Vueling, sanzione dall'Antitrust per 1 milione di euro per violazione del Codice del Consumo

L’Autorità italiana per la concorrenza e il mercato comunica di aver chiuso il procedimento istruttorio avviato nei confronti del vettore aereo **Vueling**., sanzionandolo complessivamente per **1 milione di euro** per violazione di alcune norme del Codice del Consumo, in relazione a **tre pratiche commerciali scorrette.**

Con la prima pratica, la compagnia aerea risulta "aver **ingannato i consumatori sulla gratuità del *check-in online*,** servizio promosso ampiamente come gratuito sul sito internet e nelle comunicazioni inviate dopo la prenotazione di un volo, in quanto in presenza di alcune condizioni – l’esaurimento di posti disponibili - richiedeva ai consumatori un importo di circa 15 euro per poter procedere ad effettuare il *check-in on line* e ottenere la carta di imbarco. Inoltre, il vettore non informava che il *check-in* in aeroporto era comunque sempre gratuito"
.
Inoltre, secondo la sentenza dell'Agcm "Vueling **promuoveva l’acquisto di un buono sconto pari al 25% del costo del biglietto aereo in modo ambiguo e fuorviante**, in quanto non consentiva al consumatore di capire esattamente la reale convenienza dell’acquisto e in particolare l’entità dello sconto di cui avrebbe beneficiato in quanto relativo solo ad una parte del biglietto, ovvero la tariffa base al netto di tasse, spese amministrative e altri oneri".
Entrambe le pratiche sono state ritenute in contrasto con gli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo che prevede la trasparenza e la correttezza di tutte le informazioni, affinché il consumatore possa adottare una decisione commerciale consapevole.
L’Autorità, infine, ha sanzionato Vueling anche "per **gli ostacoli che frapponeva ai passeggeri nell’esercizio dei diritti contrattuali** in quanto, per la richiesta di assistenza e di reclamo, induceva il consumatore a rivolgersi ad una numerazione a pagamento, il cui costo poteva arrivare a 15 euro a telefonata, senza informare dell’esistenza nel sito internet di un *web form* che peraltro, per le sue modalità di utilizzo - specificamente una struttura a percorsi pre-obbligati - non consentiva una completa assistenza".

L’Autorità ha ritenuto che questa condotta fosse in contrasto con gli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto creava ostacoli fattuali per l’esercizio dei diritti dei consumatori.
Altre due pratiche commerciali originariamente contestate *(no show rule* e *credit card surcharge*) non sono state invece ritenute sanzionabili, a seguito dei chiarimenti e delle modifiche apportate dal vettore alle Condizioni Generali di Trasporto.