



Incontro con le Associazioni dei Consumatori e degli Utenti

Le pratiche commerciali scorrette nel settore del Turismo

Roma, 2 luglio 2013

Settore del Turismo: le pratiche commerciali scorrette

➤ PACCHETTI TURISTICI

*cosa è stato fatto
cosa si sta facendo*

➤ CROCIERE

*cosa è stato fatto
cosa si sta facendo*

➤ E-COUPONING

*cosa è stato fatto
cosa si sta facendo*

Le informazioni sui pacchetti turistici alla luce del Codice del Turismo

- I principi del Codice del Consumo nel settore viaggi si coniugano con la normativa di settore di cui al Codice del Turismo (d.lgs. N. 79/2011)
- Gli operatori turistici sono soggetti a specifici e rigorosi obblighi informativi e comportamentali, quali:
 - inserire nei contratto precisi elementi informativi riguardo al viaggio acquistato, al prezzo e alle modalità di revisione, ai mezzi di trasporto, al nome del vettore aereo, termini ecc. (art. 36, CdT)
 - predisporre un opuscolo con informazioni utili ai fini di un acquisto ponderato, ad es. il mezzo e la categoria di trasporto utilizzato, l'acconto da versare e le scadenze, i termini, le modalità e il soggetto per esercitare il recesso...(art.38 CdT)
 - fornire chiare informazioni sulla revisione del prezzo complessivo della crociera per l'incremento del costo del trasporto, carburante o tasse (art. 40 Cod. Turismo) e per la modifica significativa di uno o più elementi del contratto (art. 41.1, CdT)
 - riconoscere il recesso per le revisione del prezzo (incremento superiore al 10%) e per la modifica significativa di uno o più elementi del contratto. Il rimborso va riconosciuto entro sette giorni dal recesso (art. 42, CdT)
- L'esperienza finora maturata ha dimostrato che molti operatori riportano le norme e le informazioni di cui al CdT in maniera incompleta o distorta



Pacchetti Turistici

Pacchetti turistici: cosa è stato fatto

Professionisti: Soggetti che promuovono *on line*, attraverso un sito web, viaggi e attività per il tempo libero o soggetti che operano attraverso una rete distributiva di *agenzie turistiche*

Diffusione  pubblicità (siti internet, opuscoli e cataloghi)
 sistema di prenotazione *on line*

Ambiti di intervento:

- 1) Trasparenza dei prezzi
- 2) Trasparenza delle caratteristiche dell'offerta
- 3) Modalità di offerta dei servizi accessori (pratica dell'opt-out)

(Procedimenti: PS1413, *Sprintours - promozioni pacchetti turistici*; PS853, *Bluevacanze - Pacchetti viaggio*; PS1548, *Columbus-Formula roulette*; PS1657, *Terme Acireale - mancata indicazione Iva*; PS 1442 e IP146, *eDreams*; PS 680 e IP147, *Expedia*; PS513 e IP148, *Opodo*)

Pacchetti turistici: cosa è stato fatto (segue)

1) Ambito di intervento: Trasparenza dei prezzi

- modalità di prospettazione del prezzo del servizio turistico
- omessa indicazione di tutte le **voci di costo e supplementi** conosciuti ex ante (tasse, costi di gestione pratica, credit card surcharge, tessere club, servizi opzionali)
- presunta gratuità

I principi

- il prezzo dei servizi pubblicizzati deve essere indicato in modo chiaro e integrale sin dal primo contatto con il consumatore, in modo da rendere immediatamente percepibile l'esborso finale;
- esso deve includere tutte le voci di costo conoscibili ex ante
- per le altre voci, deve indicarne l'esistenza e dove reperire l'informazione circa il loro ammontare

Pacchetti turistici: cosa è stato fatto (segue)

2) Ambito di intervento: Trasparenza caratteristiche dell'offerta

- Indisponibilità di pacchetti, voli e alberghi pubblicizzati a prezzi vantaggiosi
- Ingannevolezza delle informazioni sulle offerte con **formula roulette**
- **Blocco ingiustificato di somme** per periodi prolungati (sistemi di pagamento)
- Ingannevoli/omesse informazioni sul **professionista** (identità, sede ecc)
- Cambi di compagnie aeree/orari/aeroporti/navi/

I principi

- La diligenza professionale richiede di **pubblicizzare le sole offerte effettivamente disponibili**; in caso di esaurimento dei posti l'offerta promozionale non può essere mantenuta
- Le informative sulle offerte con **formula roulette** devono precisare se l'offerta è o meno collegata alle strutture pubblicizzate nel catalogo
- I consumatori non possono esser privati, per periodi prolungati, della **disponibilità di somme** "congelate" a seguito di transazioni con carte di pagamento non andate a buon fine
- Il professionista deve adottare sistemi adeguati, anche dal punto di vista informatico, affinché i consumatori possano **reperire agevolmente le offerte promozionali** loro prospettate (senza incorrere in ricerche infruttuose)
- Il professionista deve prestare la massima assistenza al consumatore e fornire strumenti di comunicazione dei reclami di facile accesso

Pacchetti turistici: cosa è stato fatto (segue)

3) Ambito di intervento: Modalità di offerta dei servizi accessori

- Servizi opzionali offerti al momento della prenotazione (**assicurazione viaggio**) attraverso un meccanismo di silenzio-assenso (*opt-out*), per effetto del quale il consumatore è obbligato a disattivare la casella preselezionata automaticamente dal sistema, in caso di disinteresse all'acquisto del servizio

Il principio

- L'acquisto dei servizi opzionali deve realizzarsi mediante una scelta pienamente consapevole e volontaria (attiva) da parte del consumatore

Pacchetti turistici: cosa si sta facendo

PROCEDIMENTI IN CORSO

Professionisti: Agenzie di viaggio on line

Ambito di intervento

- Mancata inclusione degli oneri aggiuntivi di natura certa e prevedibile nel prezzo iniziale del servizio offerto

Nel settore molti professionisti continuano a non includere nel prezzo prospettato inizialmente ai consumatori tutti gli oneri prevedibili ex ante, quali le spese di gestione che il professionista sostiene per prestare il servizio

- Credit Card Surcharge

Non viene incluso nel prezzo pubblicizzato il costo afferente all'utilizzo di diversi strumenti di pagamento, quali carte di credito/debito, paypal. I consumatori vengono a conoscenza di tale costo solo al termine dell'iter di prenotazione/acquisto on line

- Opt-out

Offerta di servizi accessori, quali le polizze assicurative facoltative, con un sistema automatico di preselezione del servizio (salvo *opting out* in caso di disinteresse all'acquisto di detta polizza)



Crociere

Crociere: cosa è stato fatto

1) Ambito di intervento: Trasparenza dei prezzi

- Informazioni ingannevoli ed omissive sul prezzo complessivo delle crociere; durante la procedura di acquisto on line vengono sottaciute o si aggiungono successivamente voci di costo non incluse nel prezzo base pubblicizzato (assicurazione, quote d'iscrizione, quote di servizio, aumento del costo della crociera per aumento del carburante, ecc.)

Il principio

- Il prezzo complessivo delle crociere che viene pubblicizzato deve essere immediatamente percepibile dal consumatore, comprensivo dei supplementi conosciuti prima dell'acquisto e con chiari rinvii alle fonti dove acquisire le informazioni mancanti non quantificabili *ex ante*

Crociere: cosa è stato fatto (segue)

2) Ambito di intervento: Informazioni per esercitare i diritti dei consumatori

- Informazioni confuse e contraddittorie sugli eventi che determinano **variazioni del prezzo** concordato e quindi la possibilità di esercitare il diritto di recesso e ricevere il rimborso
- **Errata/parziale citazione del Codice del Turismo** (es. “modifiche di portata considerevole ad uno o più elementi significativi del Contratto”)
- Incertezza sui **tempi e sugli importi rimborsati** e sulle **voci escluse** dal rimborso (polizza assicurativa e costo del biglietto aereo)
- Omissioni informative sul **vettore aereo**/tipo di velivolo, ove incluso nella crociera

I principi

- Le indicazioni circa gli eventi dai quali scaturisce il diritto di recesso e di rimborso per il viaggiatore e i termini e le modalità per esercitarli devono essere facilmente conoscibili
- Chiara indicazione nella procedura di prenotazione delle voci di costo sottratte al rimborso
- Non è corretto selezionare le norme del Codice del Turismo solo per la esclusiva finalità commerciale del professionista (*Cherry picking*)
- La società non può, genericamente, dichiarare nei T&C l'impossibilità di rendere noto in anticipo il nome del vettore per sottrarsi a tale dovere informativo

Crociere: cosa si sta facendo

Diffusione di informazioni commerciali inadeguate sulle offerte delle Crociere, in ordine al prezzo e ai diritti contrattuali

- **Voci di costo aggiuntive** rispetto al prezzo originariamente pubblicizzato
- **Asserita gratuità della crociera per i minori**, quando sono comunque dovute ulteriori somme a titolo di quota servizio, iscrizione, tasse portuali, assicurazione obbligatoria ecc.
- **Disomogeneità e scarsa accessibilità alle informazioni dei diritti contrattuali** riconosciuti ai passeggeri in caso di cancellazione del viaggio
- **Pretesa che le «modifiche significative»** attengano ad un «**un elemento essenziale del contratto**, incluso il prezzo». In realtà l'ordinamento nazionale non prevede alcuna distinzione tra elementi essenziali e non
- **Pratica del cd. Opting out** per la polizza assicurativa facoltativa attraverso un sistema automatico di preselezione del servizio



E-coupons

E-couponing

IN COSA CONSISTE

- Vendita online di tagliandi (coupon) che danno diritto ad ottenere prodotti o servizi offerti da partner commerciali, nazionali e locali, attivi in vari settori merceologici, a prezzi estremamente vantaggiosi
- I viaggi ed il turismo in generale rappresentano la parte rilevante dei servizi
- Vendite “a tempo” che presuppongono la registrazione del consumatore al sito internet dell’operatore di e-couponing, l’accettazione delle condizioni generali da questi previste ed un numero minimo di adesioni
- Fenomeno commerciale in forte espansione che presenta indubbi profili pro-concorrenziali
- Cautele sul piano della tutela dei consumatori

E-couponing-Viaggi: cosa è stato fatto

Procedimento PS/6903 Groupalia

1) Ambito di intervento: Completezza e trasparenza delle informazioni sull'offerta

- effettiva disponibilità del servizio alle condizioni pubblicizzate
- prezzo di riferimento
- sconto pubblicizzato
- omessa indicazione dati identificativi del partner commerciale

E-couponing-Viaggi : cosa è stato fatto (segue)

2) Ambito di intervento: Mancata corrispondenza tra coupon e servizio reso dai partner

- omessa indicazione dei limiti di fruizione del coupon
- mancata/inadeguata prestazione
- overbooking

3) Ambito di intervento: Assistenza post-vendita

- blocco ingiustificato di somme in caso di operazioni non andate a buon fine
- mancato rimborso e rimborso delle somme versate mediante conversione dei coupon non fruiti in buoni frazionati per acquisti ulteriori
- informazioni inadeguate circa il riparto di responsabilità tra GA ed i partner commerciali

E-couponing-Viaggi : cosa è stato fatto (segue)

Nel corso del procedimento PS/6903 sono state sentite in **audizione le Associazioni dei consumatori** (31 luglio 2012)

Il procedimento si è concluso con **accettazione degli impegni**

- **prezzi pubblicizzati onnicomprensivi**, calcolati sulla base di prezzi di riferimento verificabili ed esistenti
- **condizioni dell'offerta** indicate in maniera più chiara e completa
- **controlli** più stringenti dei partner (mystery call/mystery shopping)
- **black list** dei partner inaffidabili
- previsione puntuale dei diritti dei consumatori: **Carta dei Servizi**
- tempi certi e determinati per i **rimborsi**
- **rimborsi cash** e «**Borsellino virtuale**»
- **servizio assistenza** clienti più efficace, anche attraverso formazione specifica

E-couponing-Viaggi : cosa si sta facendo

- Valutando l'ottemperanza agli impegni accolti
- Valutando le segnalazioni pervenute con riguardo ad altri operatori del settore



Grazie

ermelinda.ciaralli@agcm.it