

**PS10770 - EXPEDIA-SERVIZI TURISTICI ON LINE**

*Allegato al provvedimento n. 27911*

VERSIONE CONSOLIDATA DEGLI IMPEGNI PROPOSTI DA EXPEDIA, INC., EXPEDIA.COM LTD E EXPEDIA ITALY S.R.L. A FRONTE DELL'INTEGRAZIONE EX ART. 9, CO. 1, DELIBERA AGCM 1° APRILE 2015, N. 25411

1) NUMERO DEL PROCEDIMENTO, DATA DI RICEZIONE DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO DA PARTE DEL PROFESSIONISTA

I presenti impegni si riferiscono al procedimento n. PS10770 (“**Procedimento**”). La comunicazione di avvio del Procedimento del 20 novembre 2018 (“**Comunicazione di Avvio**”) è pervenuta al Professionista (come identificato nella Sezione 2) in data 28 novembre 2018.

2) PROFESSIONISTA CHE PRESENTA GLI IMPEGNI

*Ragione o denominazione sociale dell'impresa (cognome e nome nel caso di persona fisica):*

A) Expedia, Inc. (“**Expedia**”)

*Sede legale:*

*Città:* 711 Capitol Way S, Ste 204 Olympia, WA 98501 (USA)

B) Expedia.com Ltd (“**Expedia.com**”)

*Sede legale:*

*Città:* Angel Building, 407 St. John Street, Londra EC1V 4EX (Regno Unito)

C) Expedia Italy S.r.l. (“**Expedia Italy**”)

*Sede legale:*

*Città:* Via Carlo Ottavio Cornaggia, n. 10, 20123 Milano (Italia)

Le società Expedia, Expedia.com e Expedia Italy sono congiuntamente definite, ai fini della presente proposta di impegni, come il “**Professionista**”, le “**Società**” o, semplicemente, “**Expedia**”.

3) PUBBLICITÀ O PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO

Con la Comunicazione di Avvio, l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“**AGCM**” o “**Autorità**”) ha avviato il Procedimento nei confronti delle Società al fine di verificare l’eventuale violazione – da parte del Professionista – di alcune disposizioni del Codice del Consumo.

In particolare, con la suddetta Comunicazione di Avvio, l’AGCM ha sollevato, nei confronti del Professionista, le seguenti criticità con riferimento al sito Internet [www.expedia.it](http://www.expedia.it) (“**Sito**”):

N. Area di criticità	Paragrafo/i di riferimento nella Comunicazione di Avvio	Contenuto della criticità evidenziate dall'AGCM nella Comunicazione di Avvio del Procedimento
1 Modalità di presentazione del prezzo mostrato	6-7; 20	Expedia avrebbe fornito informazioni incomplete ed ingannevoli, in violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, per aver omesso di includere nel prezzo mostrato tutte le componenti addebitate dalla Struttura.
2 Ordinamento dei Risultati della Ricerca basati sul prezzo	7; 21	L'ordinamento dei Risultati della Ricerca sulla base del prezzo, che non terrebbe conto di alcuni elementi aggiuntivi (e.g. i costi di soggiorno), violerebbe gli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo in quanto fornirebbe informazioni ingannevoli tali da non consentire al consumatore di confrontare il prezzo totale da pagare alle singole Strutture.
3 Criteri di ordinamento basati su elementi diversi dal prezzo	8-9; 22	I criteri di ordinamento dei Risultati della Ricerca (ad es., il filtro " <i>Strutture consigliate</i> ") non sembrerebbero essere trasparenti né imparziali. Si contesta al Professionista di non offrire una tempestiva e adeguata informativa circa i criteri impiegati (ad es., la commissione pagata dalla Struttura) che influenzano i Risultati della Ricerca. Simile condotta sarebbe in violazione dell'art. 22 del Codice del Consumo nella misura in cui sarebbe idonea ad alterare la capacità decisionale del consumatore medio.
4 Indicazioni di convenienza (il cd. prezzo barrato)	10; 23	Le modalità di prospettazione degli sconti praticati dal Professionista sembrerebbero ingannevoli nella misura in cui essi non sembrano correlati a date specifiche o a determinate tipologie di stanza cercate dal consumatore. L'Autorità ha contestato una possibile violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo.

5	<b>Claim di scarsità</b>	11; 24	I messaggi riguardanti la scarsità di alloggi (e cioè, il messaggio “ <i>ne abbiamo solo 1/ ne abbiamo ancora x</i> ”) violerebbero l’art. 23, lett. g), del Codice del Consumo nella misura in cui questi non sembrerebbero essere connessi a specifiche date e tipologia di camere corrispondenti alle richieste dei consumatori.
6	<b>Procedura di pre-autorizzazione</b>	12-14; 25	Le informazioni fornite dal Professionista in relazione ai costi di prenotazione e alle modalità di pagamento non sembrerebbero idonee ad informare i consumatori circa la possibilità che, in caso di scelta dell’opzione “ <i>Paga ora online / Paga durante il soggiorno</i> ”, la Struttura potrebbe bloccare temporaneamente una somma sulla carta di credito del consumatore. Simile condotta ammonterebbe ad una violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo.
7	<b>Ostacolo all’esercizio dei diritti dei consumatori</b>	15-18; 26	Il Professionista sembrerebbe aver ostacolato i consumatori nell’esercizio dei propri diritti, (i) rendendo difficoltoso reperire sul Sito le informazioni necessarie per inviare un reclamo ed (ii) individuare il soggetto responsabile nella suddetta gestione reclami, e dall’altro (iii) non fornendo adeguata assistenza nella fase post-vendita. Questa pratica configurerebbe una violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo.

4) **CONTENUTO TESTUALE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI E EVENTUALE PERIODO DI VALIDITÀ IN RELAZIONE AI SINGOLI PROFILI OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO**

4.1. **PREMESSA**

Prima di illustrare nel dettaglio il *set* di impegni che il Professionista intende sottoporre all’attenzione dell’AGCM, si ribadisce che il Professionista ritiene di non aver dato luogo alle pratiche contestate nella Comunicazione di Avvio del Procedimento, connesse ai servizi forniti dal Professionista per mezzo del Sito. Pertanto, la presentazione degli impegni non implica in alcun modo acquiescenza nei confronti delle ipotesi di violazione configurate nella Comunicazione di Avvio e non pregiudica in alcun modo il diritto del Professionista di difendersi nel caso in cui i suddetti impegni vengano rigettati.

Come già esposto nella risposta alla richiesta di informazioni del 25 gennaio 2019 (“**Risposta alla RFI**”), il Sito è gestito da

Tanto premesso, va aggiunto che Expedia fornisce (ed ha sempre fornito) al consumatore tutte le informazioni necessarie e sufficienti ai fini dell'assunzione consapevole di una decisione di natura commerciale durante la prenotazione sul Sito di un alloggio presso una Struttura, nonché l'idoneo supporto e l'assistenza post-vendita necessaria a fronteggiare qualsiasi obbligo gravante su un professionista che, per il ruolo assunto (svolgendo, cioè, attività di intermediazione nell'offerta di servizi turistici finali), agevola la conclusione di contratti negoziati a distanza. Più nel dettaglio, si rileva che:

- (i) il Prezzo Totale che va corrisposto alla Struttura prenotata è facilmente rintracciabile dal consumatore medio all'interno della pagina dei Risultati della Ricerca: difatti, in questa sezione, il consumatore ha la possibilità di vedere sia il prezzo da pagare per la stanza sia i Costi Inevitabili (ad es., i costi di pulizia e le tasse di soggiorno);
- (ii) in relazione ai fattori che vengono presi in considerazione al momento dell'ordinamento delle Strutture mediante il *ranking* di *default* ("*Strutture Consigliate*"), Expedia ha sempre fornito informazioni chiare, esaustive e precise attraverso il link "*Scopri come scegliamo le nostre strutture consigliate*", accessibile nella pagina dei Risultati della Ricerca (cfr. Risposta alla RFI, p. 3);
- (iii) le informazioni relative al prezzo cd. "barrato" – sia esso quello calcolato sul periodo di 30 giorni<sup>1</sup> e sia esso relativo alla Tariffa Standard Barrata – sono chiare e trasparenti già al momento del lancio della ricerca di una Tipologia di Camera per un definito periodo di soggiorno. Per giunta, un idoneo e completo contenuto informativo è messo a disposizione dei consumatori sulla pagina dei Risultati della Ricerca, in cui sono presenti informazioni relative ai prezzi barrati;
- (iv) in relazione ai messaggi di scarsità contestati nella Comunicazione di Avvio (*i.e.* "*ne abbiamo solo 1 / ne abbiamo ancora x*"), Expedia fornisce chiare informazioni circa il numero delle stanze disponibili (cfr. Risposta alla RFI, p. 7). Più nel dettaglio, con detto *claim* si informa il consumatore che, con riferimento alle Date di Soggiorno inserite, il Gruppo Expedia ha a disposizione un determinato numero di stanze al prezzo mostrato. Nella fase di selezione dei Risultati della Ricerca, Expedia non conosce la particolare Tipologia di Camera cui è interessato il consumatore, considerando che la "Tipologia di Camera" non costituisce un Criterio di Ricerca che un consumatore può inserire quando lancia una ricerca sul Sito. Nella pagina dove sono presenti i dettagli della Struttura, e dove appare il messaggio "*ne abbiamo solo 1 / ne abbiamo ancora x*", quest'ultimo si riferisce alle Date di Soggiorno indicate dal consumatore, alle tariffe scelte e alla specifica Tipologia di Camera;
- (v) i consumatori sono pienamente informati circa i termini e le condizioni contrattuali (si v. l'articolo 2.4 delle "*Condizioni generali di contratto per la prenotazione di servizi di viaggio*") che si vengono ad instaurare: in altri termini, quando un consumatore fornisce ad Expedia (o ad una Struttura) i contatti della carta di credito, si avvia una procedura diretta a verificare (a) la validità della carta (mediante la pre-autorizzazione di un contenuto ammontare di danaro) e (b) la disponibilità monetaria presente sulla carta di credito del consumatore (che sarà confermata dalla banca emittente la carta di credito) (cfr. Risposta alla RFI, pp. 7-8);

<sup>1</sup> Vale a dire, il messaggio con cui Expedia informa i consumatori che "*Il prezzo utilizzato per il confronto è la terza tariffa più alta alla quale questa tipologia di camera dell'hotel è disponibile sul nostro sito in un periodo di 30 giorni intorno alla data di arrivo selezionata (con le stesse condizioni di cancellazione e durata del soggiorno)*".

- (vi) Expedia fornisce informazioni puntali, chiare e trasparenti in merito alle modalità per proporre reclamo. Sul Sito è, di fatti, presente un menù “Supporto”, all’interno del quale è possibile accedere all’area “Supporto clienti”<sup>2</sup>. Tale link è presente sia sulla homepage del Sito che sulla pagina dei Risultati della Ricerca.

Alla luce di quanto esposto, il Professionista ritiene di non aver violato alcuna disposizione in tema di pratiche commerciali scorrette (sia ingannevoli che aggressive) di cui al Codice del Consumo.

\* \* \*

Ciò premesso, in uno spirito di ampia e fattiva collaborazione con l’AGCM, le Società intendono proporre all’Autorità i seguenti impegni, ai sensi di quanto stabilito dall’art 27, co. 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 della Delibera AGCM del 1° aprile 2015, n. 25411<sup>3</sup>, in relazione alle possibili criticità individuate nella Comunicazione di Avvio e consentire una pronta definizione del Procedimento senza accertamento di infrazione nei confronti del Professionista.

Per le ragioni individuate nella Sezione 5, Expedia ritiene che gli impegni proposti eliminino adeguatamente le preoccupazioni dell’Autorità e, in ragione di ciò, siano idonei a giustificare l’archiviazione del caso senza l’accertamento della presunta infrazione nei confronti del Professionista.

#### 4.2. IL CONTENUTO DEGLI IMPEGNI PROPOSTI DA EXPEDIA

##### 4.2.1. IMPEGNO RELATIVO ALLE MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DEL PREZZO TOTALE E ALL’ORDINAMENTO DEI RISULTATI DELLA RICERCA INFLUENZATI DAL PREZZO TOTALE (CD. RANKING DI “PREZZO”)

Premesso che il Professionista, nella fase di presentazione e/o di promozione delle offerte, non ha mai relegato alla fase finale del processo di prenotazione un’informativa completa circa il Prezzo Totale da corrispondere alla Struttura e una dettagliata esposizione di tutte le componenti di costo ulteriori (cioè, i Costi Inevitabili), il Professionista si impegna tuttavia a rendere ancora più chiare e trasparenti le modalità di comunicazione dei Costi Inevitabili intesi quali componenti di costo facenti parte del Prezzo Totale così da consentire ai consumatori, già nella fase di esame dei Risultati della Ricerca, una ancor più immediata percezione delle informazioni relative all’offerta che stanno visualizzando.

A tal fine, il Professionista si impegna a:

- (i) mostrare il Prezzo Totale tutte le volte in cui va mostrato il prezzo dell’alloggio;
- (ii) laddove gli elementi del Prezzo Totale siano calcolabili in valuta straniera:
- calcolare il totale approssimativo e ad includerlo nel Prezzo Totale mostrato in euro; e
  - prima che il consumatore abbia completato la prenotazione, a spiegare (attraverso un link, l’Hovertext, un pop-up o un messaggio di testo chiaro e trasparente) che il Prezzo Totale è mostrato in euro, è basato sul cambio attuale e ogni ammontare da pagare presso la Struttura dovrà essere corrisposta nella valuta locale (v. **BOX 1 – Proposta di messaggio sul cambio di valuta**)

<sup>2</sup> Si veda il portale “Assistenza clienti” (<https://www.expedia.it/service/>) in cui sono presenti, oltre al modulo *online* “Contattaci” (per giunta, alternativo ai numeri di telefono), anche numerose informazioni relative ai reclami.

<sup>3</sup> “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, clausole vessatorie”.

**BOX 1**

**Proposta di messaggio sul cambio di valuta**

*Le tariffe sono espresse in Euro. Tutte le tasse e le commissioni riscosse dalla struttura si basano sui tassi di cambio correnti e andranno pagate nella valuta locale.*

- (iii) mostrare il Prezzo Totale anche nel caso in cui si proceda ad una scomposizione del Prezzo Totale. La presentazione del Prezzo Totale sarà fatta in modo chiaro e trasparente e sarà graficamente posizionata vicino agli elementi “scomposti” del Prezzo Totale; e
- (iv) ordinare i Risultati della Ricerca secondo il Prezzo Totale, laddove il consumatore abbia selezionato, quale filtro della ricerca, l’ordinamento per “prezzo” (in tutto e in parte).

**4.2.2. IMPEGNO RELATIVO ALLA SPIEGAZIONE DEI FATTORI CHE POSSONO INCIDERE SULL’ORDINAMENTO DEI RISULTATI DELLA RICERCA**

In un’ottica di rafforzamento dei presidi posti a tutela dei consumatori in tema di corretta, trasparente ed esaustiva informativa, il Professionista ritiene opportuno rafforzare il contenuto informativo relativo ai fattori (monetari e non) che incidono sul *ranking* di default delle Strutture selezionate all’esito della ricerca lanciata dal consumatore.

A tal fine, e con l’obiettivo di accrescere ulteriormente la consapevolezza del consumatore in ordine al ruolo assunto dalla commissione pagata dalla Struttura nel posizionamento della stessa, nel caso in cui la commissione pagata o ricevuta da Expedia incida sul posizionamento di una Struttura tra i Risultati della Ricerca, il Professionista si impegna ad includere una spiegazione circa il fatto che la commissione pagata può incidere sul posizionamento della Struttura.

Detta spiegazione sarà inserita con un Testo Statico, avente un contenuto chiaro e trasparente, inserito sulla stessa pagina / schermata dei Risultati della Ricerca.

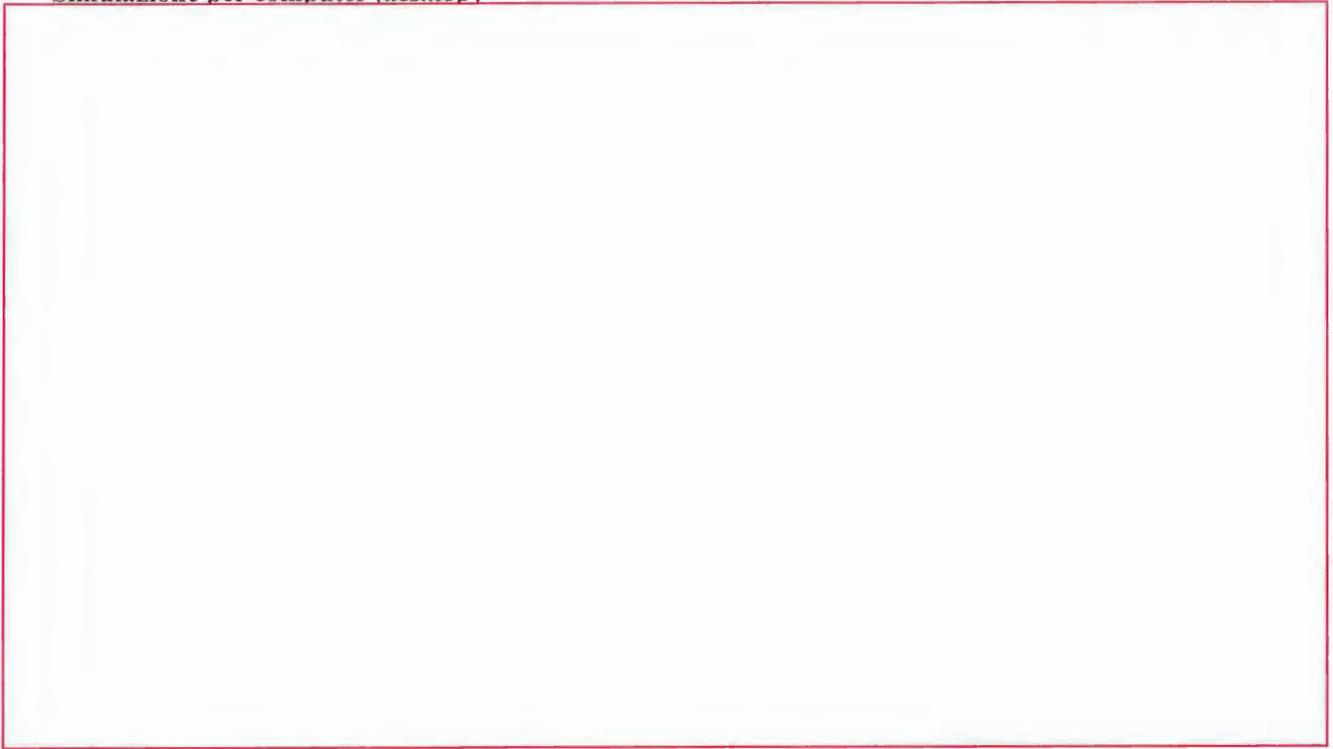
Più nel dettaglio, Expedia si impegna a mostrare il seguente messaggio (“**Messaggio sul Compenso**”) sulla pagina dei Risultati della Ricerca (nella parte alta della pagina / schermata dei Risultati della Ricerca):

**BOX 2**

*“Il compenso che ci viene pagato influenza il posizionamento delle strutture (i)”.*

Le simulazioni che seguono, elaborate per ciascun dispositivo utilizzato (computer, dispositivi *mobile* e app), illustrano come apparirà, sulla pagina dei Risultati della Ricerca, il Messaggio sul Compenso, una volta che quest’ultimo sarà implementato.

Simulazione per computer (desktop)



Simulazione per cellulare (mobile web)



Simulazione per App (mobile App)



Il “pulsante informazioni” (i), posto alla fine del Messaggio sul Compenso, consentirà un collegamento ad una pagina web in cui verranno forniti al consumatore finale ulteriori dettagli informativi, presentati con un linguaggio chiaro, circa il modo in cui Expedia seleziona le Strutture che appaiono visualizzate nella lista dei risultati.

Il testo contenuto in questa pagina (nella sua versione modificata) andrà a spiegare in che modo il compenso pagato ad Expedia influisce sul posizionamento delle Strutture nel *ranking di default* (come di seguito illustrato nel Box 3).

Come emerge dalla lettura del testo che segue (nel Box 3), quest’ultimo amplia sostanzialmente la spiegazione fornita dal Professionista al consumatore in merito a come i compensi ricevuti da Expedia possono influire sull’ordinamento dei Risultati della Ricerca.

**BOX 3**

*L'ordine predefinito dei Risultati della Ricerca mostra le strutture più rilevanti in base ai criteri di ricerca inseriti, per aiutarti a trovare velocemente l'offerta più adatta a te.*

*Il grado di attinenza viene stabilito prendendo in considerazione fattori come: la posizione della struttura, le recensioni degli ospiti, la popolarità della struttura (determinata, a sua volta, dal numero di viaggiatori che prenotano quella struttura dal nostro sito), la qualità dei contenuti forniti dalla struttura e la competitività delle sue tariffe e del suo inventario. Sulla base di questi fattori viene stilato un elenco di strutture corrispondenti ai criteri di ricerca impostati.*

*Inoltre, i compensi che vengono pagati quando si prenota una struttura rappresentano un fattore che viene preso in considerazione quando si determina l'ordinamento delle strutture che presentano offerte simili. Nel caso in cui mostriamo strutture aventi standard simili, la struttura che si trova più in alto nell'elenco dei risultati della ricerca riflette la circostanza per cui abbiamo ricevuto un compenso più alto per la prenotazione effettuata rispetto ad altre strutture con standard analoghi, dove abbiamo ricevuto un compenso minore per la prenotazione. Se la prenotazione è una prenotazione "Paga ora online" (vale a dire, quando il cliente ci paga al momento della prenotazione) o se è una prenotazione "Paga durante il soggiorno" (e cioè, quando il cliente paga per la prenotazione effettuata quando soggiornano in struttura), riceveremo un compenso per la prenotazione effettuata una volta che questa viene completata e non successivamente cancellata entro il periodo di cancellazione consentito. Il compenso che ci viene pagato rappresenta il riconoscimento del ruolo che svolgiamo nell'ordinare le strutture sul nostro sito, agevolando la prenotazione e il tuo soggiorno presso la struttura.*

*Gli ordini non predefiniti (inclusi quelli per valutazione dei clienti, offerte migliori, affitti per le vacanze, offerte per i soci, prezzo, classificazione della struttura (cioè la classificazione per stelle)) consentono di visualizzare le strutture con risultati simili, sulla base dei fattori sopra indicati.*

Il Professionista considera le misure proposte adeguate e sufficienti per rispondere alle perplessità sollevate dall'Autorità.

#### **4.2.3. IMPEGNO A FORNIRE MAGGIORI INFORMAZIONI RELATIVAMENTE AL CD. PREZZO "BARRATO"**

Il Professionista intende accrescere ulteriormente la consapevolezza del consumatore in merito alla convenienza delle proprie offerte commerciali, in particolare quelle relative ad alloggi con prezzo "barrato", offrendo un grado di chiarezza, trasparenza ed esaustività ulteriore nella presentazione dei relativi messaggi sul Sito (come descritto *infra*).

In primo luogo, va precisato che Expedia dispone di due tipologie di prezzi "barrati" che vengono mostrati al pubblico:

1. il **prezzo "barrato" calcolato sul periodo di 30 giorni**<sup>4</sup>: si tratta della terza tariffa (*i.e.* prezzo) più alta per la camera più economica della Struttura (in relazione alla medesima durata del soggiorno e alla politica di cancellazione) che i consumatori hanno trovato sul Sito in una finestra di 30 giorni intorno alla data di check-in selezionata; e
2. la **Tariffa Standard Barrata**: si tratta del prezzo standard per una camera caricata sul sistema di Expedia dalla Struttura.

Con riguardo alla prima tipologia di prezzo "barrato", e tenendo conto delle criticità sollevate dall'Autorità nella Comunicazione di Avvio del Procedimento, Expedia si impegna a rimuovere dal Sito il prezzo "barrato" calcolato sul periodo di 30 giorni e a non mostrare più il messaggio (*pop-up*) relativo alla somma ridotta, calcolata sul periodo di 30 giorni.

Per quanto concerne le criticità sollevate dall'AGCM con riferimento alle Tariffe Standard Barrate, e pur spettando alla Struttura garantire che la Tariffa Standard (che costituisce la base per lo sconto offerto dalla Struttura ai consumatori tramite il Sito) corrisponda effettivamente alla tariffa generalmente applicabile ai consumatori, il Professionista si impegna a:

<sup>4</sup> Si v. nota 1.

- (i) in relazione alla schermata del Sito visibile dal computer, precisare il messaggio contenuto nell'Hovertext, che appare passando il cursore sulla Tariffa Standard Barrata, nel seguente modo: *“Questo prezzo è basato sulla tariffa generalmente applicabile fornita dalla struttura per questa camera e per queste date”*; e
- (ii) in relazione alle schermate del Sito che si aprono con il cellulare e alle schermate visibili tramite App (ricordando che, per motivi tecnici, non è possibile aggiungere un Hovertext nelle versioni poc'anzi citate), inserire, in prossimità della Tariffa Standard Barrata, un link che spieghi cosa sia la Tariffa Standard Barrata nel seguente modo: *“Questo prezzo è basato sulla tariffa generalmente applicabile fornita dalla struttura per questa camera e per queste date”*.

Il Professionista si impegna, inoltre, ad equipaggiare i Fornitori di Alloggi di una guida avente lo scopo di assistere questi ultimi nella procedura diretta ad assicurare che la tariffa standard fornita ad Expedia sia il prezzo effettivo da corrispondere alla Struttura e che esso corrisponda ai Criteri di Ricerca inseriti dal consumatore.

Expedia si impegna, poi, a predisporre dei meccanismi che consentano al Professionista di verificare la genuinità della Tariffa Standard Barrata rispetto alla quale lo sconto è calcolato. Il Professionista è deciso ad introdurre la seguente procedura:

- (i) Expedia effettuerà un audit bimestrale sulle Strutture selezionate che hanno fornito ad Expedia una Tariffa Standard e uno sconto nel trimestre precedente l'audit; e
- (ii) laddove l'audit svolto da Expedia faccia emergere che la Struttura abbia fornito una Tariffa Standard che non è qualificabile realmente come tale (ad esempio, se un numero significativo di prenotazioni non è fatto al prezzo pari o superiore a quello indicato come Tariffa Standard per il periodo di riferimento), Expedia contatterà la Struttura, farà riferimento alle indicazioni fornite da Expedia (si veda sopra) e ricorderà alla Struttura la sussistenza dell'obbligo di fornire una Tariffa Standard genuina.

Expedia informerà inoltre la Struttura che, nel caso in cui quest'ultima, nel futuro, non si attenga alle indicazioni fornite, Expedia non visualizzerà più le Tariffe Standard Barrate di questa Struttura, in quanto considerate non genuine, e ciò fino a quando il problema non sarà stato risolto in modo efficace dalla Struttura; e

- (iii) qualora una Struttura continui a fornire Tariffe Standard non genuine, Expedia interromperà la visualizzazione le Tariffe Standard Barrate di questa Struttura, fino a quando il problema non sarà stato risolto efficacemente dalla Struttura.

#### **4.2.4. IMPEGNO A CHIARIRE IL CLAIM DI SCARSITÀ AL FINE DI PRECISARE CHE ESSO SI RIFERISCE ALLA DISPONIBILITÀ DELL'ALLOGGIO SUI SITI INTERNET DI EXPEDIA**

Dall'esame delle censure mosse con la Comunicazione di Avvio emerge chiaramente che le criticità sollevate da codesta Autorità con riferimento ai messaggi di disponibilità sono limitate ai messaggi che appaiono sulla pagina dei Risultati della Ricerca del Sito.

Al fine di illustrare al meglio le misure alla cui implementazione il Professionista intende impegnarsi, appare necessario fornire alcune precisazioni in merito alla struttura del messaggio di disponibilità pubblicato da Expedia nella pagina dei Risultati della Ricerca.

Al momento del lancio della ricerca di un alloggio, il consumatore è tenuto ad inserire tre elementi (i.e. Criteri di Ricerca) necessari per ottenere l'elenco dei risultati, e cioè la destinazione, le Date di Soggiorno e

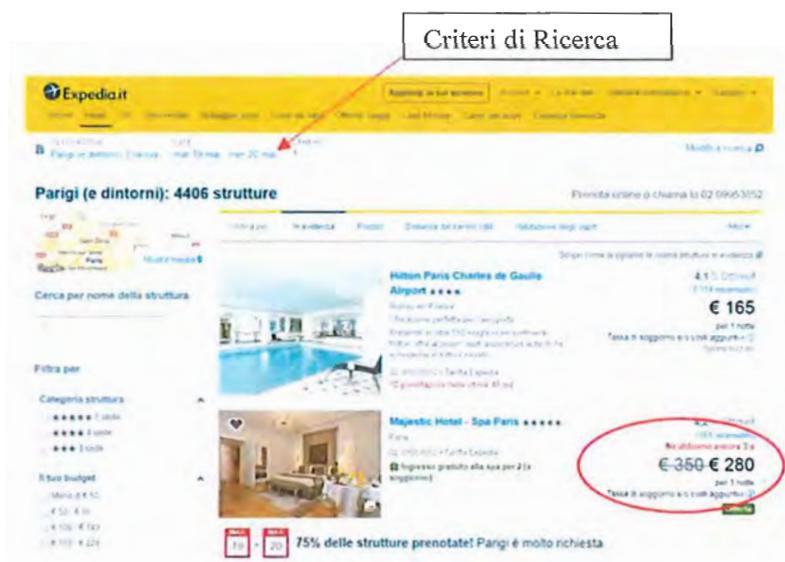
il numero di viaggiatori che occuperanno quell'alloggio (ad es., due persone). **Ciascuno dei Risultati della Ricerca, è evidente, riflette i predetti Criteri di Ricerca.**

Una volta che detta lista dei Risultati della Ricerca viene mostrata, il consumatore è ben consapevole che ciascun risultato rappresenta un'offerta che riflette la destinazione scelta, le Date di Soggiorno e il livello di occupazione inseriti.

Il messaggio di disponibilità che appare sulla pagina dei Risultati della Ricerca (sia nella versione attuale, sia nella versione modificata cui il Professionista – come si vedrà subito in appresso – intende impegnarsi) è l'innegabile risultato di questo approccio. In altri termini, il detto messaggio è strettamente correlato alla destinazione, alle Date di Soggiorno e al livello di occupazione inseriti dal consumatore al momento del lancio della ricerca. Questa è la base dell'elaborazione del messaggio di disponibilità. Il messaggio di disponibilità si riferisce a camere che riflettono i Criteri di Ricerca inseriti dall'utente e che sono disponibili al prezzo visualizzato (è possibile che siano disponibili più stanze che soddisfano i Criteri di Ricerca del consumatore ad un prezzo più alto). Infine, va poi precisato che, per come strutturato, il Sito non associa informazioni sulla Tipologia di Camera in relazione alle offerte della Struttura mostrate sulla pagina dei Risultati della Ricerca.

Lo *screenshot* che segue dimostra come, nella pagina dei Risultati della Ricerca, le Date di Soggiorno e la tariffa per camera sono chiaramente mostrati al consumatore e nessun riferimento è fatto alla Tipologia di Camera.

### Screenshot



Tanto premesso, e fermo restando quanto già precisato nella Risposta alla RFI (cfr. p. 7), va precisato che **il Professionista ritiene di non aver mai diffuso, attraverso il messaggio “ne abbiamo solo 1/ ne abbiamo ancora x”, informazioni non veritiere o, quantomeno, fuorvianti circa l’effettiva disponibilità degli alloggi sul Sito al fine di indurre il consumatore ad assumere, in tempi rapidi ed affrettati, una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso.**

Per giunta, va notato come il messaggio relativo alla disponibilità degli alloggi, presente sul Sito, non si riferisce alle sole Strutture che offrono prezzi “barrati”, cosa che indurrebbe i consumatori ad affrettare la prenotazione.

Al contrario, il messaggio “*ne abbiamo solo 1 / ne abbiamo ancora x*” è finalizzato a dare contezza al consumatore della disponibilità effettiva della camera / alloggio selezionati che il Gruppo Expedia ha di quella determinata camera o alloggio al prezzo indicato.

E ciò appare vieppiù confermato dal fatto per cui il suddetto messaggio non è automaticamente associato a tariffe scontate: in altri termini, la funzione del messaggio è solo quella di informare il consumatore in fase di selezione dell’offerta, senza alcuno scopo di “agganciarlo” con la prospettazione di un’offerta particolarmente conveniente (dal punto di vista economico) cui potrebbe accedere laddove si affrettasse a concluderla.

Ad ogni modo, in un’ottica di piena collaborazione con l’Autorità, il Professionista si impegna a chiarire il messaggio “*ne abbiamo solo 1 / ne abbiamo ancora x*” in relazione alla disponibilità dell’alloggio selezionato sui siti Internet di Expedia.

Più nel dettaglio, Expedia si impegna a modificare il *claim* “*ne abbiamo solo 1 / ne abbiamo ancora x*” nel seguente modo:

“*per le tue date, abbiamo solamente x [due stanze] sul nostro sito ad € y*”,

dove x rappresenta il numero delle stanze della Struttura considerata, che, peraltro, riflettono i parametri di ricerca inseriti dall’utente (Date di Soggiorno, livelli di occupazione e destinazione) e y rappresenta il prezzo al quale la/e stanza/e è/sono disponibile/i.

Si precisa che il messaggio, nella versione emendata, riflette solo la disponibilità sul Sito di un particolare tipo di camera e per le Date di Soggiorno ricercate dall’utente.

#### **4.2.5. IMPEGNO A FORNIRE MAGGIORI INFORMAZIONI IN RELAZIONE ALLA PROCEDURA DI PRE-AUTORIZZAZIONE**

Ad integrazione della misura descritta *sub* 4.2.1, il Professionista, pur ritenendo la propria condotta conforme ai criteri di correttezza e trasparenza nelle comunicazioni informative con i consumatori finali circa il proprio sistema di pagamento (cfr. Risposta alla RFI, pp. 7-8), ha deciso di offrire, anche in un’ottica di piena collaborazione con l’Autorità, alcune misure relative al *set* informativo relativo alla procedura di pre-autorizzazione.

Prima di illustrare le dette misure, Expedia si pregia di far notare che, allo stato, . Di conseguenza, Expedia può soltanto impegnarsi a mostrare il messaggio relativo alla procedura di pre-autorizzazione limitatamente a tutte le Strutture che prevedono l’azionabilità dell’opzione “*Paga durante il soggiorno*”.

Tanto premesso, il Professionista si impegna a fornire ulteriori dettagli informativi circa la procedura di pre-autorizzazione:

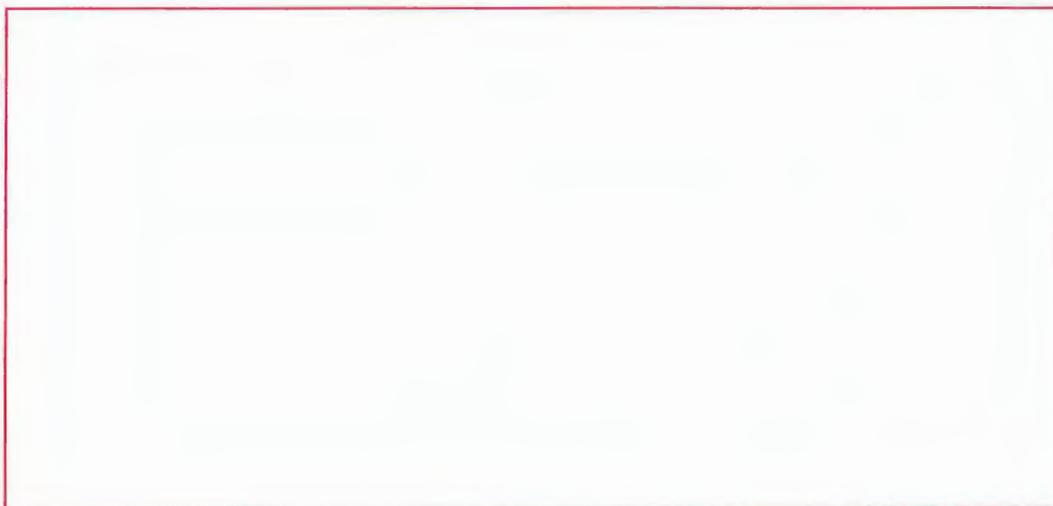
- (i) al momento della scelta, operata dal consumatore, tra l’opzione “*Paga ora online*” e l’opzione “*Paga durante il soggiorno*”; e
- (ii) nella pagina del Sito dedicata al pagamento.

Il Professionista si impegna a fornire ulteriori chiarimenti anche nella pagina dedicata alle condizioni contrattuali (“*Condizioni generali di contratto per la prenotazione di servizi di viaggio*”), laddove verrà precisato che, quando viene scelta l’opzione “*Paga durante il soggiorno*”, un somma di denaro può essere trattenuta sulla carta del consumatore in attesa di pagamento presso la Struttura.

Expedia, pertanto, si impegna a fornire ai consumatori ulteriori informazioni sulla procedura di pre-autorizzazione (compresa l'indicazione che una somma di denaro potrebbe essere trattenuta in attesa del pagamento in Struttura) come di seguito esposto:

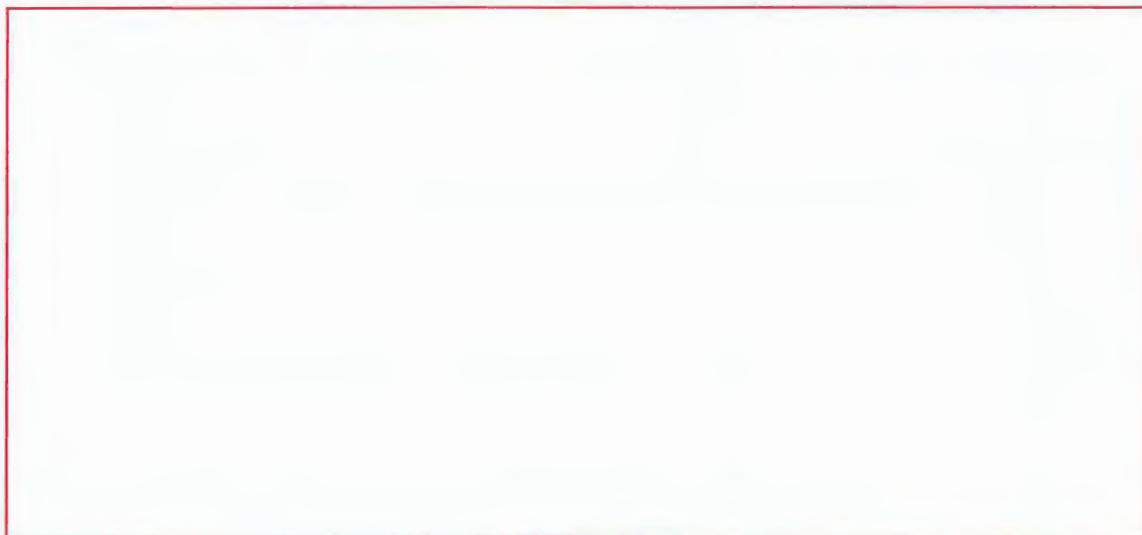
- (i) con riferimento alla schermata del Sito visibile dal computer e dai dispositivi *mobile*, quando vengono mostrate al consumatore le opzioni “*Paga ora online*” / “*Paga durante il soggiorno*”, Expedia mostrerà chiaramente il seguente testo: “*Pagherai durante il soggiorno. Questa struttura potrebbe pre-autorizzare un importo sulla tua carta, che sarà trattenuto fino all'avvenuto pagamento*”.

Simulazione



- (ii) per quanto riguarda la versione del Sito accessibile tramite App, quando le opzioni “*Paga ora online*” / “*Paga durante il soggiorno*” vengono visualizzate al consumatore, un “*pulsante informazioni*” (i) verrà visualizzato dal consumatore vicino all'opzione “*Paga durante il soggiorno*”. Quando il consumatore cliccherà sul pulsante (i), verrà visualizzato un *pop-up* in cui Expedia mostrerà chiaramente il seguente testo: “*Pagherai durante il soggiorno. Questa struttura potrebbe pre-autorizzare un importo sulla tua carta, che sarà trattenuto fino all'avvenuto pagamento*”.

Simulazione (dispositivo mobile)



Simulazione (App)



- (iii) nella pagina dedicata al pagamento, sia essa visibile dal computer, dal cellulare o altro dispositivo mobile o mediante App, Expedia mostrerà chiaramente il seguente testo: *"Pagherai durante il soggiorno. Questa struttura potrebbe pre-autorizzare un importo sulla tua carta, che sarà trattenuto fino all'avvenuto pagamento"*.

Simulazione (Desktop, Mobile Web and App)



- (iv) Expedia modificherà le Condizioni generali di contratto per la prenotazione di servizi di viaggio, e specificatamente l'art. 2.4, per chiarire che alcune somme di danaro del consumatore potrebbero essere pre-autorizzate sulla carta di credito del consumatore anche se il consumatore sceglie l'opzione *"Paga durante il soggiorno"*. Più in particolare, si propone la seguente modifica:

*Il Cliente dovrà fornire i dati relativi alla propria carta di credito ed il Fornitore o Expedia, Inc. saranno frequentemente tenute a verificare: (i) la validità della carta di credito (sottoponendola ad una pre-autorizzazione di importo minimo che sarà restituito entro pochi giorni o dedotto dal prezzo finale dovuto al Fornitore) e, (ii) la disponibilità di fondi nella carta di credito (che sarà soggetta, per un limitato ammontare, ad una procedura di pre-autorizzazione, confermata dalla banca di emissione della carta di credito del Cliente). La procedura di pre-autorizzazione avente ad oggetto una data disponibilità monetaria può verificarsi nel caso di prenotazioni "Prenota ora, Paga alla struttura"*

#### **4.2.6. IMPEGNO A FORNIRE MAGGIORI INFORMAZIONI IN RELAZIONE ALLA PRESENTAZIONE DI UN RECLAMO**

Il Professionista ritiene di aver correttamente adempiuto tutti gli obblighi su di esso gravanti in ragione del ruolo (per giunta di intermediario) assunto nell'ambito della conclusione di un contratto negoziato via Internet. I servizi di assistenza prestati al consumatore sono, di fatti, facilmente rintracciabili dal consumatore in qualsiasi momento del percorso di prenotazione, sono presenti sul Sito un indirizzo e-mail e un *form* con cui il consumatore può inviare al Professionista quesiti, richieste o reclami e, soprattutto, non sono mai addebitati costi per la presentazione di un reclamo.

Fermo restando, dunque, che la condotta del Professionista non è suscettibile di essere qualificata come ostantiva all'esercizio, da parte dei consumatori, dei diritti ad essi spettati in base alle norme del Codice del Consumo, il Professionista si impegna ad ogni modo a:

- (i) inserire un link "*Contattaci*" nella homepage del Sito e nella pagina che mostra i Risultati della Ricerca. Cliccando sul predetto link, il consumatore sarà indirizzato ad una pagina in cui: (1) ci sarà un numero di telefono italiano, (2) un indirizzo email o *form* elettronico e (3) un indirizzo di posta italiano. Questa pagina farà esplicito e chiaro riferimento al fatto che questi contatti potranno essere usati dal consumatore per trasmettere dei reclami al Professionista, aventi ad oggetto i servizi forniti dal Sito (al fine di consentire una migliore comprensione della misura in commento, si allega una presentazione PowerPoint che illustra come apparirà il Sito, una volta implementato il presente impegno. Cfr. **doc. 1 – Sezione "Contattaci" sul Sito**); e
- (ii) rispondere a tutti i reclami dei consumatori in un limite di tempo ragionevole e a porre in essere uno sforzo economicamente ragionevole al fine di rispondere entro e non oltre 3 mesi dalla data in cui il reclamo è stato ricevuto.

Expedia includerà il seguente paragrafo nella sezione "*Contattaci*" e nelle FAQ, sotto il menu "*Supporto clienti*" (che è messo a disposizione dei clienti per fornire loro tutte le informazioni necessarie per la prenotazione):

*Expedia, Inc. gestisce il sito web [expedia.it](http://expedia.it) che consente ai clienti di prenotare i Servizi con i vari Fornitori di Servizi di Viaggio che offrono i Servizi (ad esempio un fornitore di alloggi, una compagnia aerea, una società di noleggio auto, un tour operator, Expedia Travel, fornitore di attività e / o ferrovia azienda). Quando i clienti effettuano prenotazioni di Servizi tramite il Sito, stipulano contratti con i pertinenti Fornitori di Servizi di Viaggio per tali Servizi. Vedi le nostre condizioni contrattuali [REDACTED] che si applicano alle prenotazioni effettuate sul nostro Sito.*

*Quando i clienti effettuano una prenotazione per un Servizio tramite il Sito o tramite i nostri call center, Expedia offre un servizio di assistenza a tali clienti, al fine di supportarli e assisterli in qualsiasi domanda o reclamo aventi, ad oggetto loro prenotazione.*

*Nel caso in cui un cliente presenti un reclamo e / o abbia diritto al risarcimento a seguito di un problema relativo alla prenotazione per la quale Expedia o di un Fornitore di Servizi di Viaggio è responsabile, Expedia collaborerà con il Fornitore di Servizi di Viaggio e il cliente per risolvere il problema al più presto possibile, compreso, se del caso, il pagamento di rimborsi, coupon o risarcimenti in relazione alla prenotazione. I dati di contatto per l'assistenza clienti e i reclami sono riportati di seguito:*

Expedia si impegna, inoltre, a continuare ad implementare il seguente meccanismo di controllo, diretto ad assicurare l'accuratezza delle informazioni fornite dalla Struttura:

- (i) i reclami relativi ad imprecisioni o poca accuratezza nella descrizione della Struttura vengono assegnati a un agente dell'assistenza clienti;
- (ii) salvo il caso in cui l'errore sia ovvio, l'agente contatterà la Struttura per verificare le informazioni fornite dalla Struttura e il motivo per cui è stato commesso l'errore, nonché di chi è la responsabilità (ad esempio, di Expedia o della Struttura);
- (iii) se l'esame fa emergere la necessità che la descrizione della Struttura, presente Sito, venga modificata, Expedia apporterà le modifiche necessarie;
- (iv) a seconda della natura della mancata accuratezza (ovvero se è Expedia o la Struttura ad aver commesso un errore) e dell'errore (vale a dire, se si tratta di errore grave o trascurabile), Expedia si coordinerà con la Struttura e con il cliente per risolvere il problema e, ove appropriato, fornirà un coupon o un compenso (a titolo di rimborso parziale) al cliente. Gli agenti dell'assistenza clienti di Expedia saranno tenuti a seguire le linee guida fornite da Expedia al fine di determinare il livello di coupon o compenso dovuto.

Al fine di meglio comprendere quanto appena detto, si forniscono due esempi pratici:

*Esempio 1 – Descrizione non accurata del luogo della Struttura*

Se un consumatore segnala che il luogo della Struttura è differente dalla descrizione presente sul Sito (ad es., se la Struttura era descritta come distante 500 metri dalla spiaggia, mentre in realtà è a 2 km).

In queste circostanze, Expedia controllerà la descrizione della Struttura presente sul Sito e contatterà la Struttura per verificare l'informazione. Nel caso in cui la descrizione non sia accurata, a causa di un errore di Expedia nel caricamento delle informazioni fornite dalla Struttura, Expedia offrirà al consumatore un coupon o un rimborso parziale. In aggiunta, Expedia potrebbe offrire di rimborsare le spese vive (come, ad esempio, le spese di trasporto) affrontate dal consumatore in ragione dell'errore, laddove il consumatore fornisca i giustificativi di tali spese.

Se l'errore fosse addebitabile alla Struttura, Expedia chiederà a quest'ultima di provvedere al rimborso parziale a beneficio del consumatore.

Expedia si assicurerà di correggere sul Sito le informazioni fornite dalla Struttura senza alcun ritardo.

Esempio 2 – Problemi con il servizio della Struttura

Nel caso in cui il consumatore si lamenti della scarsità o della qualità del servizio o del cibo fornito dalla Struttura, Expedia contatterà la Struttura al fine di verificare tale segnalazione e, a fronte della detta verifica, potrà chiedere alla Struttura di rimborsare parzialmente il consumatore.

Su base discrezionale, Expedia offrirà al consumatore un coupon per rimediare alla spiacevole situazione incorsa dal consumatore; e

- (v) laddove venga portato all'attenzione di Expedia che una Struttura fornisce ripetutamente e deliberatamente descrizioni inaccurate, Expedia invierà un avviso a tale Struttura e, se necessario, sospenderà la visualizzazione della stessa dalla lista dei risultati fino a che il problema non verrà risolto.

\* \* \*

Si precisa, sin da ora, che, in ragione della loro complessità tecnica, tutte le misure descritte nella Sezione 4 verranno implementate e diverranno effettive a partire dal 1° settembre 2019.

**5) CONSIDERAZIONI CIRCA L'AMMISSIBILITÀ E L'IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI PROPOSTI A RIMUOVERE I PROFILI DI ILLEGITTIMITÀ CONTESTATI NELL'AVVIO DELL'ISTRUTTORIA**

Come anticipato, le Società sono fermamente convinte di aver dimostrato e documentato la conformità del proprio operato alle disposizioni in materia di pratiche commerciali scorrette, anche per ciò che attiene agli specifici profili delineati nella Comunicazione di Avvio del Procedimento.

Ferma restando la legittimità delle condotte tenute, le Società ritengono che gli impegni offerti nel caso di specie siano pienamente ammissibili ed idonei per quanto specificamente contestato nella Comunicazione di Avvio, essendo peraltro connotati da uno specifico *quid pluris* ed eliminando *ex tunc* ogni potenziale nocumento per il consumatore.

**5.1 SULL'AMMISSIBILITÀ DEGLI IMPEGNI OFFERTI DI EXPEDIA**

Sotto il profilo dell'**ammissibilità**, è noto come l'ampia discrezionalità di cui gode l'Autorità nel valutare le proposte di impegni trovi un limite, normativamente previsto (cfr. art. 27, co. 7, del Codice del Consumo) nei soli casi di "*manifesta scorrettezza e gravità*" della pratica commerciale.

A tal riguardo, si rileva in primo luogo come nella Comunicazione di Avvio le condotte contestate non vengano definite come manifestamente gravi e scorrette e, come tali, insuscettibili di essere ammesse alla procedura impegni.

Inoltre, va ricordato che la qualificazione degli addebiti resa nella Comunicazione di Avvio possiede necessariamente un carattere provvisorio, stante "*l'incompletezza del quadro cognitivo e valutativo*"<sup>5</sup> di cui dispone l'Autorità nella fase iniziale dell'istruttoria. Ed infatti, un compiuto apprezzamento della pratica commerciale contestata, anche in ordine alla eventuale manifesta scorrettezza e gravità della stessa, richiede un "*grado di esaustività valutativa che postula (...) il necessario completamento*" dell'iter procedimentale<sup>6</sup>.

Conseguentemente, non si può ritenere che quanto rappresentato nella Comunicazione di Avvio sui possibili profili di scorrettezza delle pratiche contestate al Professionista comporti, per quanto attiene alla posizione

<sup>5</sup> In tal senso si veda Tar Lazio, sez. I, sent. 5 giugno 2012, n. 5277.

<sup>6</sup> In tal senso si veda Tar Lazio, n. 5277/2012 cit.

specifica delle Società, alcuna preclusione giuridica rispetto ad una valutazione di ammissibilità degli impegni prospettati.

Ciò vale a maggior ragione laddove si consideri che, nella Comunicazione di Avviso, **la quasi totalità delle pratiche contestate** (6 su 7) nei confronti di Expedia (così come di Expedia.com e Expedia Italy) **attiene a profili di presunta ingannevolezza della condotta del Professionista**, senza integrare alcun profilo di aggressività che, secondo la prassi, determinerebbero una preclusione *ex lege* ai fini dell'ammissibilità degli impegni<sup>7</sup>.

Per converso, i presunti profili di aggressività *ex artt.* 24 e 25 del Codice del Consumo, che sembrerebbero contestati dall'Autorità limitatamente alla pratica descritta *sub vi*) della Comunicazione di Avviso (ovvero, la realizzazione di un ostacolo all'esercizio dei diritti dei consumatori), mal si addicono al contenuto della censura sollevata con la Comunicazione di Avviso del Procedimento.

Stando alle contestazioni oggetto della Comunicazione di Avviso (parr. 15-18), infatti, appare evidente come **non sussistano i requisiti necessari e sufficienti a caratterizzare la pratica contestata alle Società come aggressiva**, mancando, nel caso di specie, il ricorso, da parte del Professionista, alle molestie, alla coercizione (compreso il ricorso alla forza fisica) o altre forme di indebito condizionamento.

Tuttalpiù, le censure sollevate dall'AGCM con riferimento alla sezione *sub vi*) della Comunicazione di Avviso, laddove dimostrate e verificate, sarebbero sempre riconducibili nel solo novero delle pratiche commerciali ingannevoli, posto che esse attengono al *set* minimo di informazioni precontrattuali<sup>8</sup> che il professionista è tenuto a fornire al consumatore in sede di conclusione di un contratto (come quello *online*) negoziato fuori dai locali commerciali (cfr. art. 49 del Codice del Consumo).

In ragione di ciò, appare pacifico che, nel caso di specie, non sussistono profili di aggressività che possono ostare all'ammissibilità di una proposta di impegni del Professionista.

Infine, si fa rilevare come la manifesta scorrettezza e gravità della pratica sia peraltro esclusa dall'esiguo numero di reclami acquisiti al fascicolo istruttorio, che non può che essere assunto ad ulteriore indice della ridotta diffusività della pratica.

Alla luce di tali considerazioni, la presentazione di impegni da parte delle Società appare nel caso di specie certamente ammissibile.

## 5.2 SULL'IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI OFFERTI DI EXPEDIA

<sup>7</sup> È noto, infatti, come le pratiche commerciali scorrette, *sub specie* di aggressive, siano caratterizzate da una valenza e da un disvalore ben più ampi rispetto alle pratiche commerciali scorrette ingannevoli (cfr. Cons. St., sez. VI, sent. 16 marzo 2018, n. 1670; sez. VI, sent. 20 giugno 2012, n. 3588, che conferma TAR Lazio, sez. I, sent. 18 gennaio 2011, n. 448; Tar Lazio, sez. I, sent. 25 gennaio 2011, n. 732). Ciò appare peraltro confermato dalla giurisprudenza amministrativa che esclude la conclusione di un procedimento dell'AGCM laddove venga integrato "quel profilo di irrefutabile gravità della pratica commerciale che preclude *ex lege* l'accettazione degli impegni proposti in quanto in una scala di offensività delle condotte commerciali scorrette, le [sole] pratiche aggressive (...) assurgono ad un grado particolarmente elevato di oggettiva antigiridicità (Consiglio di Stato 15/1104, TAR Lazio 09/8673)". In tal senso, si v. anche A. LEONE, in MARCHETTI-UBERTAZZI, *Commentario Breve alle Leggi su proprietà intellettuale e concorrenza*, Vicenza, 2016, p. 2716.

<sup>8</sup> Atinenti, come noto, all'identità del professionista (cfr. art. 49, co. 1, lett. b) del Codice del Consumo), all'indirizzo geografico dove è stabilito un professionista e al suo numero di telefono (cfr. art. 49, co. 1, lett. c) del Codice del Consumo), ai contatti del professionista, se diversi da quelli inizialmente comunicati, dove raggiungerlo per presentare un reclamo (cfr. art. 49, co. 1, lett. d) del Codice del Consumo), ai servizi di assistenza post-vendita (cfr. art. 49, co. 1, lett. o) del Codice del Consumo).

Quanto all'**idoneità**, il Professionista ritiene che le misure proposte siano pienamente idonee a far venire i profili di criticità sollevati dall'AGCM nella Comunicazione di Avvio, conferendo un significativo valore aggiunto in termini di tutela dei consumatori.

Esse, infatti, presentano quei **caratteri di concretezza ed efficacia** che – come richiesto da costante giurisprudenza<sup>9</sup> – devono ontologicamente essere presenti affinché una proposta di impegni venga considerata idonea a fini di tutela dei consumatori.

Dette misure, invero, operano sinergicamente su piani e profili diversi ma connessi: *i*) accrescono il livello di consapevolezza dei consumatori circa il contenuto informativo delle offerte mostrate (specialmente in tema di individuazione del prezzo finale da pagare), la loro convenienza e, per quanto riguarda l'ordinamento delle Strutture all'esito della ricerca, eliminano ogni margine di falsità o alterazione nella corretta percezione del consumatore circa gli elementi essenziali dell'offerta mostrata (impegno *sub* 4.2.1); *ii*) incrementano ulteriormente il livello di trasparenza informativa nei confronti del consumatore, specie con riferimento ad elementi (come la commissione pagata dalla Struttura o, ad ogni modo, ricevuta da Expedia e il funzionamento del meccanismo della pre-autorizzazione) che sono considerati essenziali da codesta Autorità ai fini della corretta adozione, da parte del consumatore, di una decisione di natura commerciale (impegni *sub* 4.2.2 e 4.2.5); *iii*) definiscono, in modo essenzialmente più chiaro, i termini che riguardano i cd. prezzi "barrati" ed accrescono la consapevolezza del consumatore in ordine alla convenienza dell'offerta proposta dal Professionista (impegno *sub* 4.2.3); *iv*) garantiscono un più elevato grado di conoscenza informativa al cliente in merito alla disponibilità degli alloggi presenti, al prezzo indicato, su tutti i siti del Gruppo Expedia (impegno *sub* 4.2.4); *v*) garantiscono il pieno venir meno di qualsiasi difficoltà cui il consumatore dovesse incorrere all'atto della comunicazione con il Professionista o, in fase post-vendita, in sede di trasmissione di un reclamo (impegno *sub* 4.2.6).

Con riferimento al primo profilo, e cioè ai profili di incrementata trasparenza informativa all'atto della promozione delle offerte commerciali, occorre osservare come gli impegni proposti rispondano pienamente alle preoccupazioni già espresse dall'Autorità nei precedenti PS513<sup>10</sup> e IP182<sup>11</sup>, laddove è emerso che il professionista coinvolto avesse promosso la propria offerta (*inter alia*) di sistemazioni alberghiere tramite Internet mediante l'illustrazione incompleta e ingannevole delle informazioni economiche, relegando nella fase finale del processo di prenotazione l'informativa completa circa il prezzo globale effettivo che il consumatore avrebbe dovuto corrispondere.

Infatti, la misura di cui all'**impegno sub 4.2.1**, pur intervenendo su un meccanismo di presentazione del prezzo da pagare di per sé già idoneo a consentire al consumatore di contezza sul *quantum* da corrispondere, va a perfezionare siffatto meccanismo anticipando, sin dal momento della presentazione delle Strutture nella pagina dei Risultati della Ricerca, quale sarà il Prezzo Totale da pagare. In altri termini, fin dal primo contatto con il Professionista (cioè, nella pagine iniziale del processo di prenotazione), il consumatore potrà beneficiare di una modalità di esposizione del Prezzo Totale che consentirà una immediata e chiara percezione del costo globale della prenotazione (e cioè, del prezzo da pagare per l'alloggio e dei Costi Inevitabili).

Ad ulteriore rafforzamento delle misure poc'anzi prospettate, il Professionista ha ritenuto maggiormente cautelativo, in un'ottica pro-consumeristica, mostrare il Prezzo Totale anche nel caso in cui proceda ad una scomposizione del Prezzo Totale.

---

<sup>9</sup> Cfr. *inter alia* Tar Lazio, sez. I, sent. n. 5626/2009.

<sup>10</sup> AGCM, provv. n. 22118 del 16 febbraio 2011, proc. PS513 - OPODO - SERVIZI DI AGENZIA TURISTICA ON LINE.

<sup>11</sup> AGCM, provv. n. 24698 del 10 dicembre 2013, IP182 - OPODO-SERVIZI DI AGENZIA TURISTICA ON LINE.

Per giunta, laddove il Prezzo Totale sia stato influenzato da una componente connessa ai cambi di valuta, il Professionista fornirà ulteriori informazioni in merito al metodo di calcolo del prezzo del servizio richiesto. E ciò al fine di rendere il consumatore correttamente edotto in merito a profili e aspetti giudicati essenziali dall'AGCM ai fini dell'assunzione di una decisione commerciale consapevole.

Sempre con riferimento alla misura di cui all'**impegno sub 4.2.1**, ma con riguardo a diverso ma connesso profilo (e cioè, al modo in cui il prezzo, globale o scorporato, può incidere sull'ordinamento dei Risultati della Ricerca), il Professionista ritiene che la proposta modalità di esposizione del Prezzo Totale, che verrà indicato già dalla prima pagina dei risultati, sia idonea a far venir meno qualsiasi profilo di criticità sollevato nella Comunicazione di Avvio del procedimento con riferimento alla veicolazione di informazioni di natura presumibilmente decettiva a danno dei consumatori.

La misura prospettata, infatti, elimina qualsiasi profilo di presumibile falsità o ingannevolezza nell'ordinamento dei Risultati della Ricerca, posto che questi ultimi saranno presentati al consumatore – laddove questi utilizzi il filtro della ricerca per “Prezzo” – seguendo un ordine che si basa sia sul prezzo dell'alloggio che sulle componenti ulteriori (cioè, i Costi Inevitabili). Di conseguenza, l'impegno in questione è idoneo a far venir meno ogni dubbio circa la correttezza della presentazione dei Risultati della Ricerca e, per l'effetto, la legittimità della condotta del Professionista.

Ad ulteriore riprova dell'idoneità della misura in esame, si rileva come, da un punto di vista strutturale, l'impegno assunto dal Professionista sia concretamente in grado di venir incontro alle preoccupazioni che, nel caso PS9345<sup>12</sup>, l'Autorità aveva sollevato con riferimento al mancato esercizio di un potere di controllo, da parte del professionista coinvolto nell'istruttoria, sulle recensioni rilasciate e pubblicate sulla propria piattaforma *online*. Più in particolare, l'AGCM aveva contestato al professionista di aver diffuso (per carenza di controllo) informazioni false idonee a mezzo Internet, inducendo in errore una vasta platea di consumatori che, basandosi su un ordinamento dei risultati alterato dalle false recensioni, avevano assunto decisioni economiche che, laddove correttamente informati, non avrebbero assunto.

Pur consapevole della diversità dell'oggetto del servizio operato dal professionista nel caso in questione, appare evidente come le perplessità e i dubbi sollevati dall'Autorità in quell'occasione (e cioè, la veicolazione ai consumatori di informazioni di natura decettiva che sono idonee ad avere una diretta incidenza, tra l'altro, sul *ranking* delle strutture recensite) siano assolutamente trasponibili nel Procedimento e interamente fugati dalla misura *sub* 4.2.1.

L'**impegno sub 4.2.2** interviene facendo in modo tale che il consumatore possa avere a propria disposizione ogni informazione utile per comprendere quali siano i fattori che, oltre al Prezzo Totale, possono incidere sul *ranking* delle Strutture.

In una chiara ottica di complementarità con l'impegno descritto *sub* 4.2.1, le misure descritte mirano a migliorare il set informativo dato al consumatore. La misura in questione, dunque, è idonea ad accrescere la consapevolezza del consumatore già in fase di selezione dell'offerta e a fornirgli tutti gli strumenti per poter conoscere il reale ordinamento delle Strutture elencate all'esito della ricerca.

In primo luogo, il Messaggio sul Compenso, sintetico e di immediata percezione, chiarisce in modo facilmente comprensibile al consumatore medio che:

- (i) Expedia riceve un compenso quando una Struttura è prenotata mediante il Sito; e
- (ii) il livello del compenso pagato ad Expedia può influire sul posizionamento delle Strutture così per come ordinate sul Sito.

---

<sup>12</sup> AGCM, provv. n. 25237 del 19 dicembre 2014, PS9345 - *TRIPADVISOR-FALSE RECENSIONI ON LINE*.

Le informazioni contenute nel Messaggio sul Compenso consentono al consumatore medio di comprendere da subito, e cioè già al momento della visualizzazione dei Risultati della Ricerca tra cui scegliere la struttura di proprio gradimento, che la commissione pagata può incidere sull'ordinamento dei detti Risultati.

Per quanto attiene, poi, all'integrazione del messaggio contenuto nella pagina che risulta cliccando sul pulsante (i), le informazioni ivi fornite presentano un livello di chiarezza e dettaglio notevolmente maggiore rispetto alla versione precedente del messaggio in questione, informando chiaramente i consumatori su come influisce il compenso pagato ad Expedia in relazione all'ordinamento dei Risultati della Ricerca.

Alla luce di quanto appena esposto, si ritiene che le misure proposte rispondano pienamente ed efficacemente alle preoccupazioni sollevate dall'Autorità nella Comunicazione di Avvio, (i) fornendo in modo inequivocabilmente chiaro e con uno strumento di immediata percezione ai consumatori tutte le informazioni necessarie a far comprendere a questi ultimi che il compenso ottenuto da Expedia all'atto della prenotazione può incidere sull'ordinamento dei Risultati della Ricerca e (ii) dando ai consumatori la possibilità di approfondire la loro conoscenza informativa sul punto in una pagina web dedicata.

La **misura sub 4.2.3** si sostanzia nell'impegno di Expedia di fornire al consumatore indicazioni trasparenti e complete circa i criteri di quantificazione del risparmio conseguibile aderendo all'offerta commerciale mostrata sul Sito.

Con riferimento al prezzo "barrato" calcolato sul periodo di 30 giorni, il Professionista si è impegnato a non mostrare più il prezzo "barrato" calcolato sul periodo di 30 giorni e il messaggio (*pop-up*) ad esso connesso. In ragione di ciò, appaiono venir meno le preoccupazioni sollevate sul punto dall'Autorità nella Comunicazione di Avvio.

Inoltre, con riferimento alla Tariffa Standard Barrata, l'impegno offerto dal Professionista è tale da far venir meno qualsiasi profilo di asserita ingannevolezza nella misura in cui l'aggiunta del messaggio contenuto nell'Hovertext, per la versione visibile da pc, o nel link associato, nel caso in cui si tratti di dispositivi mobile ed App ("*Questo prezzo è basato sulla tariffa generalmente applicabile fornita dalla struttura per questa camera e per queste date*") è idonea a fornire al consumatore tutti i dettagli relativi a tale scontistica.

Già sulla sola scorta di questi elementi appare evidente come vengano meno le perplessità sollevate dall'Autorità nella Comunicazione di Avvio. Per giunta, volendo fare un parallelo con un caso – sotto questo profilo – analogo (PS10766<sup>13</sup>), in cui l'AGCM ha contestato al professionista di aver associato al prezzo "barrato" di una struttura alberghiera una percentuale di sconto, sprovvista, però, di qualsiasi indicazione circa i criteri di calcolo dello sconto, e, quindi, di aver ingannevolmente "agganciato" il consumatore, appare evidente come (i) non solo, nel nostro caso, il Professionista non abbia mai fornito indicazioni fuorvianti o ingannevoli per attirare l'attenzione del consumatore e affrettarne il processo decisionale, (ii) ma anche l'impegno assunto da Expedia è esplicitamente diretto a fornire al consumatore tutte le informazioni rilevanti concernenti la formazione del prezzo e la convenienza dell'offerta mostrata.

Inoltre, al fine di ridurre ancor più il rischio futuro di incorrere in possibili omissioni informative sui predetti elementi rilevanti (cioè il prezzo e la convenienza dell'offerta), il Professionista ha deciso non solo di equipaggiare i Fornitori di Alloggi di una guida con istruzioni pratiche sul punto, ma anche di adottare un puntuale meccanismo di audit che consenta di controllare la "genuinità" delle Tariffe Standard fornite dalle Strutture e di comparare quest'ultima con lo sconto applicato, tutto in relazione alla presentazione del Prezzo Totale.

---

<sup>13</sup> AGCM, provv. n. 26915 del 20 dicembre 2017, PS10766 - *VOLAGRATIS-SERVIZI TURISTICI ON LINE*.

Con riferimento al profilo che mira all'accrescimento della consapevolezza del consumatore circa la reale convenienza dell'offerta contraddistinta da un messaggio di cd. "scarsità" dell'alloggio, l'**impegno sub 4.2.4** è idoneo a far venir meno ogni criticità sollevate in sede di avvio del Procedimento.

Di fatti, il Professionista si è impegnato a sostituire il messaggio attuale con il seguente: "*per le tue date, abbiamo solamente x [due stanze] sul nostro sito ad € y*".

Nel complesso, dunque, trattasi di un impegno che va incontro alle preoccupazioni dell'Autorità, già espresse in un caso pressoché analogo (PS7309<sup>14</sup>) in merito alla portata decettiva delle informazioni fornite con messaggi pubblicitari finalizzati ad affrettare la scelta del consumatore.

L'**impegno sub 4.2.5**, incentrato sull'accrescimento della conoscenza e della consapevolezza dei consumatori circa il funzionamento della procedura di pre-autorizzazione, si aggiunge, rafforzando i presidi posti a tutela dei consumatori, agli impegni precedentemente descritti.

Le misure cumulative che il Professionista si è impegnato ad adottare chiariscono, in modo inequivocabile, quando si applica la predetta procedura e quale è la finalità da essa perseguita. Le informazioni, peraltro, saranno facilmente reperibili o individuabili dal consumatore, sia prima dell'avvio del processo di prenotazione (quindi in fase precontrattuale) sia durante la fase finale della prenotazione.

Infine, l'**impegno sub 4.2.6** viene incontro all'esigenza, manifesta dall'AGCM, di fornire ai consumatori che vogliono interagire con il Professionista informazioni più chiare e, soprattutto, reperibili in modo più facile, se non immediato, circa l'identità del Professionista.

In questo modo, i consumatori beneficeranno di indicazioni più chiare e maggiormente dettagliate in merito al soggetto cui è possibile rivolgersi al fine di presentare un quesito, una richiesta e/o un reclamo o per ottenere dei rimborsi.

Inoltre, non va tralasciato l'apporto positivo dell'aver un meccanismo di controllo circa l'accuratezza delle informazioni fornite dalla Struttura in merito alle proprie descrizioni.

Alla luce di quanto detto, le misure oggetto degli impegni offerti da Expedia si pongono ben oltre il livello di diligenza che ragionevolmente ci si potrebbe attendere da un operatore del settore e fissano un nuovo *standard* di riferimento per tutti gli operatori del settore, con benefici tangibili per le imprese e per i consumatori.

\* \* \*

In definitiva, l'insieme delle misure oggetto degli impegni offerti, di carattere strutturale e duraturo, presenta un visibile e concreto *quid pluris* rispetto alle attuali prassi informative, promozionali e gestionali relative ai servizi in questione, in grado di determinare una maggiore trasparenza e chiarezza nei rapporti con i consumatori e di condurre, in ultima analisi, ad un ulteriore accrescimento del grado di protezione di questi ultimi.

## 6) EVENTUALE VERSIONE NON RISERVATA E NON CONFIDENZIALE DEGLI IMPEGNI

Il Professionista chiede che in questa fase, e soprattutto prima che venga discussa la presente proposta con codesta Autorità, il presente formulario venga mantenuto integralmente riservato sia nei confronti delle parti del Procedimento che dei terzi estranei al Procedimento.

<sup>14</sup> AGCM, provv. n. 25310 del 3 febbraio 2015, PS7309 - *PREZZOFELICE.IT-REGALO VACANZE*.

Nel presente formulario sono, infatti, contenute informazioni di carattere sensibile, relative a possibili futuri sviluppi della politica promozionale e commerciale delle Società, nonché dei suoi processi interni che, in quanto tali, non devono essere resi conoscibili alle altre parti del procedimento e ai terzi.

Ad ogni modo, la Società provvederà a predisporre, nei prossimi 5 giorni lavorativi, una versione non confidenziale della presente proposta di impegni da rendere eventualmente accessibile alle sole parti del Procedimento.

## ALLEGATO 2 - DEFINIZIONI

**Costi Inevitabili:** tasse, oneri e altri costi che sono ragionevolmente calcolabili *ex ante* sulla base dei Criteri di Ricerca e che il consumatore è tenuto obbligatoriamente a versare alla Struttura, al momento della prenotazione o in un momento successivo.

**Date del Soggiorno:** la data / le date che il consumatore indica come periodo di soggiorno durante il processo di ricerca sui siti Expedia.

**Fornitore di Alloggi:** qualsiasi persona o entità che rende disponibili le Strutture ai fini della prenotazione delle stesse sul Sito.

**Hovertext (testo al passaggio del mouse):** ogni messaggio di testo che non appare in modo permanente sullo schermo, ma che diventa visibile ogni volta che il consumatore passa sopra ad un'icona o a parte dello schermo con il cursore.

**Prezzo Totale:** prezzo complessivo che il consumatore deve corrispondere alla Struttura, comprendente tutti i Costi Inevitabili (ad es., tassa di soggiorno, canone di soggiorno (cd. *resort fee*)) che sono ragionevolmente calcolabili *ex ante* sulla base dei Criteri di Ricerca.

**Risultato della Ricerca:** la lista delle Strutture presentate sui siti Internet di Expedia all'esito dell'inserimento dei Criteri di Ricerca (ad es., una o più destinazioni, Date del Soggiorno, Tipologia di Camera, Condizioni di Prenotazione e livello di occupazione).

**Struttura:** ogni alloggio separatamente elencato, ivi inclusi, a titolo esemplificativo, gli hotel, gli ostelli, i bed and breakfasts, le case vacanze (guest house) e appartamenti per vacanze.

**Tariffa Standard Barrata:** prezzo "barrato" visualizzato sul Sito, riguardante la tariffa standard comunicata dal Fornitore di Alloggi per la Tipologia di Camera scelta e la Struttura visualizzati

**Testo Statico:** messaggio (o qualsiasi informazione) che viene mostrata automaticamente sul Sito senza che il consumatore debba compiere alcuna azione (ad es., passare il cursore su un'icona).

**Tipologia di Camera:** categoria di stanza presso la Struttura (dove sono presenti una o più categoria di stanze a prezzi differenti o con diverse dimensioni, livelli di occupazione, servizi, vista, livelli di comfort).