeggeri in caso di negato imbarco, di cancellazione del volo o di ritardo prolungato e che abroga il regolamento (CEE) 295/91 (articolo 4);
- regolamento (UE) n. 181/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio 2011, relativo ai diritti dei passeggeri nel trasporto effettuato con autobus e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 (articolo 19, paragrafo 1).

Il regolamento (CE) n. 1371/2007, per contro, non individua il negato imbarco dei passeggeri del trasporto ferroviario quale fattispecie alla quale ricondurre specifici diritti all'informazione, alla riprotezione o al rimborso, e all'assistenza: tali diritti sono riconducibili, piuttosto, alle ipotesi di soppressione del treno.

Al riguardo si osserva che la figura del negato imbarco è nata per tutelare i passeggeri dall'*overbooking* praticato ai danni degli stessi dalle compagnie aeree, anche se, nel caso esaminato di ITALO, si potrebbe meglio fare riferimento all'*overselling*. Nel caso di specie, infatti, l'impresa ferroviaria ha più specificamente, come illustrato dall'AGCM, annullato unilateralmente i titoli di viaggio acquistati in offerta e intimato a stretto termine il pagamento della differenza tra prezzo pieno del viaggio e quello già versato per il biglietto in offerta, pena la perdita del titolo già acquistato accompagnata da una *policy* dilatoria in caso di richiesta di rimborso.

Non sembra al riguardo che ITALO si sia premurato di preavvertire gli acquirenti dei biglietti in promozione, a prescindere dalla liceità o meno di una tale clausola in sé, della sua facoltà di annullare unilateralmente i titoli di viaggio. Si rammenta ivero che il già citato Allegato II del regolamento (CE) n. 1371/2007 sulle “*Informazioni minime che le imprese ferroviarie e/o i venditori di biglietti devono fornire*” prevede l'obbligo di informare, prima del viaggio, i passeggeri sulle “*Condizioni applicabili al contratto di trasporto*”.

In relazione alla pratica si richiamano infine i principi generali in tema di contratti, in relazione all'obbligo di comportamento delle parti secondo buona fede nella fase *ante* e *post* contrattuale, ai sensi degli articoli 1337 e 1375 del codice civile.

Più in generale, infine, si osserva che le condotte di ITALO, così come delineate nel procedimento AGCM, dovrebbero essere valutate anche tenendo conto di alcuni principi generali espressi nella richiamata normativa di settore e riconducibili al considerando n. 3 del regolamento (CE) n. 1371/2007, secondo il quale “[p]oiché il passeggero ferroviario è la parte debole del contratto di trasporto, è necessario che i suoi diritti siano tutelati”.

3. Gli impegni presentati dal professionista

In via preliminare si rammenta, con riguardo al periodo di validità degli impegni, che qualora l'Autorità, avvalendosi delle prerogative attribuite dalla norma istitutiva, introducesse in futuro, relativamente ai medesimi aspetti di cui agli impegni presentati, una regolazione relativa agli “*specifici diritti, anche di natura risarcitoria, che gli utenti posso esigere nei confronti dei gestori dei servizi*”, o altre disposizioni di carattere regolatorio comunque rilevanti, il professionista sarà tenuto al rispetto di tale regolazione.

Quale considerazione valida per la maggior parte degli impegni presentati dal professionista, di cui è necessario tenere conto per la valutazione degli stessi, in via generale si rileva innanzitutto che, come illustrato, le imprese ferroviarie sono tenute, in forza del regolamento (CE) n. 1371/2007, con riguardo alla totalità delle offerte commerciali, a rendere disponibile e di facile individuazione l'informazione relativa ad *"orari e condizioni per la tariffa più bassa"*. Ciò dovrebbe avvenire con modalità che rendano inequivocabile per il passeggero l'individuazione, in ciascun momento, del prezzo più basso e dei relativi orari e condizioni.

Si evidenzia inoltre che nessuno degli impegni presentati dal professionista appare idoneo a superare i profili di scorrettezza evidenziati al punto 24 del provvedimento di avvio, con riguardo all'annullamento unilaterale, da parte del vettore, dei titoli di viaggio regolarmente acquistati e l'apposizione di ostacoli al riaccredito al consumatore del prezzo pagato.

In proposito si osserva che l'Autorità, sia pure nell'ambito della regolazione relativa ai servizi connotati da oneri di servizio pubblico, ha già avuto cura di affermare, con la citata delibera n. 106/2018, i principi per cui (i) le informazioni devono essere rese agli utenti - prima, durante e dopo il viaggio - in forma chiara, completa, aggiornata e di agevole accesso (garantendo l'utilizzo di più canali), avuto particolare riguardo alle esigenze degli utenti con disabilità o a mobilità ridotta; e (ii) le procedure di rimborso devono essere per l'utente semplici e pienamente accessibili.

Per quanto riguarda più specificamente l'analisi di ciascun *"impegno"* presentato, effettuata nel seguito secondo i titoli e nell'ordine proposto da ITALO nel *"Formulario"* dedicato, si rappresenta quanto segue.

Impegno n. 1: Ingrandimento dei caratteri grafici dei *"legal"* relativi alle promozioni.

ITALO si impegna a migliorare la visibilità dei *"legal"* che riportano le condizioni di applicabilità ed i vincoli delle promozioni. Le modifiche verranno apportate sull'intero set di comunicazione utilizzato da ITALO per le proprie campagne pubblicitarie.

Sebbene l'oggetto dell'impegno sia principalmente riconducibile alle disposizioni del Codice del Consumo, che riguardano nello specifico il principio di carattere generale di buona fede, correttezza e lealtà nonché il diritto a ricevere informazioni idonee a consentire scelte consapevoli e rispondenti alle esigenze della clientela, quanto assunto da ITALO nell'impegno in parola pare di poter essere accolto con favore.

Giova altresì evidenziare come, dal punto di vista della tutela dei passeggeri, il miglioramento dei caratteri grafici debba anche mirare a garantire che le esigenze di accessibilità per le persone affette da disabilità siano soddisfatte. In particolare, nel caso in cui i messaggi siano resi disponibili alla clientela tramite portale *web* ovvero per mezzo di *app* telefoniche, queste dovranno possedere le caratteristiche tecniche idonee a consentire a tutti gli utenti una facile lettura e comprensione.

Impegno n. 2: Maggiore esaustività, chiarezza e completezza dei *"legal"* relativi alle promozioni.

In particolare, ITALO si impegna affinché in tutti i mezzi di comunicazione utilizzati appaiano le condizioni di applicabilità ed i vincoli attinenti alle promozioni offerte con un set minimo (solo le informazioni principali) in caso di mezzi di informazione *"sintetici"* (a pagamento) e il rimando alla *hero page* della promozione sul sito *web* www.italotreno.it, ed un set più completo per quanto riguarda i canali informativi analitici e propri (sito ITALO e *direct mailing*). Inoltre verrà riportato con adeguata evidenza grafica il numero di posti complessivi disponibili per ciascuna promozione, che peraltro *"risulterà fisiologicamente superiore al numero totale di biglietti venduti da Italo per la stessa promozione"*.

Si ritiene che l'impegno possa risultare idoneo a garantire ai clienti il corredo informativo richiesto dall'articolo 8, e dall'Allegato II del regolamento (CE) n. 1371/2007, purché, come accennato dallo stesso vettore, i *claim* "sintetici" rimandino ad un testo completo e chiaro nei contenuti.

Con riguardo peraltro all'indicazione del numero di posti complessivi disponibili per ciascuna promozione, che risulterebbe "*fisiologicamente*" superiore al numero totale di biglietti venduti da ITALO, si osserva che la pubblicazione di tale numero potrebbe risultare in concreto fuorviante per l'utente, il quale in tal modo avrà visibilità di un numero di posti disponibili per offerta più elevato rispetto a quelli effettivi. Infatti, per effetto del meccanismo illustrato dallo stesso professionista, è ipotizzabile che tali posti disponibili si riducano molto velocemente, determinando così ulteriori ragioni di reclamo/segnalazione. La pubblicazione del numero di posti disponibili per una determinata offerta commerciale sembra del resto meglio adattarsi alle tratte *point to point* (tipiche del settore aereo) piuttosto che al settore ferroviario, i cui viaggi sono caratterizzati da diverse fermate e quindi da una molteplicità di combinazioni di tratte.

Impegno n. 3: Maggiore esaustività, chiarezza e completezza del processo di acquisto dei Carnet.

ITALO si impegna a rendere più esaustive le informazioni relative al prodotto Carnet, con particolare riguardo ad eventuali restrizioni di disponibilità e condizioni di cambio e rimborso, riportandole all'inizio del processo di acquisto.

L'impegno in parola, che rende più esaustive le informazioni relative al prodotto in esame, offerto alla clientela, con particolare riguardo alle eventuali restrizioni di disponibilità e condizioni di cambio e rimborso, appare in linea con i citati obblighi di carattere informativo preventivo previsti dal regolamento (CE) n. 1371/2007.

La rilevanza assunta dagli obblighi di carattere informativo in favore dei passeggeri è stata peraltro ribadita dall'Autorità con la citata delibera n. 54/2016, la quale, nel declinare i correlati diritti dei passeggeri - sia pure relativamente ai possessori di abbonamenti - stabilisce, tra l'altro, il diritto ad una corretta informativa prima dell'acquisto degli abbonamenti, sia in relazione alle tempistiche di messa in vendita degli stessi e al funzionamento dei sistemi di prenotazione, sia sulle modalità per ottenere un eventuale rimborso (articolo 2).

A maggior tutela del passeggero, tali diritti potrebbero, con i dovuti adattamenti, essere riferiti anche alla vendita di titoli di viaggio della tipologia in esame.

Impegno n. 4: Modifica della struttura delle promozioni con la formula "sconto fino a"

ITALO si impegna a modificare la struttura delle promozioni con la formula "*sconto fino a*" utilizzando invece la formula "*sconto variabile dal (...)% al (...)%*".

Si osserva che l'indicazione della banda di oscillazione della scontistica, eventualmente associata alla specificazione del numero dei posti a cui è riservato lo sconto maggiore, abbinata, nella pertinente videata del *booking flow* descritto al successivo impegno n. 5.2, ad un *flag* che possa indicare al cliente se ha scelto il prezzo più conveniente praticato in promozione, pare in effetti poter quantomeno in parte orientare la scelta del passeggero in modo più informato rispetto alle carenze oggetto di rilievo da parte dell'AGCM. Al riguardo si sottolinea quanto evidenziato dal citato considerando n. 4 del regolamento (CE) 1371/2007, che colloca la disponibilità di informazioni sul servizio di trasporto - da fornirsi "*in anticipo e quanto prima possibile*" - tra i diritti degli utenti di tali servizi, "*parte debole del contratto di trasporto*" (considerando n. 3 del medesimo regolamento).

Impegno n. 5: Indicazione di un'unica tariffa "Low Cost" e maggiore visibilità e chiarezza dell'applicabilità dell'offerta, meglio dettagliata come segue:

Impegno n. 5.1: ITALO si impegna ad adottare un'unica tariffa "Low Cost" a cui applicare le promozioni, "con un unico punto di prezzo", in modo che sia sempre univocamente individuabile il punto di prezzo originario al quale viene applicato lo sconto.

L'impegno ad adottare un unico punto di prezzo dichiarato, purché lo stesso rimanga immutato nel corso della promozione o venga eventualmente modificato in senso più favorevole al cliente, si ritiene rientrare nell'ambito degli obblighi informativi *ante* viaggio di cui al regolamento (CE) n. 1371/2007. Rimane fermo che il professionista dovrà sempre rendere chiare e facilmente accessibili le condizioni contrattuali dell'offerta in parola.

Inoltre, con riguardo alla precisazione di ITALO per cui "il nome commerciale "Low Cost" potrà non corrispondere alla tariffa più bassa di tutte", deve essere nuovamente richiamato l'obbligo, derivante dalla normativa comunitaria, di fornire al passeggero che ne faccia richiesta l'informazione specifica sugli orari e condizioni per la tariffa più bassa, indipendentemente dal nome commerciale utilizzato.

Impegno n. 5.2: Adozione di un nuovo *booking flow*, al fine di consentire al consumatore di individuare e prenotare correttamente la promozione reclamizzata, nonché di essere avvisato dell'eventuale esaurimento dei posti in promozione per le specifiche tratte.

Lo sviluppo del nuovo *booking flow* e di un *warning* all'utente sull'approssimarsi del raggiungimento della soglia di biglietti contingentati - purché l'informazione sia corretta nel merito e non venga utilizzata al mero scopo di accelerare la scelta del passeggero - appare coerente con i dettami di completezza informativa più volte richiamati nel presente parere.

Impegno n. 6: Pubblicazione degli impegni sul sito per un periodo di un mese con *link* sulla *home page*

L'impegno appare idoneo a garantire una corretta e continuativa informazione in favore dei passeggeri seppur nell'ambito di un circoscritto arco temporale.

Il presente Parere è trasmesso all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e pubblicato, successivamente alla conclusione del procedimento dell'AGCM, sul sito *web* istituzionale dell'Autorità.

Torino, 23 maggio 2019

Il Presidente

Andrea Camanzi

(documento firmato digitalmente
ai sensi del D.Lgs 82/2005 s.m.i.)