Antitrust: multa da 1,7 milioni di euro per Ryanair, Alitalia e altri

Abbonare gli utenti, a loro insaputa, a un servizio non richiesto e a pagamento. Ecco il comportamento scorretto che l'**Antitrust** sanziona con multe per quasi **1,7 milioni di euro**. Il meccanismo ruota intorno al **gruppo Webloyalty** che offre ai consumatori, in modo non trasparente, **un servizio denominato 'Acquisti e Risparmi'**, a fronte del pagamento di 12 euro mensili automaticamente prelevati dalla carta di credito. L'iscrizione avviene attraverso le piattaforme web di partner commerciali individuati dall'Autorità nel corso del procedimento. Si tratta di **Ryanair, Alitalia, Airone, eBay, Ticket One ed eDreams** che ricevono corrispettivi da parte di Webloyalty a fronte di ogni pagina visitata e (con l'eccezione di eBay) di ogni abbonamento sottoscritto. Al consumatore, una volta terminato l'acquisto di un bene o di un servizio offerto dalle aziende coinvolte nella pratica, appare un messaggio, non riconoscibile come offerta promozionale, che **invita a ricevere un buono sconto** (tra i 10 e i 20 euro, a seconda delle aziende) **per il prossimo acquisto**. Inseriti i propri dati, compresi quelli della carta di credito, il consumatore si iscrive, inconsapevolmente, al servizio offerto da Webloyalty e autorizza il prelievo mensile di 12 euro dal proprio conto, per l'abbonamento ad **un servizio che consiste di fatto in un 'cash back': prima il pagamento, poi lo sconto sotto forma di rimborso**. In sostanza i consumatori vengono agganciati sul sito Internet dell'azienda presso la quale hanno acquistato un bene o un servizio attraverso una 'finestra' che promette un bonus per un successivo acquisto. Nessuna informazione viene data sul costo del servizio, il cui contenuto non è in alcun modo spiegato. Le multe sono così ripartite: 800 mila euro per Webloyalty; 420 mila euro per Ryanair, 145 mila euro per Alitalia, 25 mila euro per Airone, 220 mila euro per eDreams, 20mila euro per eBay e 50 mila euro per TicketOne.