

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 settembre 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTE la Parte II, Titolo III e la Parte III, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo)”;

VISTO il “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” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI i propri provvedimenti del 7 aprile e del 6 luglio 2016, con i quali, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, rispettivamente, per estensione oggettiva del procedimento istruttorio e per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Norwegian Air Shuttle ASA (di seguito anche Norwegian), in qualità di professionista, ai sensi del Codice del Consumo. Norwegian, il cui quartier generale risiede presso l'aeroporto di Oslo Gardermoen, è la terza compagnia aerea *low cost* in Europa ed opera su oltre 400 rotte con più di 130 destinazioni in Europa, Nord Africa, Medio Oriente, Thailandia, Caraibi e USA. Norwegian ha trasportato nell’anno 2015 circa 26 milioni

di passeggeri¹ e, in base all'ultimo bilancio disponibile, nel 2015 ha conseguito un *Operating revenue* pari a 22.491 milioni di NOK ed un *net profit* di 246 milioni di NOK².

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nel fornire ai consumatori italiani all'inizio del processo di prenotazione e acquisto *on line* - sia nella precedente versione in lingua italiana del sito *internet* del professionista www.norwegian.com/it, attivo fino alla metà del mese di settembre 2015 (di seguito, *vecchio sito italiano*)³, sia nella versione in lingua inglese www.norwegian.com/en⁴, la prima indicazione dei prezzi dei biglietti aerei offerti, senza includere la commissione per il pagamento con carta di credito, che viene successivamente automaticamente addebitata ai consumatori, indipendentemente dalla tratta selezionata, al termine del processo di prenotazione e acquisto *on line*.

3. Precisamente: *i*) nella versione *vecchio sito italiano* www.norwegian.com/it, la prima indicazione del prezzo visualizzato dopo la selezione della data e della tratta del volo prescelto, non comprendeva l'importo di 5 euro a transazione addebitato al consumatore nella fase conclusiva dell'*iter* di prenotazione e acquisto in caso di pagamento con alcune delle principali carte di credito in uso nel mercato italiano (Amex, Diners, Mastercard, Visa, ecc.); *ii*) nella versione del sito *internet* del professionista in lingua inglese www.norwegian.com/en, dopo aver selezionato la tratta e la data del volo, nella sezione laterale "*My travel selections*", compare il prezzo totale dei voli prescelti. Successivamente, una volta approdati nella pagina di conferma della prenotazione, nella sezione "*Payment information*", nel momento in cui il consumatore seleziona alcune delle carte credito accettate dal professionista per effettuare il pagamento (Amex, Diners, Mastercard, Visa, ecc.), il prezzo finale si incrementa per un

¹ Cfr. pag. web <http://www.norwegian.com/en/about/our-story/> rilevata in data 27 luglio 2016.

² Cfr. http://www.norwegian.com/globalassets/documents/annual-report/nas_annualreport_2015.pdf.

Il Nok, corona norvegese, è pari a circa 0,10 euro.

Cfr. http://finanzamercati.ilsole24ore.com/quotazioni.php?QUOTE=!NOKVS.FX&refresh_ce=1 rilevata in data 27 luglio 2016.

³ Il sito *internet* in lingua italiana è risultato essere attivo in rete dall'anno 2010 fino al mese di settembre 2015. Con comunicazione pervenuta in data 31 agosto 2016, la compagnia Norwegian Air Shuttle ha comunicato all'Autorità che il sito in Italiano è nuovamente attivo all'indirizzo <http://www.norwegian.com/it/> (cfr. doc. n. 32 di cui all'indice del fascicolo).

⁴ Dopo l'eliminazione del sito *internet* in lingua italiana (periodo settembre 2015 – 31 agosto 2016), i consumatori italiani hanno avuto unicamente la possibilità di acquistare voli aerei Norwegian *on line* accedendo all'indirizzo web www.norwegian.com – sezione *Other Countries* - redatta in lingua inglese.

ammontare pari all'1,99% dell'importo del volo fino a quello stadio visualizzato⁵.

4. L'addebito di tale onere aggiuntivo per l'utilizzo di alcune tra le principali carte di credito, rispetto al prezzo indicato al momento della scelta di acquisto del consumatore – che avviene sulla base del prezzo mostrato all'inizio del processo di prenotazione sul sito *Internet* del professionista nelle sue distinte versioni in lingua italiana e inglese – oltre ad essere reso noto successivamente alla selezione del volo risulta tale da imporre spese supplementari ai consumatori italiani per l'acquisto di un titolo di viaggio nel momento in cui essi utilizzano determinati strumenti di pagamento.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. A seguito di rilevazioni effettuate d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo sul sito *internet* del professionista www.norwegian.com/it nel mese di novembre 2013⁶, il successivo 3 dicembre l'Autorità ha inoltrato al professionista, ai sensi dell'art. 4, comma 2, del Regolamento allora vigente⁷, un invito a rimuovere, tra l'altro, i profili di scorrettezza della condotta commerciale consistente nello scorporo del c.d. “*credit card surcharge*” dal prezzo del biglietto aereo⁸; a tale invito il professionista non ha fornito risposta. Il 20 novembre 2014 è stata inoltrata una richiesta di collaborazione attraverso la rete *Consumer Protection Cooperation System* (CPCS)⁹. L'Autorità Norvegese, in data 1 giugno 2015, comunicava tramite la citata rete CPCS che il professionista aveva modificato il sito *internet* in lingua italiana eliminando il c.d. *credit card surcharge*¹⁰; tuttavia, il successivo 18 settembre 2015, la medesima Autorità norvegese informava che “*Norwegian has decided to remove the Italian*

⁵ Fino all'8 luglio 2014, il supplemento per pagamento con carta di credito era stabilito in un ammontare fisso pari a 40 NOK (circa 5 euro). Cfr. <http://cambio-euro.it/valute/NOK-corona-norvegia/> alla pagina <http://cambio-euro.it/archivio-valute/2014-07-08/> che riporta il valore di cambio al 8 luglio 2014 (1€ = 8,396 NOK).

⁶ Cfr. doc. n. 1 di cui all'indice del fascicolo.

⁷ *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette* adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007.

⁸ L'Autorità in tale occasione chiese, tra l'altro, al professionista di riportare, sin dalla prima indicazione di prezzo fornita ai consumatori dal sistema di prenotazione e acquisto *on line* presente sul proprio sito *internet*, il prezzo dei biglietti aerei comprensivo dell'importo dovuto per il pagamento con carta di credito.

⁹ Cfr. doc. n. 6 di cui all'indice del fascicolo.

¹⁰ Cfr. doc. n. 6 di cui all'indice del fascicolo. Cfr. anche il doc. n. 10 in cui il professionista rende noto, senza però fornire alcun riscontro documentale, che - prima dell'eliminazione del sito *internet* con estensione *.it* (settembre 2015) - *on 29 May 2015 the credit card fee was removed from the site intended for Italian consumer www.norwegian.com/it.*

website”¹¹.

6. In data 23 novembre 2015 è stato comunicato alla Parte l’avvio del procedimento istruttorio PS9235 per presunta violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo¹². Successivamente, con atto del 7 aprile 2016, sulla base delle evidenze raccolte nel corso dell’istruttoria, è stato comunicato alla Parte l’ampliamento dell’oggetto del procedimento, contestando al professionista anche la possibile violazione, a far data dal 13 giugno 2014, dell’articolo 62 del Codice del Consumo¹³, prorogando, nella medesima data del 7 aprile 2016, il termine di conclusione del procedimento PS9235 di 60 giorni¹⁴.

7. In data 22 dicembre 2015, l’Autorità, ai sensi dell’articolo 5 del Decreto Legislativo 9 aprile 2003 n. 70, ha inoltrato, tramite il sistema IMI (*Internal Market Information*), una richiesta di assistenza alla competente Autorità norvegese, *Ministry of Trade and Industry and Fisheries*¹⁵.

8. In data 26 gennaio 2016 è pervenuta, da parte di Norwegian, una nota di risposta alle richieste di informazioni avanzate contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento¹⁶; un’ulteriore richiesta di informazioni è stata formulata a Norwegian in data 26 febbraio 2016¹⁷.

9. In data 25 marzo 2016 il professionista ha avuto accesso agli atti del fascicolo¹⁸ e, il successivo 16 maggio, è stato sentito in apposita audizione¹⁹; in tale contesto il professionista ha depositato ulteriore documentazione - anche in riscontro alla nuova richiesta di informazioni del 26 febbraio 2016 - successivamente integrata in data 23 maggio 2016.

10. In data 22 giugno, 7 e 19 luglio 2016 è stata acquisita agli atti del fascicolo, con appositi verbali, ulteriore documentazione consistente in

¹¹ Cfr. doc. n. 6 di cui all’indice del fascicolo. Cfr. anche doc. n. 4 (verbale di acquisizione agli atti del fascicolo di complessive n. 40 pagine *web* rilevate sul sito *Internet www.norwegian.com* nei mesi di ottobre e novembre 2015).

¹² Cfr. doc. n. 5 di cui all’indice del fascicolo.

¹³ Cfr. doc. n. 16 di cui all’indice del fascicolo.

¹⁴ Cfr. doc. n. 15 di cui all’indice del fascicolo.

¹⁵ Cfr. doc. n. 8 di cui all’indice del fascicolo.

¹⁶ Cfr. doc. n. 10 di cui all’indice del fascicolo.

¹⁷ Cfr. doc. n. 12 di cui all’indice del fascicolo. In tale sede, è stato richiesto al professionista di fornire, tra l’altro, informazioni rispetto ad alcuni dati e documenti richiesti e non forniti nell’ambito della comunicazione di avvio del procedimento e, in particolare: *i*) la natura e modalità di calcolo del supplemento richiesto dal professionista per l’acquisto con determinate carte di credito di biglietti aerei *online* tramite il sito *internet www.norwegian.com* destinato ai consumatori italiani; *ii*) il valore delle transazioni effettuate annualmente attraverso il sistema di prenotazione *online* del sito *internet www.norwegian.com* nel 2014 e 2015, distinguendo per singolo strumento di pagamento accettato dal professionista per l’acquisto dei propri biglietti aerei; *iii*) copia dei contratti stipulati con le società di intermediazione del servizio di pagamento *online* dalle quali si evincano i costi sostenuti da codesta società per l’espletamento di detto servizio. È stato richiesto al professionista, altresì, di fornire le medesime informazioni a partire dall’anno 2010 (data di introduzione della *credit card fee*) e fino al 8 luglio 2014 con riferimento al sito *www.norwegian.com/it*.

¹⁸ Cfr. doc. n. 14 di cui all’indice del fascicolo.

¹⁹ Cfr. doc. n. 18 di cui all’indice del fascicolo.

complessive 176 pagine *web* rilevate sul sito *internet* www.norwegian.com nel periodo febbraio - luglio 2016²⁰.

11. In data 7 luglio 2016 è stata comunicata la proroga del termine di conclusione del procedimento di ulteriori quaranta giorni, sussistendo particolari esigenze istruttorie²¹.

12. Il 19 luglio 2016 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, fissata al 8 agosto 2016²², giorno in cui è pervenuta la memoria conclusiva del professionista²³.

13. In data 9 agosto 2016, dal momento che la condotta in esame si è realizzata tramite il sito *internet* del professionista, è stato richiesto all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di esprimere il proprio parere in merito alla condotta sopra descritta ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo²⁴; il parere richiesto è pervenuto in data 24 agosto 2016²⁵.

14. Infine, sempre in data 9 agosto 2016, l'Autorità ha notificato, tramite il sistema IMI, alla competente Autorità norvegese, *Ministry of Trade and Industry and Fisheries*, nonché alla Direzione Generale Mercato Interno della Commissione Europea, la propria intenzione di adottare provvedimenti inibitori nei confronti della società Norwegian, ai sensi degli articoli. 20, 21, 22 e 62 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206²⁶.

15. Con comunicazione pervenuta in data 31 agosto 2016, la compagnia Norwegian Air Shuttle ha comunicato all'Autorità che il sito in Italiano è nuovamente attivo all'indirizzo <http://www.norwegian.com/it>²⁷. L'attuale versione non prevede più l'applicazione del *credit card surcharge*.

2) Le evidenze acquisite

16. La documentazione acquisita agli atti del fascicolo del procedimento PS9235, avviato nel mese di novembre 2015, ha evidenziato come Norwegian, sia nella precedente versione del *vecchio sito italiano* (www.norwegian.com/it, dall'anno 2010 e fino al mese di settembre 2015)²⁸, sia nella versione in lingua inglese destinata ai consumatori italiani (www.norwegian.com/en - *Other Countries* - dal mese di settembre 2015 al

²⁰ Cfr. docc. nn. 20, 24 e 27 di cui all'indice del fascicolo.

²¹ Cfr. doc. n. 21 dell'indice del fascicolo.

²² Cfr. doc. n. 26 dell'indice del fascicolo.

²³ Cfr. doc. n. 28 dell'indice del fascicolo.

²⁴ Cfr. doc. n. 29 di cui all'indice del fascicolo.

²⁵ Cfr. doc. n. 31 di cui all'indice del fascicolo.

²⁶ Cfr. doc. n. 30 di cui all'indice del fascicolo.

²⁷ Cfr. doc. n. 32 di cui all'indice del fascicolo.

²⁸ Cfr. doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo.

31 agosto 2016²⁹), abbia proposto la prima indicazione dei prezzi dei biglietti aerei offerti senza includervi la commissione per il pagamento con carta di credito che viene automaticamente addebitata ai consumatori al termine del processo di prenotazione e acquisto *on line*, indipendentemente dalla tratta selezionata.

A) Le modalità di prospettazione dell'esistenza e del costo connesso al pagamento con carta di credito sul sito internet in lingua italiana www.norwegian.com/it.

17. Sulla base delle evidenze acquisite agli atti del fascicolo, in particolare dalla documentazione fornita dal professionista³⁰ e dalle rilevazioni effettuate d'ufficio a partire dall'*home page* del vecchio sito italiano www.norwegian.com/it³¹, è emerso che il professionista prospettava ai consumatori italiani il prezzo dei voli aerei commercializzati senza includervi il costo connesso al pagamento con carta di credito, introdotto nell'anno 2010, che veniva palesato soltanto al termine del processo di prenotazione *on line*.

18. Infatti, la simulazione di acquisto di un biglietto aereo evidenzia come, al momento della rilevazione (6 novembre 2013), la prima indicazione del prezzo visualizzato dopo la selezione della data e della tratta del volo prescelto, non comprendeva l'importo di 5 euro a transazione che veniva addebitato al consumatore nella fase conclusiva dell'*iter* di prenotazione in caso di pagamento con alcune delle principali carte di credito in uso nel mercato italiano (Amex, Diners, Mastercard, Visa, ecc.).

19. In particolare, in questa versione del sito, per individuare l'importo da corrispondere a seconda della carta di credito posseduta dal consumatore, era necessario cliccare sul corrispondente menu a tendina "*Tipo di carta*", posto nella parte sinistra della schermata finale del processo di prenotazione/acquisto, dove venivano elencati i diversi strumenti di pagamento utilizzabili ed il relativo costo associato (*cf.* la progressione del processo di acquisto rilevata nelle successive Immagini nn. 1, 2 e 3, rilevate in data 6 novembre 2013).

Immagine n. 1 – selezione del volo

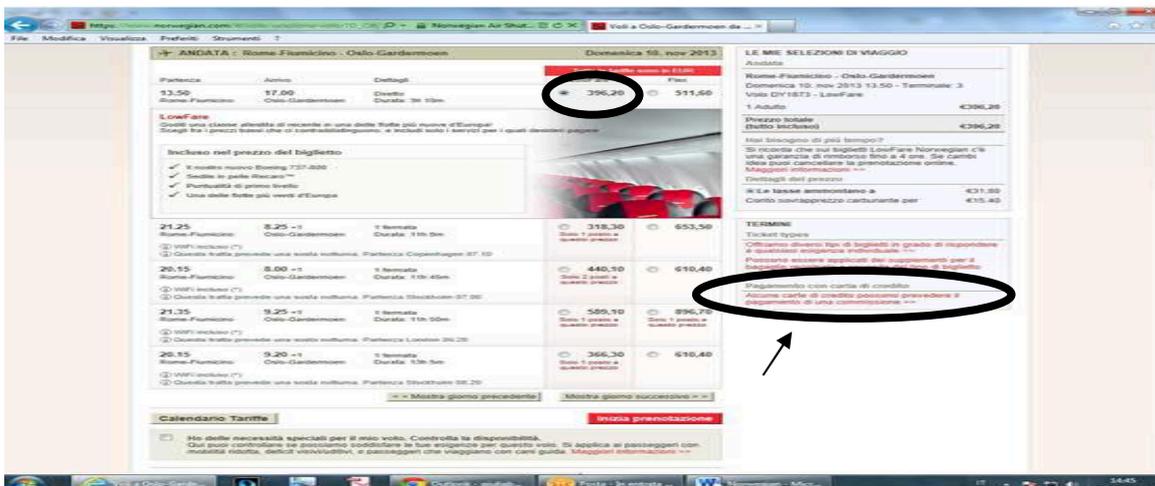


Immagine n. 2 – fase del pagamento

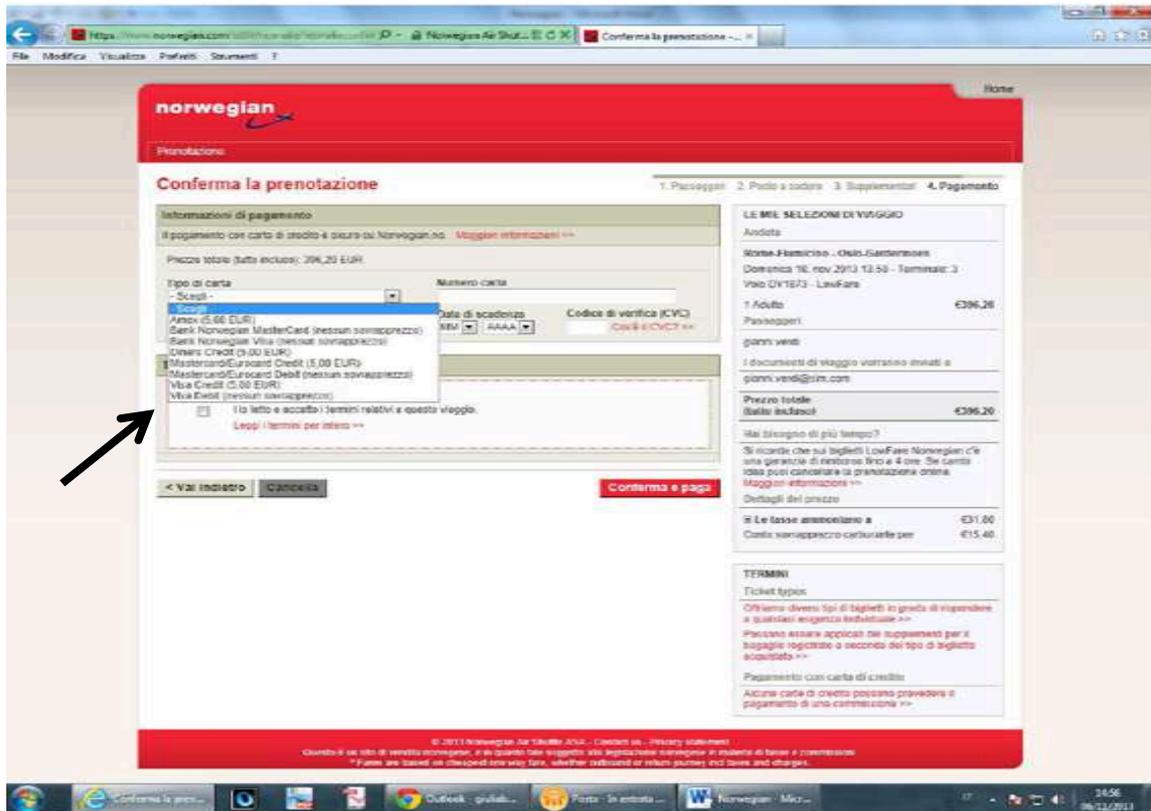
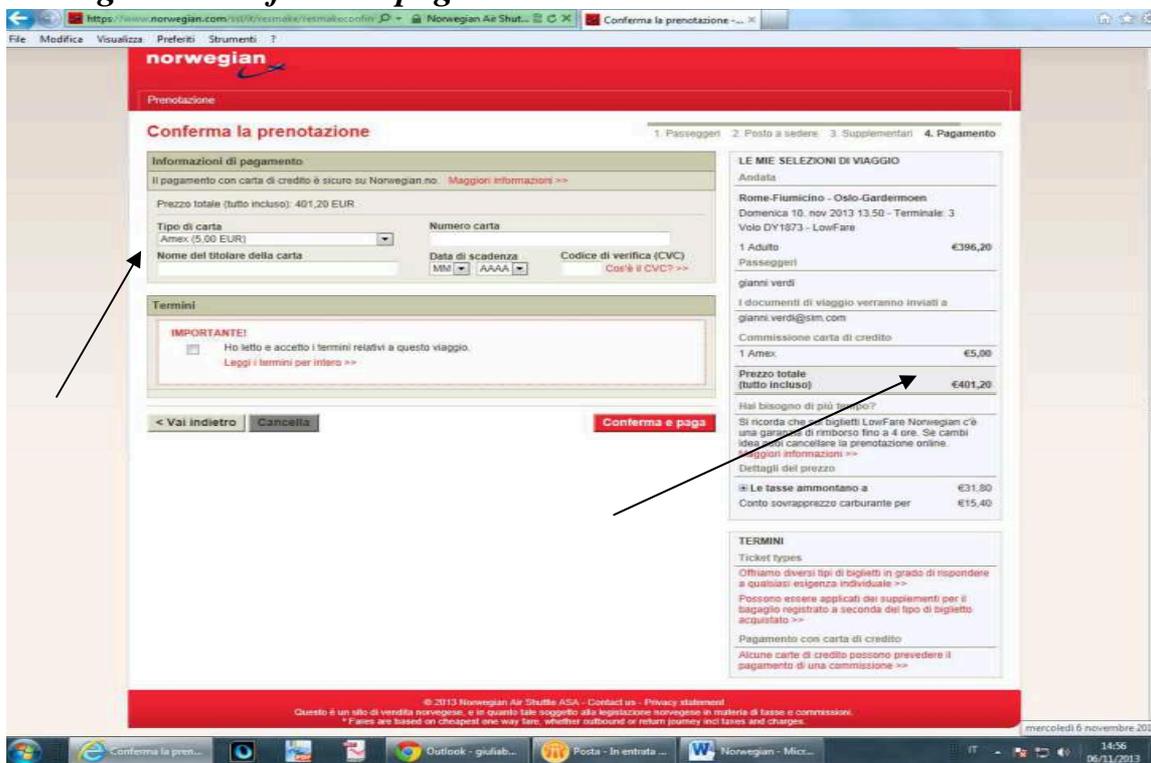


Immagine n. 3 – fase del pagamento



20. Solo in un *link* di colore rosso, posto di lato in fondo alla pagina web (cfr. precedente Immagine n. 1), veniva indicato in caratteri ridotti che “Alcune carte di credito possono prevedere il pagamento di una commissione”; cliccando su tale *link*, dai caratteri minuscoli e, data la sua

collocazione nella pagina, di non agevole accessibilità per il consumatore, si apriva una finestra che il consumatore doveva scorrere per ottenere le informazioni circa gli *Optional service and charge*; in particolare, nella sezione *Booking Charges*, si ritrovava il sovrapprezzo di 5 euro che il professionista addebitava quale *Credit card fee per reservation* per l'uso di alcune carte di credito³².

21. Pertanto, sul *vecchio sito italiano* sin dalla introduzione nell'anno 2010 della commissione connessa al pagamento con carta di credito, i prezzi dei voli aerei non ponevano in adeguata evidenza, sin dall'inizio del processo di prenotazione, la necessità di corrispondere - in aggiunta al prezzo del volo già selezionato o che il consumatore selezionava tra quelli previsti per le diverse opzioni riportate nella schermata (*cf.* precedente Immagine n. 1) – una commissione per il pagamento effettuato con alcune delle carte di credito accettate dal professionista, pari a 5 euro indipendentemente dalla tratta selezionata, che veniva automaticamente addebitata ai consumatori al termine del processo di prenotazione e acquisto *on line*.

22. Secondo quanto dichiarato dal professionista, prima dell'eliminazione del sito *internet* con estensione *.it* (settembre 2015), per un breve periodo (dal 29 maggio 2015) “*..the credit card fee was removed from the site intended for Italian consumers www.norwegian.com/it*”³³.

23. Come già indicato, con comunicazione pervenuta in data 31 agosto 2016, la compagnia Norwegian Air Shuttle ha comunicato che il sito in Italiano è nuovamente attivo all'indirizzo <http://www.norwegian.com/it>³⁴. L'attuale versione non prevede più l'applicazione del *credit card surcharge*.

B) Le modalità redazionali di prospettazione dell'esistenza e del costo connesso al pagamento con carta di credito sul sito internet in lingua inglese www.norwegian.com/en del professionista destinato ai consumatori italiani.

24. Dalle ulteriori evidenze disponibili in atti, in particolare dall'analisi delle rilevazioni effettuate d'ufficio sul *web* nell'anno 2015 e dall'ulteriore documentazione acquisita, è emerso altresì che, nella versione in lingua inglese del sito *internet* del professionista www.norwegian.com, alla quale i consumatori italiani hanno dovuto far ricorso, a decorrere dal 29 settembre 2015 e fino al 31 agosto 2016, per acquistare un volo Norwegian, le modalità redazionali di prospettazione dell'esistenza e del costo connesso al pagamento con carta di credito sono pressoché analoghe e la condotta del professionista non è sostanzialmente mutata nel tempo.

³² *Cfr.* doc. n. 1 dell'indice del fascicolo, pagg. 3 e segg.

³³ *Cfr.* precedente nota n. 10.

³⁴ *Cfr.* doc. n. 32 di cui all'indice del fascicolo.

25. Infatti, dopo aver selezionato la tratta e la data del volo, nella sezione laterale “*My travel selections*”, compare il prezzo dei voli prescelti che non include le eventuali commissioni di pagamento. Successivamente nella sezione “*Payment information*”, nel momento in cui il consumatore seleziona alcune delle carte di credito accettate dal professionista per effettuare il pagamento (Amex, Diners, Mastercard, Visa, ecc.), il prezzo finale si incrementa per un ammontare pari all’1,99% dell’importo del volo. L’addebito di tale onere aggiuntivo per l’utilizzo di alcune tra le principali carte di credito, rispetto al prezzo indicato al momento della scelta di acquisto del consumatore – che avviene sulla base del prezzo indicato all’inizio del processo di prenotazione -, viene dunque reso noto soltanto al termine della prenotazione e si aggiunge a questo determinando il prezzo finale da pagare.

26. In particolare, per individuare l’importo esatto da corrispondere a seconda della carta di credito posseduta dal consumatore, è necessario cliccare sul corrispondente menu a tendina “*Card Type*”, posto nella parte sinistra della schermata finale del processo di prenotazione/acquisto, che elenca i diversi strumenti di pagamento utilizzabili ed il relativo costo associato (cfr. successive Immagini nn. 4, 5 e 6, rilevate in data 4 novembre 2015).

Immagine n. 4 – selezione del volo

The screenshot shows the Norwegian website interface for flight selection. The main heading is "Flights to Copenhagen from Rome-Fiumicino". Below this, there are fields for departure and arrival, and a table of fare options. A sidebar on the right, titled "My Travel Selections", is circled in black. It shows the selected flight details and the total price, including taxes and surcharges, which is 392.70 EUR.

Departure	Arrival	Details	LowFare	LowFare+	Flex
15:45 Rome-Fiumicino	18:15 Copenhagen	Direct Duration: 2h 30m	392.70 Only 1 seat with this price	416.70	455.20
12:50 Rome-Fiumicino	18:40 Copenhagen	1 stop Duration: 5h 50m	497.60	521.60	558.80

My Travel Selections

Outbound
Rome-Fiumicino - Copenhagen
Sunday 8. Nov 2015 15:45 - Terminal: 3
Flight DY3733 - LowFare

1 Adult: 392.70€

Total price incl. all taxes and surcharges: 392.70€

Immagine n. 5 – fase del pagamento

The screenshot shows the "Payment Information" page on the Norwegian website. It displays the total price, including taxes and charges, which is 392.70 EUR. The page also includes a "Payment Information" section with a link to "Read more >>" and a "My Travel Selections" sidebar on the right.

Payment Information

It is safe to pay by credit card. [Read more >>](#)

Total price (incl. taxes and charges): 392.70 EUR

My Travel Selections

Outbound
Rome-Fiumicino - Copenhagen

Immagine n. 6 – fase del pagamento

Confirm reservation

1. Passengers 2. Seating 3. Additional 4. Payment

Payment Information

It is safe to pay by credit card. [Read more >>](#)

Total price (incl. taxes and charges): 400.70 EUR

Card type
Mastercard/Eurocard Credit (8.00€)

Card number

Expiry date
MM YY

Verification Code (CVC)

[What is CVC? >>](#)

MasterCard SecureCode

I do not want to use the 3D Secure authentication. [Read more >>](#)

My Travel Selections

Outbound

Rome-Fiumicino - Copenhagen
Sunday 8. Nov 2015 15:45 - Terminal: 3
Flight DY3733 - LowFare
1 Adult 392.70€

Passengers

angelica saccoccio

Credit Card Surcharge

1 Mastercard/Eurocard Credit 8.00€

Total price incl. all taxes and surcharges 400.70€

Price details

Taxes account for 29.00€
Fuel surcharge account for 17.40€

Support UNICEF's work for children

In 2007, Norwegian and UNICEF entered into a Signature Partnership. In November, UNICEF and Norwegian will fly emergency aid to Jordan. The plane will be filled with emergency aid and school supplies for Syrian children in refugee camps. The more emergency aid, the more children will be saved. We greatly appreciate your contribution.

Yes, I would like to donate an amount to UNICEF and their important work for children

3 EUR 5 EUR 10 EUR 15 EUR

27. Solo in un *link* di colore rosso, posto di lato in fondo alla pagina *web* in cui si effettua la scelta del volo, viene indicato in caratteri ridotti che “*Certain credit cards may incur a fee*”; cliccando su tale *link*, in caratteri minuscoli e, data la sua collocazione nella pagina, di non agevole accessibilità per il consumatore, si apre una finestra che informa circa l’applicazione del sovrapprezzo, espresso in percentuale, al costo del biglietto (cfr. successiva Immagine n. 7).

Immagine n. 7 - rilevata in data 4 novembre 2015

Credit card payment

There's a service charge when paying with a credit card to cover the extra costs of processing a credit card booking. Be aware that your credit card company may charge you additional fees - get in touch with them directly to find out more.

Credit card surcharge
1.99% of the total purchase price (debit cards and Bank Norwegian VISA are exempt).

Time	From	To	Stop	Duration	Price
12:50	Rome-Fiumicino	Copenhagen	1 stop	Duration: 8h 0m	497.60
12:50	Rome-Fiumicino	Copenhagen	1 stop	Duration: 8h 55m	497.60
21:55	Rome-Fiumicino	Copenhagen	1 stop	Duration: 7h 15m	196.50

Credit Card payment
[Certain credit cards may incur a fee...](#)

28. La condotta sopra descritta è stata posta in essere da Norwegian nei confronti dei consumatori italiani a partire dal mese di settembre 2015 - data

in cui, secondo quanto affermato dallo stesso professionista, è stato eliminato il sito *web* con estensione *.it*³⁵ e fino al 31 agosto 2016.

29. Dagli elementi acquisiti emerge pertanto che, da un lato, le modalità di prospettazione delle pagine *web* dedicate al processo di *booking on line*, nelle distinte versioni del sito, la vecchia versione in lingua italiana con estensione *.it*, e quella in lingua inglese (*Other Countries*) con estensione *.com*, entrambe destinate ai consumatori italiani, riportano in modo separato e non immediatamente visibile l'evidenza del costo aggiuntivo addebitato al termine del processo di prenotazione e che, dall'altro lato, la condotta posta in essere dal professionista impone ai consumatori italiani, a decorrere dal 13 giugno 2014, data di entrata in vigore nel nostro ordinamento delle nuove norme in materia di diritti dei consumatori³⁶, spese per l'utilizzo di determinati strumenti di pagamento³⁷.

C) Periodo di introduzione e modalità di calcolo della Credit card fee come voce di costo scorporata dal prezzo del biglietto

30. Gli elementi acquisiti al fascicolo nel corso del procedimento evidenziano che Norwegian ha introdotto una *fee* per gli acquisti *on line* sul proprio sito *internet* tramite alcune carte di credito nell'anno 2010. Le evidenze agli atti hanno altresì confermato che, fatta eccezione per alcuni specifici strumenti di pagamento (carte di debito, *Bank Norwegian Mastercard*, *Bank Norwegian Visa*) per ogni prenotazione effettuata sul sito *web* di Norwegian (nelle sue distinte versioni in lingua italiana e inglese utilizzate dai consumatori italiani nei periodi sopra indicati), il professionista richiede la corresponsione di una commissione denominata "*Credit card fee*" per il pagamento con determinate carte di credito (Amex, Diners, Mastercard, Visa, ecc.) che si è modificata nel tempo in relazione al *quantum*; in particolare, a decorrere dall'anno 2010 e fino all'8 luglio 2014, essa era stabilita in misura fissa (40 NOK, pari a circa 5 euro)³⁸ mentre, dal 8 luglio 2014 e fino al 31 agosto 2016³⁹, Norwegian ha imposto ai consumatori

³⁵ Cfr. doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo.

³⁶ L'art. 1 del d. lgs. n. 21/2014 - che ha recepito la Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, *sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio* (di seguito anche "CRD", Consumer Rights Directive) - ha interamente sostituito il Capo I del Titolo III della Parte III del Codice del Consumo, oggi denominato "*Dei diritti dei consumatori nei contratti*". Il decreto delegato in questione è entrato in vigore, appunto, il 13 giugno 2014,

³⁷ Cfr. le ulteriori rilevazioni effettuate in data 22 giugno, 7 e 19 luglio 2016 (complessive 176 pagine *web* rilevate sul sito *internet* www.norwegian.com nel periodo febbraio - luglio 2016) ed acquisite agli atti con i docc. nn. 20, 24 e 27 di cui all'indice del fascicolo.

³⁸ Cfr. <http://cambio-euro.it/valute/NOK-corona-norvegia/> cambio al 8 luglio 2014 (1€ = 8,396 NOK) – vedi precedente nota n. 5.

³⁹ Fatta eccezione per il breve periodo (29 maggio – settembre 2015) in cui Norwegian ha dichiarato di aver rimosso la *credit card fee*.

italiani, come prima descritto, una *fee* variabile pari all'1,99% del prezzo totale della transazione⁴⁰.

31. Tali elementi di costo si applicano alla singola transazione e non dipendono dalla tratta, dal numero di biglietti acquistati o dal numero di passeggeri.

32. Secondo quanto dichiarato dal professionista, il numero di transazioni effettuate tramite il sito *internet* in lingua italiana della Compagnia è stato *inferiore a 50.000* nel 2014 e *inferiore a 40.000* nel 2015⁴¹; ulteriori evidenze prodotte da Norwegian indicano che l'ammontare complessivo degli introiti derivanti dall'applicazione della *credit card fee* ai consumatori italiani nel triennio 2013 – 2015 è stato complessivamente pari a circa *[100.000 – 500.000]** euro (*[50.000 – 100.000]* nel 2013; *[100.000 – 200.000]* nel 2014; *[100.000 – 500.000]* nel 2015), *ammontare che rappresenta poco oltre il [1-5%] del valore delle transazioni complessivamente effettuate dai consumatori tramite credit card emesse in Italia e soggette al pagamento di una commissione nel triennio citato dal professionista*⁴².

33. Norwegian ha affermato che la maggioranza dei biglietti viene acquistata dai consumatori *on line* attraverso il proprio sito *web* (approssimativamente *inferiore all'80%*)⁴³. I titoli di viaggio Norwegian sono altresì veicolati tramite i cosiddetti *GDS Channels*⁴⁴ le cui tariffe sono offerte in *bundle* con altri servizi quali prenotazione del posto, bagaglio, ecc., inclusa la *credit card fee*.

D) Il regime di rimborsabilità del Costo della prenotazione e del Metodo di pagamento

34. Norwegian ha dichiarato che l'importo pagato dai consumatori quale "*Credit card fee*" rientra nella parte rimborsabile del biglietto nei casi in cui il passeggero abbia diritto ad un rimborso totale del biglietto (per esempio, in caso di cancellazione o modifica del volo), mentre esso non è dovuto in caso

⁴⁰ Cfr., in particolare, doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo.

⁴¹ Cfr. doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo in cui si indica anche che il numero di passeggeri trasportati da Norwegian aventi un aeroporto italiano come origine e/o destinazione è stato *superiore a 700.000* nell'anno 2014 e *superiore a 800.000* nel 2015.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁴² Secondo quanto reso noto da Norwegian (cfr. doc. n. 19 di cui all'indice del fascicolo), il valore delle transazioni effettuate nell'anno 2013 ammonta a *[1.000.000-5.000.000]* euro, nell'anno 2014 a *[5.000.000-10.000.000]* euro e *[5.000.000-10.000.000]* euro nell'anno 2015.

⁴³ Cfr. doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo.

⁴⁴ Il Global Distribution System (GDS) è una rete gestita da una società che consente transazioni automatizzate tra i fornitori di servizi di viaggio (principalmente le compagnie aeree, alberghi e società di noleggio auto) e le agenzie di viaggio

di rimborso parziale⁴⁵.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

35. In relazione al merito della condotta oggetto del presente procedimento, Norwegian ha affermato, in corso di istruttoria, che il [25-30]% dei propri clienti effettua transazioni senza utilizzo della carta di credito; ciò dimostrerebbe che i consumatori hanno la possibilità concreta e reale di non sostenere costi aggiuntivi in fase di prenotazione⁴⁶.

36. In ogni caso, il professionista, nel corso dell'audizione tenutasi in data 16 maggio 2016, ha evidenziato che il supplemento richiesto per l'acquisto dei biglietti aerei *on line* tramite il sito *www.norwegian.com*, pari all'1.99% del prezzo di acquisto, rappresenta una media dei costi operativi legati ai pagamenti con carte di credito sostenuti da Norwegian, precisando inoltre che detto supplemento è essenzialmente volto a compensare i costi sostenuti dalla compagnia, la quale, tramite la sua applicazione, recupera solo il [60-65]% dei costi totali sostenuti in relazione ai pagamenti effettuati tramite carta di credito⁴⁷.

37. Norwegian ha altresì reso noto il suo impegno, in corso di istruttoria, alla realizzazione di un sito *internet* in lingua italiana, dotato di un sistema di prenotazione *on line* risolutivo delle criticità evidenziate con la comunicazione di avvio del procedimento⁴⁸ che, secondo la comunicazione pervenuta all'Autorità in data 31 agosto 2016, è stato ultimato ed attivato alla nuova pagina *web* <https://www.norwegian.com/it/>.

38. Nella sua memoria conclusiva, il professionista ha preliminarmente evidenziato che, a seguito della richiesta dell'Autorità italiana *ex art. 9* del Regolamento n. 2006/2004⁴⁹ (CPC) all'omologa Autorità norvegese (*Forbrukerombudet*), la compagnia ha rimosso il sito italiano d'intesa con quest'ultima. Di conseguenza, a partire da tale momento⁵⁰, il canale tramite il quale i consumatori italiani possono acquistare *on line* voli aerei della compagnia è rappresentato solo dalla pagina *web* con estensione *.com*, in lingua inglese, rivolta ad un pubblico mondiale indistinto. Per effetto di tale eliminazione, Norwegian ritiene di aver riscontrato le richieste dell'Autorità già avanzate con il precedente invito a rimuovere i profili di scorrettezza

⁴⁵ Cfr. doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo.

⁴⁶ Cfr. doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo.

⁴⁷ Cfr. doc. n. 18 di cui all'indice del fascicolo, verbale dell'audizione del 16 maggio 2016.

⁴⁸ A tal proposito, il professionista ha depositato copia degli *screenshots* relativi al processo di prenotazione e acquisto *on line* successivamente implementate sul nuovo sito in lingua italiana, con particolare riferimento alle indicazioni dei prezzi dei biglietti aerei. Cfr. doc. n. 19 di cui all'indice del fascicolo.

⁴⁹ Regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 ottobre 2004 sulla cooperazione tra le Autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori («regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori»).

⁵⁰ E fino alla sua reintroduzione.

della condotta posta in essere inoltrate alla compagnia nel mese di dicembre 2013 (cd. *moral suasion*).

39. Secondo Norwegian, posto che l'unico caso in cui sarebbe ragionevole l'apertura di una istruttoria a seguito del procedimento di *moral suasion* si verificherebbe qualora l'Autorità si trovasse a dover sanzionare il mancato adeguamento del professionista all'invito formulato⁵¹, il fatto di aver concordato con l'Autorità norvegese⁵² l'eliminazione del sito in lingua italiana e il lasso di tempo intercorso tra la ricezione dell'invito e l'avvio del procedimento avrebbe ingenerato nel professionista un legittimo affidamento circa la liceità delle proprie condotte. Ciò perché le condizioni per procedere all'accertamento degli eventuali profili di illiceità risultavano già evidenti ed accertate, atteso che la "*fondatezza dei motivi*" risulta essere un presupposto essenziale ai fini dell'apertura di una *moral suasion*, e quindi l'Autorità avrebbe potuto procedere speditamente all'apertura di un procedimento istruttorio qualora non fosse stata soddisfatta dell'esito della *moral suasion*.

40. Ancora sotto il profilo del legittimo affidamento, Norwegian ritiene che l'Autorità non abbia operato nessuna distinzione tra le pratiche poste in essere tramite il sito con estensione *.it* e la prassi commerciale adottata sul sito *.com* in lingua inglese. In seguito alla soppressione del sito in lingua italiana concordata con l'Autorità norvegese, la compagnia poteva legittimamente ritenere che, avendo conformato la propria condotta a quanto richiesto dall'Autorità *riconosciuta competente*, nessun ulteriore procedimento potesse essere svolto sui medesimi fatti. Le contestazioni relative al sito in lingua italiana con estensione *.it* devono quindi considerarsi come risolte a seguito della conclusione del procedimento di *moral suasion*. Ogni ulteriore azione dell'Autorità sulle medesime condotte costituirebbe infatti, una violazione del principio del *ne bis in idem*⁵³.

⁵¹ La scelta di avviare un procedimento istruttorio sarebbe altrimenti contraria alla *ratio* dell'istituto della *moral suasion* ed ai principi di economicità e di buon andamento della pubblica amministrazione, *ex art. 97*, comma 2, Cost..

⁵² Il professionista, in proposito, evidenzia che la contestazione di cui all'avvio del procedimento è considerata una pratica commerciale scorretta dalla Autorità italiana, ma non da altre Autorità europee. Il "primo prezzo" non è comprensivo del corrispettivo per il pagamento con carta di credito anche nei siti in lingua inglese di altre compagnie che sono state sanzionate, per il loro sito italiano, dall'Autorità. Tali Compagnie hanno - ad esito dei noti procedimenti sanzionatori - modificato la presentazione dei prezzi qui in contestazione esclusivamente nei siti in lingua italiana, e l'Autorità non ha mai ritenuto di aprire un procedimento di inottemperanza nei loro confronti per la versione *.com* dei loro siti, che non ha subito modifiche.

⁵³ In relazione a questo aspetto, il professionista nella sua memoria ha richiamato anche i principi che regolano la cooperazione tra le Autorità dei diversi Stati membri in ambito europeo (CPC), in particolare l'articolo 9 "*Coordinamento delle attività di sorveglianza del mercato di esecuzione*", dal quale desume come l'obiettivo del legislatore europeo, sia quello di garantire l'applicazione uniforme delle norme a tutela della omogeneità delle condizioni di commercio nell'Unione; assicurare la cooperazione attraverso misure di scambio di informazioni; attuare in maniera omogenea e coerente, su tutto il territorio europeo, le misure esecutive. Tale obiettivo, secondo Norwegian, risponderebbe proprio alla necessità di scongiurare la violazione del principio del "*ne bis in idem*", che potrebbe verificarsi in presenza di una pluralità di

41. Avuto riguardo alla competenza dell’Autorità ad intervenire nel caso di specie, il professionista ha evidenziato che il provvedimento di avvio, notificato solo a seguito della eliminazione del sito *.it*, non potrebbe riguardare che la pratica commerciale posta in essere sul sito *.com* che corrisponde a quella accessibile da qualsiasi utente in qualsiasi parte del mondo esso si trovi. Sotto questo profilo, secondo Norwegian, se si riconoscesse la competenza dell’Autorità ad applicare i propri *standard* nazionali anche a condotte che non ledono direttamente i consumatori italiani/europei, ciò arrecherebbe grave pregiudizio al principio di non discriminazione penalizzando la compagnia rispetto all’insieme dei suoi *competitors*.

42. Infine, Norwegian, sebbene il Regolamento CPC non individui un criterio di riparto specifico, richiama lo studio denominato *Explanatory Memorandum of the Commission proposal for the CPC Regulation* secondo il quale “(..) l’Autorità nello Stato membro del consumatore è la più adatta a capire e a giudicare il danno sofferto dal consumatore, ma l’Autorità competente nello Stato membro dove ha sede l’impresa è la più adatta ad agire entro la propria giurisdizione e cultura nazionale”. Il professionista afferma altresì che, in base a tale studio, nel caso di più Autorità competenti il criterio di ripartizione porterebbe a ritenere che prevalga quello dell’Autorità dove ha sede l’impresa.

43. Alla luce di quanto esposto, Norwegian ritiene che i criteri utili al fine di identificare l’Autorità garante competente siano uno cronologico e l’altro territoriale, concludendo che la *Forbrukerombudet*, che aveva già manifestato la propria posizione in merito alle misure poste in essere da Norwegian relativamente al sito *.it* (ritenendole conformi alla normativa a tutela del consumatore), sia l’unica Autorità competente ad intervenire nei confronti della compagnia per quanto attiene al sito *.com*.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

44. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 9 agosto 2016 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

45. Con parere pervenuto in data 24 agosto 2016, l’Autorità per le Garanzie

determinazioni delle Autorità competenti di due o più Stati membri, in riferimento alla medesima questione di fatto.

nelle Comunicazioni ha limitato le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica, esprimendo il proprio parere nel senso che il consumatore, indotto alla consultazione diretta del sito *internet* per esaminare le offerte di biglietti aerei, non sufficientemente edotto dalle informazioni diffuse *on line* in merito ai costi dei servizi di trasporto aereo proposti, potrebbe, poi, effettivamente fruire delle prestazioni del professionista aderendo all'acquisto del biglietto, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

46. Pertanto, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

1) Questioni preliminari

47. Prima di procedere con le valutazioni sul merito della condotta posta in essere da Norwegian oggetto del presente provvedimento, giova affrontare le questioni di carattere preliminare sollevate dal professionista con il deposito della sua memoria conclusiva (sinteticamente riassunte al precedente paragrafo 35 e segg.) e concernenti, nell'ordine, il legittimo affidamento ingenerato dall'invito formulato al professionista nel mese di dicembre 2013 di rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale (cd. *moral suasion*), il riparto delle competenze e il dovere di leale cooperazione tra le Autorità degli stati membri, nonché l'incompetenza di questa Autorità ad intervenire su un sito *web* con estensione *.com*.

48. Per ciò che concerne la questione del legittimo affidamento, si rileva che, come risulta dalle evidenze agli atti, già nel dicembre del 2013 questa Autorità aveva invitato il professionista, ai sensi dell'art. 4, comma 2, del regolamento sulle procedure istruttorie al tempo vigente⁵⁴, a rimuovere i profili di possibile scorrettezza della condotta posta in essere. In particolare, l'Autorità aveva richiesto a Norwegian, tra l'altro, di riportare, sin dalla prima indicazione di prezzo fornita ai consumatori dal sistema di prenotazione e acquisto *on line* presente sul sito *internet* in lingua italiana

⁵⁴ Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007.

della compagnia (www.norwegian.com/it), il prezzo dei biglietti aerei offerti comprensivo dell'importo di 5 euro a transazione addebitato a titolo di "credit card fee" solo nella fase conclusiva del processo di prenotazione.

49. A tale specifica richiesta il professionista non ha mai fornito alcun riscontro, né tanto meno ha mai documentato di avere accolto l'invito ad esso formulato modificando, nel senso indicato, la condotta oggetto di contestazione. A tale inerzia non è seguita (e non poteva seguire) alcuna presa d'atto da parte di questa Autorità rispetto ad un comportamento mai assunto dalla compagnia che fosse rivolto all'eliminazione dei citati, specifici, profili di scorrettezza riscontrati nei confronti dei consumatori italiani. Conseguentemente, nessuna archiviazione del caso è mai stata notificata al professionista.

50. Nonostante il mancato adeguamento alla *moral suasion* e prima della "ragionevole" apertura (come definita dallo stesso professionista) di un'istruttoria, nel novembre 2014 l'Autorità richiedeva - *ex art. 9 del Regolamento n. 2006 del 2004* - la cooperazione dell'Autorità norvegese attraverso la rete CPC sollecitando, in particolare, un suo intervento al fine di far cessare la pratica commerciale posta in essere da Norwegian nei confronti dei consumatori italiani.

51. Fino a quello stadio, pertanto, nessun legittimo affidamento può essere invocato dal professionista circa l'avvenuta rimozione della condotta illecita.

52. Tale assunto, contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, vale anche per il periodo intercorrente tra la richiesta di assistenza all'Autorità norvegese e l'avvenuta comunicazione di avvio del procedimento istruttorio (novembre 2014 – novembre 2015).

53. Infatti, sulla base dello scambio di informazioni intercorso nel citato periodo tra questa Autorità e quella norvegese, non emerge alcuna intesa tra la *Forbrukerombudet* e Norwegian circa il fatto che l'eliminazione del sito in lingua italiana avrebbe fatto venir meno i profili di illiceità della condotta contestata. Le evidenze dimostrano invece che a partire dal 29 maggio 2015 e fino all'eliminazione del sito in lingua italiana il professionista aveva rimosso la *credit card fee* e che l'Autorità norvegese comunicava prontamente all'Autorità italiana che "*Norwegian has reported that they have removed the payment fee from the Italian website entirely. It is in our opinion that this practice is now in accordance with the legal requirements*"⁵⁵. Diversamente da quanto affermato da Norwegian, quindi, la decisione di rimuovere, in data 18 settembre 2015, il sito con estensione *.it*, è

⁵⁵ *Cfr.* il doc. n. 6 di cui all'indice del fascicolo, in particolare sempre la comunicazione dell'Autorità norvegese del 1 giugno 2015, con il doc. n. 28, pag.11, memoria conclusiva del professionista

stata assunta dal professionista⁵⁶ e non è stata concordata con l’Autorità norvegese che aveva invece valutato positivamente la sola rimozione del *surcharge*.

54. Quanto sopra esposto, non solo fa venir meno il preteso legittimo affidamento di Norwegian circa il fatto che *nessun ulteriore procedimento potesse essere svolto sui medesimi fatti*, ma dimostra al contempo che non sussiste alcun conflitto tra questa Autorità e quella norvegese riguardo alla valutazione della condotta (illecita) tenuta dal professionista, alle misure (nulle e/o inefficaci) da questi poste in essere dal dicembre 2013 e fino al 31 agosto 2016 (data di reintroduzione del sito in lingua italiana senza applicazione del *credit card surcharge*) né, tanto meno, la condotta di questa Autorità risulta contraria ai principi che regolano la cooperazione tra le Autorità dei diversi Stati membri in ambito europeo.

55. Il professionista sostiene, inoltre, che il sito *internet* della compagnia è destinato alla clientela *worldwide* e non più diretto (dal settembre 2015) ai soli consumatori italiani⁵⁷; per cui, il procedimento avviato sarebbe in chiara violazione delle regole di riparto delle competenze istituite al livello europeo in materia di protezione dei consumatori.

56. Sul punto, giova preliminarmente chiarire che, dopo l’eliminazione del sito *internet* con estensione *.it*, i consumatori italiani hanno avuto la possibilità di acquistare voli aerei Norwegian *on line* unicamente accedendo all’indirizzo *web www.norwegian.com* – sezione *Other Countries* – redatta in lingua inglese.

57. Secondo quanto previsto all'articolo 6 del regolamento (CE) n. 593/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio sulla legge applicabile alle obbligazioni contrattuali, se il professionista svolge le sue attività nel paese in cui il consumatore ha la residenza abituale o se *dirige tali attività* verso tale paese o vari paesi tra cui quest'ultimo, il contratto è disciplinato dalla legge del paese nel quale il consumatore ha la residenza abituale⁵⁸.

58. Il concetto di "dirigere" le proprie attività commerciali o professionali verso il paese del consumatore è stato affrontato dalla Corte di giustizia nelle cause riunite C-585/08 e C-144/09, *Peter Pammer e Hotel Alpenhof GesmbH*. La sentenza individua una serie di criteri per stabilire se un sito è "diretto" a uno specifico Stato membro, per esempio se il sito usa una lingua o una moneta diverse.

⁵⁶ Cfr. doc. n. 6 di cui all’indice del fascicolo, in particolare la comunicazione del 18 settembre 2015 in cui l’Autorità norvegese informa che “*Norwegian has decided to remove the Italian website.*”.

⁵⁷ Cfr. doc. n. 28 di cui all’indice del fascicolo – memoria conclusiva del professionista, pagg. 4 e 19.

⁵⁸ Se le parti scelgono una legge diversa, tale scelta non può privare il consumatore della protezione riconosciuta dalle disposizioni imperative del Suo paese di residenza.

59. In particolare, il punto 92 di tale sentenza afferma che “(...) *al fine di stabilire se l’attività di un commerciante, presentata sul suo sito Internet o su quello di un intermediario, possa essere considerata «diretta» verso lo Stato membro sul territorio del quale il consumatore sia domiciliato, (...), occorre verificare se, prima dell’eventuale conclusione di un contratto con il consumatore, risulti da tali siti Internet e dall’attività complessiva del commerciante che quest’ultimo intendeva commerciare con consumatori domiciliati in uno o più Stati membri, tra i quali quello di domicilio del consumatore stesso, nel senso che era disposto a concludere contratti con i medesimi*”.

60. Il successivo punto 93 richiama una serie di elementi, *il cui elenco non è esaustivo*, che possono costituire indizi che consentono di ritenere che l’attività del commerciante sia diretta verso lo Stato membro di domicilio del consumatore, tra i quali: **i)** *la natura internazionale dell’attività;* **ii)** *l’indicazione di itinerari a partire da altri Stati membri per recarsi presso il luogo in cui il commerciante è stabilito;* **iii)** *la menzione di una clientela internazionale composta da clienti domiciliati in Stati membri differenti*⁵⁹.

61. Nel caso di specie, è indubitabile che l’attività di Norwegian, in presenza di tutti gli elementi sopra menzionati (che, come detto, non sono neanche esaustivi), sia diretta nei confronti dei consumatori italiani attraverso il proprio sito con estensione .com in lingua inglese (a partire dal settembre 2015 e fino alla data di reintroduzione del sito in lingua italiana) dove, in concreto, si realizza la conclusione del contratto di trasporto con i citati consumatori italiani (e non la mera accessibilità). Non è peraltro dubitabile che la natura stessa dell’attività del professionista sia rivolta a consumatori domiciliati in uno o più Stati membri dell’Unione.

62. Dal momento in cui il professionista ha deciso, per libera scelta commerciale, di eliminare il sito in lingua italiana (mantenendo, al contempo, le versioni nelle principali lingue dei paesi dell’Unione (svedese, spagnola, danese, tedesca, francese, ecc.)⁶⁰ riservando, ai consumatori di lingua differente da quelle presenti sul sito (tra cui gli italiani), la sezione *Other Countries* in lingua inglese, è evidente che tali consumatori non hanno avuto altra opzione che utilizzare detta sezione, soccorrendo loro, ai fini della tutela consumeristica, il menzionato articolo 6 del regolamento (CE) n. 593/2008 che prevede che il contratto venga disciplinato dalla legge del paese nel quale il consumatore ha la residenza abituale.

⁵⁹ Spetta al giudice nazionale verificare la sussistenza di tali indizi.

⁶⁰ *Cfr.*, a titolo esemplificativo, il doc. n. 27, pagg. 1 e 2, di cui all’indice del fascicolo (verbale di acquisizione agli atti del 19 luglio 2016) dal quale si evince che l’home page del sito del professionista riporta i *link* per l’accesso alle versioni del sito stesso nelle diverse lingue presenti.

63. Affermare il contrario porterebbe al paradosso che qualsiasi sito *internet* apprestato da un professionista, specie se non appartenente all'UE come la Norvegia, con estensione diversa dal *.it* e redatto in una lingua diversa dall'italiano, all'interno del quale fosse possibile concludere contratti a distanza di natura commerciale, priverebbe i consumatori italiani della tutela loro riservata dalle leggi del nostro ordinamento e/o di quelle comunitarie.

64. Sulla base delle considerazioni sopra esposte, pertanto, anche con riferimento a tale aspetto, le obiezioni sollevate da Norwegian risultano prive di fondamento data la piena competenza dell'Autorità ad intervenire nei casi come quello oggetto del presente provvedimento.

2) Il credit card surcharge e il pertinente dettato normativo

65. Secondo un orientamento costante dell'Autorità⁶¹, confermato dal giudice amministrativo⁶², la falsa rappresentazione del reale costo del biglietto aereo nelle pubblicità e/o all'inizio del processo di prenotazione/acquisto *on line* attraverso lo scorporo *ex ante* dalla tariffa di supplementi di spesa non eventuali, inevitabili e prevedibili - perché interni al controllo del vettore -, induce in errore il consumatore medio circa il prezzo effettivo del servizio offerto⁶³ e perciò costituisce una pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo⁶⁴.

66. L'Autorità ha infatti ritenuto che le norme del Codice del Consumo (artt. 18 e segg.) che hanno recepito la Direttiva n. 2005/29 sulle pratiche commerciali scorrette imponessero l'obbligo di informare il consumatore circa l'esistenza di sovrapprezzi applicati per qualsivoglia motivo (per l'uso di un determinato mezzo di pagamento, per spese amministrative, gestionali o di spedizione, ecc.) sin dal primo contatto con il consumatore.

⁶¹ A titolo esemplificativo *cf.* *Provvedimento n. 22341 del 28 aprile 2011 - PS3773 - Blu-Express - costi eccessivi per pagamenti con carta di credito; Provvedimento n. 23279 dell'8 febbraio 2012 - PS7505 - AIR BERLIN- Spese amministrative - e Provvedimento n. 25543 del 1° luglio 2015 - PS9670 TRANSAVIA.COM- Supplementi per pagamenti con carta di credito e prenotazioni.*

⁶² Cons. Stato, 24 settembre 2012, n. 5073 e, *inter alia*, Tar del Lazio nella sentenza n. 3318/2012, del 12 aprile 2012 relativa al caso PS892 – Ryanair.

⁶³ Nel caso specifico del *credit card surcharge*, il semplice fatto di dover concludere la transazione con uno strumento elettronico di pagamento, peraltro unica modalità possibile, comportava l'applicazione di una *fee* aggiuntiva, di incidenza apprezzabile (specie nell'acquisto di voli c.d. *low cost*) rispetto al prezzo del biglietto originariamente rappresentato.

⁶⁴ Nelle pronunce dell'Autorità ha assunto rilievo anche quanto statuito dall'art. 23 del regolamento comunitario n. 1008/2008. Tutte le delibere emanate, infatti, hanno inteso stabilire il principio secondo il quale "*Il prezzo dei biglietti per il trasporto aereo deve essere chiaramente ed integralmente indicato, sin dal primo contatto con il consumatore e deve comprendere tutti gli elementi di costo inevitabili e prevedibili in modo da rendere immediatamente e chiaramente percepibile l'esborso finale*". L'articolo 23 del Regolamento citato ha costituito (e costituisce) un mero parametro normativo di riferimento idoneo a delimitare il limite minimo di diligenza che un professionista dovrebbe comunque osservare nell'espletamento della sua attività di vendita del servizio di trasporto aereo passeggeri.

67. Nel caso di specie, tale orientamento costituisce il parametro di valutazione del comportamento di Norwegian consistente nell'applicazione di oneri ricompresi nella voce *credit card* al termine della vendita *on line* dei propri voli aerei, a decorrere dall'anno 2010 e fino al 13 giugno 2014.

68. A partire da tale data, infatti, assume preminente rilievo sul piano normativo, così come evidenziato nella comunicazione di estensione oggettiva delle contestazioni mosse con l'avvio del presente procedimento PS9235⁶⁵, l'art. 62 del medesimo Codice del Consumo, così come novellato dal d.lgs. 21 febbraio 2014, n. 21⁶⁶ il quale ha disposto il divieto assoluto per il “*venditore*” di qualsiasi prodotto (il professionista che opera in un settore diverso da quello finanziario-credizio) di imporre all'*acquirente* (il consumatore) spese per l'utilizzo di un determinato mezzo di pagamento quale, ad esempio, le carte di credito. Tale divieto è applicabile, quindi, a far data dal 13 giugno 2014.

69. Pertanto, considerato il periodo temporale in cui la condotta consistente nell'applicazione del supplemento connesso al pagamento con carta di credito è stata posta in essere, così come chiaramente delineatosi sulla base delle evidenze istruttorie agli atti [*cf.* precedente Punto III, n. 2), lett. C)], nel caso di specie, e per i motivi che di seguito si esporranno, la citata condotta di Norwegian, si pone in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, commi 1 e 2 del Codice del Consumo per il periodo intercorrente dalla sua introduzione da parte del professionista (anno 2010) e fino al 13 giugno 2014, nonché, per il periodo successivo, in violazione del novellato art. 62 del medesimo Codice.

Valutazioni di merito

70. Il presente provvedimento concerne l'illiceità del comportamento posto in essere da Norwegian consistente nel fornire all'inizio del processo di prenotazione e acquisto *on line* – sia nel *vecchio sito italiano* (www.norwegian.com/it, dall'anno 2010 e fino al mese di settembre 2015) sia nella versione in lingua inglese (www.norwegian.com dal mese di settembre 2015 al 31 agosto 2016) – la prima indicazione dei prezzi dei biglietti aerei offerti scorporando la commissione per il pagamento con carta di credito (*credit card fee*), indipendentemente dalla tratta selezionata, che viene automaticamente addebitata ai consumatori italiani al termine del processo di prenotazione e acquisto *on line*.

71. In particolare, la condotta descritta al precedente Punto II evidenzia

⁶⁵ *Cfr.* doc. n. 16 di cui all'indice del fascicolo.

⁶⁶ D.lgs. 21 febbraio 2014, n. 21 recante “Attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, recante modifica delle direttive 93/13/CEE e 1999/44/CE e che abroga le direttive 85/577/CEE e 97/7/CE”.

come, una volta che il consumatore ha selezionato il volo prescelto tra le diverse opzioni mostrate, il prezzo totale che compare nella sezione laterale delle distinte versioni del sito *internet* del professionista⁶⁷ non include la commissione prevista da Norwegian in caso di pagamento del biglietto con alcune tra le principali carte di credito (Amex, Diners, Mastercard, Visa, ecc.), onere che si palesa solo al termine del processo di prenotazione/acquisto *on line* e tale da aumentare in maniera non trascurabile il prezzo complessivo del servizio per il consumatore.

72. L'addebito di tale onere aggiuntivo incrementa, pertanto, il prezzo indicato al momento della scelta di acquisto, coincidente con l'inizio del processo di prenotazione presente sul sito *internet* del professionista (nelle sue distinte versioni) che, oltre ad essere reso noto successivamente alla selezione del volo, risulta tale da imporre spese ai consumatori italiani per l'acquisto di un titolo di viaggio nel momento in cui essi utilizzano determinati strumenti di pagamento.

a) La condotta posta in essere nei confronti dei consumatori che hanno effettuato transazioni *online* dalla data di introduzione della *credit card fee* (anno 2010) e fino al 13 giugno 2014

73. Con riferimento alle transazioni effettuate *on line* dalla data di introduzione della *credit card fee* (anno 2010) e fino al 13 giugno 2014, dalle evidenze istruttorie agli atti è emerso che il prezzo del servizio di trasporto aereo proposto da Norwegian all'inizio del sistema di prenotazione *on line* risulta sempre inferiore a quello effettivamente pagato dai consumatori al termine del processo di acquisto proprio a causa dell'ordinaria applicazione da parte del professionista dell'onere aggiuntivo precedentemente descritto (*Commissione carta di credito*).

74. Tale condotta appare scorretta rispetto ai principi di trasparenza informativa che devono essere osservati dal professionista, indipendentemente dal mezzo di comunicazione utilizzato, ai fini di una corretta rappresentazione del prezzo di un biglietto aereo e, con particolare riferimento alla voce *Commissione carta di credito*, alla reale natura e alle modalità di calcolo di tale supplemento addebitato dal professionista.

75. Il prezzo dei biglietti per il trasporto aereo deve essere infatti chiaramente ed integralmente indicato, sin dal primo contatto con il consumatore, in modo da rendere immediatamente e chiaramente percepibile l'esborso finale necessario per l'acquisto del biglietto aereo offerto.

76. Tale principio trova conferma non solo nella giurisprudenza

⁶⁷ *Le mie selezioni di viaggio* nella versione in lingua italiana e *My travel selections* nella versione in lingua inglese.

amministrativa, ma anche nella normativa nazionale (Legge n. 40/2007), nel Regolamento CE n. 1008/2008, e, più recentemente, nella sentenza 15 gennaio 2015 della Corte di Giustizia Europea⁶⁸.

77. Come rilevato nel corso degli accertamenti istruttori, nel periodo in riferimento il sistema di prenotazione *on line* presente sul sito *internet* di Norwegian non risulta conforme ai richiamati principi di trasparenza e completezza informativa.

78. L'addebito della commissione per il pagamento con determinate carte di credito, come già rilevato, viene infatti reso noto al consumatore successivamente alla selezione del volo al quale è abbinata una determinata tariffa – che è quella su cui si basa la scelta di acquisto del consumatore all'inizio del processo di prenotazione - e si aggiunge a questa nel determinare il prezzo finale da pagare soltanto al termine del processo di acquisto.

79. Tale modalità di rappresentazione del prezzo del servizio, secondo l'ormai consolidato orientamento dell'Autorità⁶⁹, è da considerarsi scorretta in quanto, non includendo *ab origine* nella tariffa proposta un elemento di costo necessario, fornisce un'ambigua e incompleta rappresentazione delle condizioni economiche richieste per l'acquisto del servizio, confondendo il consumatore rispetto all'esborso complessivo da sostenere per il volo prescelto.

80. Sulla base di questo principio, appare privo di pregio quanto sostenuto dal professionista quando afferma che il supplemento richiesto per l'acquisto dei biglietti aerei *on line* tramite il sito della compagnia è essenzialmente volto a compensare i costi sostenuti in relazione ai pagamenti effettuati tramite carta di credito⁷⁰.

81. Il supplemento *de quo*, per i motivi che di seguito si esporranno, si configura, quale elemento di costo inevitabile e prevedibile richiesto da Norwegian per la fornitura del servizio di trasporto aereo e, in quanto tale, costituisce parte integrante del prezzo del biglietto.

82. Infatti, proprio sulla base di quanto dichiarato dal professionista, il corrispettivo del supplemento richiesto per il pagamento tramite carta di

⁶⁸ Corte di Giustizia, Quinta Sezione, sentenza 15 gennaio 2015, causa C-573/13. In questa sentenza, la Corte, tra l'altro, ha confermato il principio secondo il quale "*L'articolo 23, paragrafo 1, secondo periodo, del regolamento (CE) n. 1008/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 settembre 2008, recante norme comuni per la prestazione di servizi aerei nella Comunità, deve essere interpretato nel senso che, nell'ambito di un sistema di prenotazione elettronica (...), il prezzo finale da pagare deve essere precisato ad ogni indicazione dei prezzi dei servizi aerei, ivi compresa la loro prima indicazione*" (sottolineatura aggiunta).

⁶⁹ Cfr. oltre ai provvedimenti indicati nella precedente nota n. 61, anche il provv. n. 22340 (PS3771 - GERMANWINGS-COMMISSIONI CARTA DI CREDITO) in Boll. n.17/11 del 16 maggio 2011 e il provv. n. 22511 (PS892 – RYANAIR) in Boll. n.24/11 del 4 luglio 2011.

⁷⁰ Cfr. doc. n. 18 di cui all'indice del fascicolo.

credito stabilito, sempre nel periodo di riferimento, in misura fissa (40 NOK, pari a circa 5 euro), è direttamente riferibile al costo dell'utilizzo per Norwegian di un determinato strumento di pagamento.

83. Si tratta, pertanto, di un costo generale che, in quanto tale, andrebbe ricompreso nella tariffa proposta ai consumatori al momento della scelta all'inizio del processo di prenotazione via *internet*. Esso, infatti, non corrisponde a un servizio diverso e ulteriore, rispetto a quello di trasporto, ma risulta inscindibilmente connesso a tale servizio dal momento che viene normalmente applicato dal professionista indistintamente a tutti i biglietti venduti *on line* e per il medesimo importo. Si tratta, pertanto, di un componente di costo del servizio offerto da Norwegian non separabile dal prezzo del biglietto aereo.

84. La reale natura del *credit card surcharge*, quale componente del servizio di trasporto e del relativo prezzo, risulta, del resto, confermata dal regime di rimborsabilità cui è soggetto tale importo che, come chiarito dalla Parte stessa, segue esattamente quello della tariffa nei casi in cui è previsto il rimborso totale del biglietto⁷¹.

85. Tale onere, dunque, è il risultato dell'arbitraria estrapolazione di un elemento di costo dalla tariffa aerea, elemento che viene aggiunto automaticamente e in un momento successivo - la fase di conferma della prenotazione a conclusione del processo di acquisto - a quello in cui il consumatore effettua la scelta del volo e della tariffa di interesse, incrementando il prezzo del biglietto.

86. Fermo restando il fatto che la società è libera di diversificare le proprie tariffe a seconda del canale di vendita utilizzato, in ogni caso, il consumatore che acquista direttamente sul sito di Norwegian deve poter avere piena contezza, al momento della scelta effettuata all'inizio del processo di prenotazione, di tutti gli oneri certi, prevedibili e inevitabili che dovrà sopportare, tra i quali rientra certamente la *Commissione carta di credito*.

87. Peraltro, si osserva che i più volte richiamati principi di trasparenza tariffaria (espressamente codificati dalla normativa comunitaria) prescrivono in ogni caso il divieto di scorporo dal prezzo del biglietto aereo, comunque reclamizzato, delle voci di costo che non riguardano servizi diversi da quello del trasporto passeggeri⁷².

88. L'illiceità della condotta in esame risulta infine dalle stesse modalità utilizzate dal professionista per indicare, nelle pagine *web* del processo di prenotazione *on line*, la sussistenza dell'onere in argomento.

⁷¹ Cfr. precedente Punto III, n. 2), lett. D).

⁷² Restando nella piena libertà dell'impresa riconoscere sconti e riduzioni di prezzo al verificarsi di particolari situazioni quali, ad esempio, l'utilizzo di un particolare strumento di pagamento che si intenda favorire per motivi di efficienza o convenienza economica.

89. Si rileva, infatti, che le modalità di presentazione della *Commissione carta di credito*, nella versione rilevata in data 6 novembre 2013 (vedi precedenti Immagini nn. 1, 2 e 3), si sostanziano in un *link* di colore rosso, posto di lato in fondo alla parte destra della pagina *web*, dove viene indicato, in caratteri ridotti, che “*Alcune carte di credito possono prevedere il pagamento di una commissione*”, in modo separato dal prezzo del biglietto e di non immediata leggibilità per il consumatore; in particolare, cliccando su tale *link*, posto in basso a destra della pagina ed in caratteri minuscoli, di non agevole accessibilità per il consumatore, si apre una finestra in lingua inglese che informa circa gli *Optional service and charge*, scorrendo la quale, nella sezione *Booking Charges*, si ritrova il sovrapprezzo che il professionista addebita quale *Credit card fee per reservation*, pari a 5 euro.

90. Quanto appena evidenziato porta a concludere che le descritte modalità di rappresentazione dell'elemento di costo in esame non consentono al consumatore di comprendere qual è il prezzo praticato alla singola prenotazione desiderata e nemmeno di effettuare, contestualmente alla scelta manifestata in corso di prenotazione, un semplice calcolo al fine di determinarlo.

91. Alla luce di quanto esposto, la presentazione delle tariffe dei servizi di trasporto offerti da Norwegian sul proprio sito *internet* attraverso lo scorporo dell'importo della *Commissione carta di credito* dal prezzo del biglietto all'inizio del processo di prenotazione *on line*, non rispondono, per il periodo in riferimento, ai criteri di trasparenza e completezza informativa cui il professionista deve attenersi quando promuove la propria offerta tariffaria e, di conseguenza, non consentono al consumatore, sin dal primo contatto, di conoscere l'effettivo prezzo del biglietto, inclusivo dell'insieme di voci di costo che lo compongono (secondo la classificazione di tariffa, tasse e supplementi).

92. Nel caso di specie, la condotta del vettore risulta non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell'attività svolta. Il rispetto dei generali principi di correttezza e buona fede, declinati anche alla luce delle prescrizioni normative nazionali e comunitarie, impone infatti ai vettori aerei di assicurare, nelle proprie comunicazioni commerciali, la trasparenza tariffaria e la chiarezza delle informazioni fornite ai consumatori al fine di consentire loro una piena e immediata percezione degli elementi essenziali delle offerte proposte; trasparenza e chiarezza che, nel caso in esame, risultano compromesse per effetto dell'indebito scorporo dal prezzo del biglietto di un onere economico non eventuale e prevedibile *ex ante* e, come tale, interamente riconducibile alla politica tariffaria del professionista.

93. Pertanto, per i motivi sopra esposti, tale condotta, posta in essere dal professionista dall'anno 2010 e fino al 13 giugno 2014, deve ritenersi contraria agli artt. 20, 21, comma 1, lettera d) e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto il professionista non fornisce un'immediata, chiara e completa indicazione della presenza, entità e natura di un onere aggiuntivo, denominato *Commissione carta di credito*, economicamente apprezzabile rispetto al prezzo del biglietto inizialmente proposto al consumatore, che si viene ad aggiungere, al termine del processo di prenotazione *on line*, al prezzo della totalità dei biglietti offerti dal vettore ai consumatori italiani per ogni transazione effettuata.

b) La condotta posta in essere nei confronti dei consumatori che hanno effettuato transazioni *on line* dopo il 13 giugno 2014

94. In via preliminare, come sopra evidenziato, si rileva che l'eliminazione della versione in lingua italiana del sito *internet* del professionista e la conseguente sua sostituzione, a decorrere dal mese di settembre 2015 (e fino al 31 agosto 2016), con una versione analoga in lingua inglese, non è sufficiente ad eliminare i profili di illiceità della condotta posta in essere dal vettore aereo norvegese dal momento che, comunque, tale versione rappresenta l'unico canale tramite il quale i consumatori italiani hanno potuto acquistare *on line* i voli aerei offerti dalla compagnia, anche con riferimento ai collegamenti diretti tra le principali città italiane e il nord Europa.

95. Ciò premesso, si rileva - come rappresentato *supra* - che a decorrere dal 13 giugno 2014, assume rilievo, quale parametro di valutazione della condotta del professionista, l'entrata in vigore del novellato art. 62 del Codice del Consumo⁷³ il quale, al comma 1, prevede che “*Ai sensi dell'articolo 3, comma 4, del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 11*⁷⁴, *i professionisti non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di*

⁷³ L'art. 1 del d. lgs. n. 21/2014 – di recepimento della Direttiva 2011/83/UE (cd. *Consumer Rights*) - ha interamente sostituito il Capo I del Titolo III della Parte III del Codice del Consumo (artt. da 45 a 67). Per ciò che interessa in questa sede, si rileva che l'art. 62 del Codice del consumo ha recepito l'art. 19 della direttiva *Consumer Rights* citata che stabilisce che “*Gli Stati membri vietano ai professionisti di imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, tariffe che superino quelle sostenute dal professionista per l'uso di detti strumenti*”.

Si rileva, altresì, che ai sensi dell'art. 66, comma 3, del Codice del Consumo, che rinvia all'art. 27, commi da 2 a 15, l'Autorità ha il potere di sanzionare per le violazioni delle disposizioni contenute nelle Sezioni da I a IV del Capo I del Titolo III della Parte III del Codice.

⁷⁴ D.lgs. 27 gennaio 2010, n. 11 di attuazione della Direttiva 2007/64/CE relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno. Tale Direttiva (“Direttiva PSD”), stabiliva all'art. 52, comma 3, che: “*Il prestatore di servizi di pagamento non impedisce al beneficiario (il soggetto previsto quale destinatario dei fondi oggetto dell'operazione di pagamento) di imporre una spesa o di proporre una riduzione al pagatore (il soggetto titolare di un conto di pagamento ovvero in mancanza di conto, il soggetto che impartisce un ordine di pagamento) per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento. Tuttavia, gli Stati membri possono vietare o limitare il diritto di imporre spese tenendo conto della necessità di incoraggiare la concorrenza e di promuovere l'uso di strumenti di pagamento efficaci*” (sottolineatura aggiunta).

determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti, ovvero nei casi espressamente stabiliti, tariffe che superino quelle sostenute dal professionista". Tale disposizione, infatti, secondo quanto stabilito dall'art. 47, comma 1, lett. m), del medesimo Codice, si applica anche ai servizi di trasporto passeggeri⁷⁵.

96. Con la disposizione in questione, il legislatore ha inteso vietare, in via generale, l'imposizione da parte dei professionisti e nei riguardi dei consumatori, di spese per l'uso di un determinato strumento di pagamento.

97. L'art. 62 riguarda infatti l'utilizzo di qualsiasi mezzo di pagamento, compreso il contante (ma anche bonifici, buoni e *gift card*, addebiti diretti, sistemi alternativi o dispositivi). In questa ottica, "gli strumenti di pagamento" rappresentano un *genus* della famiglia dei "mezzi di pagamento", al cui interno è presente, di certo, anche la specie "carte di pagamento".

98. Solo nei casi espressamente stabiliti, è possibile per il professionista applicare una maggiorazione, tale però da non superare i costi effettivamente sostenuti dal medesimo professionista. Allo stato attuale, tuttavia, non è stata introdotta nel nostro ordinamento alcuna deroga al citato precetto per cui, fermo restando che i beneficiari possono proporre riduzioni di prezzo ai pagatori, sui beni e servizi commercializzati, a fronte dell'utilizzo di specifici strumenti di pagamento, deve ritenersi che il divieto sia generalizzato senza eccezione alcuna⁷⁶.

99. Alla luce di quanto esposto, il divieto *assoluto* di imporre spese all'*acquirente* (il consumatore) per l'utilizzo di un determinato mezzo di pagamento (i.e. alcune tra le principali carte di credito in uso nel mercato italiano), è tale da assorbire, nel caso di specie, gli altri profili inerenti le modalità di presentazione ai consumatori del sovrapprezzo *de quo* e/o del suo *quantum*, rilevando in via principale l'applicazione in sé di detto sovrapprezzo che, essendo indubitabilmente collegato e corrispondente all'utilizzo di uno strumento di pagamento da parte dei consumatori che

⁷⁵ Tale disposizione prevede, infatti, che i servizi di trasporto passeggeri sono esclusi dall'ambito di applicazione delle norme introdotto dal d. lgs. n. 21/2014, ad eccezione dell'art. 51, comma 2, e degli articoli 62 e 65. A tale riguardo può anche rammentarsi quanto affermato nel considerando n. 27 della Direttiva 2011/83 UE: "il trasporto di passeggeri dovrebbe essere escluso dall'ambito di applicazione della presente direttiva in quanto è già soggetto ad altra legislazione dell'Unione oppure, nel caso dei trasporti pubblici e dei taxi, a normative a livello nazionale. Tuttavia, le disposizioni della presente direttiva di protezione dei consumatori in caso di tariffe eccessive per l'utilizzo di mezzi di pagamento o in caso di costi occulti dovrebbero essere applicate anche ai contratti di trasporto passeggeri".

⁷⁶ Lo Stato Italiano, attuando in maniera rigorosa la Direttiva 2007/64/CE che pure lasciava liberi gli Stati di vietare o meno la *surcharge fee*, si avvalso della facoltà di cui all'articolo citato e ha scelto in via generale il divieto di imporre sovrapprezzi sugli strumenti di pagamento (al fine di favorire lo sviluppo di strumenti di pagamento elettronici a scapito della moneta e degli assegni). Il Decreto legislativo n. 11 del 27 gennaio 2010 di attuazione della richiamata Direttiva prevede, infatti, all'articolo 3, comma 4, che: "Il beneficiario non può applicare spese al pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento".

vogliono acquistare un volo Norwegian, si pone, a decorrere dal 13 giugno 2014 - per i motivi sopra esposti - in chiara violazione del citato art. 62 del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

100. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

101. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

102. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione del professionista, terza compagnia aerea *low cost* in Europa, che, in base all'ultimo bilancio disponibile (31 dicembre 2015), ha riportato nel medesimo anno un *Operating revenue* pari a 22.491 milioni di NOK⁷⁷ (oltre 2 miliardi di euro) ed un *net profit* di 246 milioni di NOK (oltre 24 milioni di euro), potendosi ritenere, pertanto, un'importante impresa nel settore del trasporto aereo di passeggeri e merci nel segmento *low cost*, operante su numerose tratte europee e che gode di crescente notorietà presso il pubblico avendo trasportato nell'anno 2015 circa 26 milioni di passeggeri⁷⁸ (il numero di passeggeri trasportati aventi un aeroporto italiano come origine e/o destinazione è stato *superiore a 700.000* nell'anno 2014 e *superiore a 800.000* nel 2015).

103. Si tiene altresì conto, anche sulla base del parere espresso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, dell'idoneità della pratica a raggiungere un numero considerevole di consumatori, considerato, in particolare, che il numero di transazioni effettuate tramite il sito *internet* in lingua italiana della Compagnia è stato *inferiore a 50.000* nel 2014 e *inferiore a 40.000* nel 2015.

104. Sempre con riguardo alla gravità deve essere, altresì, considerato, nel caso di specie, il pregiudizio economico per i consumatori, desumibile

⁷⁷ Cfr. http://www.norwegian.com/globalassets/documents/annual-report/nas_annualreport_2015.pdf. Il Nok corona norvegese, come già evidenziato, è pari a circa 0,10 euro.

⁷⁸ Cfr. precedente nota n.1.

dall'ammontare complessivo degli introiti derivanti dall'applicazione della *credit card fee* ai consumatori italiani nel triennio 2013 – 2015 pari a circa [100.000 – 500.000] euro ([10.000 – 100.000] nel 2013; [100.000 – 500.000] nel 2014; [100.000 – 500.000] nel 2015)⁷⁹, nonché, in particolare, la violazione del divieto *assoluto* di imporre spese ai consumatori per l'utilizzo di un determinato mezzo di pagamento.

105. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale ingannevole è stata posta in essere dall'anno 2010 e fino al 13 giugno 2014, in violazione degli articoli. 20, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo. Dal 13 giugno 2014 e fino al 31 agosto 2016, la medesima condotta costituisce violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, come novellato dal d. lgs. n. 21/2014.

106. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Norwegian Air Shuttle ASA:

a) per la violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, nella misura di 100.000 € (centomila euro);

b) per la violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, nella misura di 150.000 € (centocinquantamila euro);

CONSIDERATO che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel parere espresso ha rilevato che lo strumento utilizzato per diffondere la pratica commerciale (*internet*) oggetto del procedimento è idoneo a realizzare ed amplificare significativamente l'attuazione della medesima pratica;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta posta in essere dal professionista, dall'anno 2010 e fino al 13 giugno 2014, avuto riguardo alla versione in lingua italiana del proprio sito *internet* (www.norwegian.com/it) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, commi 1 e 2 del Codice del Consumo, in quanto il professionista non ha fornito un'immediata, chiara e completa indicazione della presenza, entità e natura di un onere aggiuntivo ed economicamente rilevante rispetto al prezzo del biglietto inizialmente proposto, denominato *Commissione carta di credito*, che si viene ad aggiungere, al termine del processo di prenotazione *on line*, al prezzo della totalità dei biglietti offerti dal vettore ai consumatori italiani per ogni transazione effettuata;

⁷⁹ Cfr. precedente paragrafo n.32.

RITENUTO, altresì, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta posta in essere dal professionista per le transazioni effettuate dai consumatori, nelle distinte versioni del sito *internet* del professionista (in lingua italiana, con estensione *.it* (dal 13 giugno 2014 e fino al mese di settembre 2015) e con estensione *.com* (dal mese di settembre 2015 al 31 agosto 2016), risulta in violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, nella misura in cui il professionista impone spese ai consumatori italiani per l'utilizzo di determinati strumenti di pagamento;

DELIBERA

a) che la condotta descritta al punto II, del presente provvedimento, posta in essere da Norwegian Air Shuttle ASA, integra, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, fino al 13 giugno 2014, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, commi 1 e 2 del Codice del Consumo, avuto riguardo alla versione in lingua italiana del proprio sito *internet* (*www.norwegian.com/it*) e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la condotta descritta al punto II, del presente provvedimento, posta in essere da Norwegian Air Shuttle ASA, integra, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, a decorrere dal 13 giugno 2014, sia avuto riguardo alla versione in lingua italiana del proprio sito *internet* *www.norwegian.com/it* attivo fino al mese di settembre 2015, sia alla versione in lingua inglese del sito *internet* *www.norwegian.com/en*, una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo;

c) che, con riferimento alla pratica commerciale di cui al precedente punto a), alla società Norwegian Air Shuttle ASA sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro);

d) che, con riferimento alla condotta di cui al precedente punto b), alla società Norwegian Air Shuttle ASA sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. *b*), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella