



UNC  
CONSUMATORI.IT

## **ANTITRUST: multa a Ryanair per voucher**

24 Maggio 2021

### ***Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori***

**Vittoria dei consumatori sui voli cancellati. Antitrust dopo Easyjet e Volotea, multa per 4,2 milioni di euro anche Ryanair.**

**Roma, 24 maggio 2021** - “Ottima notizia. Una vittoria per tutti i consumatori. Ora speriamo che le compagnie aeree la smettano di approfittare dell’assurda politica dei voucher per violare sistematicamente il sacrosanto diritto dei consumatori ad essere rimborsati in denaro” afferma l’avv. Massimiliano Dona Presidente di Unione Nazionale Consumatori, commentando la multa dell’Antitrust a Ryanair per il mancato rimborso dei voli cancellati.

“Questa condanna ribadisce un sacrosanto principio: in caso di cancellazione del volo, i viaggiatori hanno diritto alla restituzione in denaro senza se e senza ma. Ora, dopo questa ennesima condanna, speriamo che le compagnie aeree rispettino finalmente la normativa europea” conclude Dona.

L’Antitrust ha irrogato una sanzione di 4,2 milioni di euro a Ryanair per pratiche commerciali scorrette. La compagnia aerea, infatti, venute meno le limitazioni agli spostamenti legate all’emergenza per Covid 19, non aveva rimborsato ai consumatori il costo dei biglietti per i voli cancellati dopo il 3 giugno 2020.

Una condotta ritenuta dall’Authority gravemente scorretta e non rispondente al canone di diligenza professionale quando, terminate le limitazioni agli spostamenti, hanno proceduto a numerose cancellazioni di voli programmati e offerti in vendita utilizzando sempre la motivazione dell’emergenza sanitaria e continuando a rilasciare voucher senza invece procedere al rimborso del prezzo pagato per i biglietti annullati.

Inoltre, sono state fornite informazioni ingannevoli e omissive ai consumatori sui loro diritti ed è stato ostacolato e ritardato il riconoscimento del rimborso monetario, attraverso modalità e procedure per indurre - e in alcuni casi anche costringere - il consumatore a scegliere e/o ad accettare il voucher invece del rimborso.

Considerata ingannevole anche la campagna pubblicitaria diffusa attraverso i principali mezzi di informazione - sempre a partire da giugno - e incentrata sulla possibilità di cambiare il volo gratis (attraverso il claim “Nessuna penale per il cambio” o simili)

laddove, invece, la società applicava per il nuovo volo scelto dal consumatore tariffe più alte di quelle che venivano contestualmente praticate sul proprio sistema di prenotazione e prevedeva comunque la penale se il cambio volo avveniva nei 7 giorni precedenti la partenza.