

L'ESPOSTO

AD ANTITRUST ED ENAC



Il Codacons scende in campo sui tempi di volo «allungati»

MARIA GABRIELLA GIANNICE

ROMA. Allungare i tempi del volo sul titolo di viaggio per non dover pagare risarcimenti ai viaggiatori in caso di ritardi. Sarebbe questa, secondo il Codacons, una pratica scorretta seguita da «numerose compagnie aeree». Dopo lo scoppio del caso e diverse segnalazioni, l'organizzazione dei Consumatori ha presentato un esposto alle autorità competenti, Antitrust e Enac, chiedendo di aprire un'istruttoria «affinché svolgano accertamenti nell'interesse degli utenti del trasporto aereo.»

PRASSI SCORRETTE - Nelle prassi scorrette evidenziate dal Codacons vi sarebbero scostamenti che vanno dai 70 minuti nelle tratte a lungo raggio, come ad esempio il Roma-Miami, a 40-45 minuti nelle tratte a medio raggio, 20 minuti su quelli più brevi.

Per fare qualche esempio il volo tra Milano Malpensa e New York viene indicato a 9 ore e 15 minuti mentre impiega effettivamente 39 minuti in meno. Il Roma-Buenos Aires viene dichiarato a 14 ore ma impiega 13 ore e 10 minuti, quindi 50 minuti in meno. Roma-Instambul allunga i tempi reali di 25 minuti, Venezia-Amsterdam di 24, il Milano-Atene di 23 minuti, il Fiumicino-Madrid di 22 minuti.

DIRITTI DEI VIAGGIATORI - Si tratta, evidenzia il Codacons nell'esposto, «di condotte idonee a comprimerne i diritti dei passeggeri e ad alterare il corretto equilibrio tra vettori e utenti finali, in aperto contrasto con la normativa europea e nazionale a tutela del consumatore».

Secondo il Codacons, una prassi sempre più diffusa da parte di numerose compagnie aeree consisterebbe infatti «nell'indicare, salvo errore, già in fase di vendita del biglietto e sui titoli di viaggio, una durata del volo significativamente superiore rispetto a quella effettivamente riscontrabile sulla base dei dati ufficiali di volo, che ricadrebbe sotto il nome di

«padding».

ORARI SBALLATI - Tale prassi comporterebbe scostamenti particolarmente rilevanti tra tempo di volo dichiarato e tempo di volo reale, con differenze che arriverebbero fino a circa 70 minuti sui voli intercontinentali e fino a circa 45-50 minuti su tratte europee e medio raggio, a parità di compagnia, aeromobile e giornata operativa» si legge nell'esposto.

«In particolare, la sistematica indicazione, in fase di acquisto del titolo di viaggio, di durate di volo superiori a quelle effettivamente riscon-

LA PRASSI DEL «PADDING»
Secondo il Codacons
numerose compagnie aeree indicano
già in fase di vendita del biglietto e sui titoli di viaggio una durata del volo significativamente superiore rispetto a quella effettivamente riscontrabile sulla base dei dati ufficiali di volo

trabili nella prassi operativa apparirebbe idonea a incidere in modo significativo sull'esercizio dei diritti dei passeggeri, con specifico riferimento alla maturazione dell'indennizzo per ritardo previsto dalla normativa europea, determinando un ingiustificato sacrificio delle tutele riconosciute agli utenti del trasporto aereo».

Per il Codacons queste condotte assumerebbero «rilievo centrale sotto il profilo della tutela dei consumatori, poiché la durata del volo e il conseguente orario di arrivo costituiscono informazioni essenziali e qualificanti del servizio di trasporto aereo,

idonee a incidere in modo determinante sia sulle scelte economiche dell'utente sia sull'esercizio dei diritti nascenti dal contratto di trasporto».

Inoltre indicare una durata di volo non corrispondente a quella effettiva, «potrebbe integrare una pratica commerciale ingannevole, quantomeno sotto il profilo della modalità di presentazione dell'informazione o dell'omissione di dati rilevanti» al cliente con l'effetto di indurre «il passeggero a una rappresentazione non corretta delle caratteristiche principali del servizio offerto».

[Ansa]

LA POLEMICA VIA ALLE VENDITE DI FINE STAGIONE. CONFESERCENTI: «OCCORRE RIVEDERE REGOLE SU PROMOZIONI, PER ASSICURARE CONCORRENZA LEALE»

Saldi in rampa di lancio nel fine settimana «Ma in due milioni hanno già comprato»

ROMA. Le vendite di fine stagione invernali prenderanno il via il 2 gennaio in Valle d'Aosta e sabato 3 gennaio nel resto d'Italia, con l'eccezione delle Province autonome di Trento e di Bolzano, dove vigono regole differenti.

Di fatto, però, gli sconti sono già iniziati. Secondo le stime Confesercenti, quasi 2 milioni hanno già acquistato in offerta durante i «pre-saldi» iniziati subito dopo Natale. E' quanto emerge da un sondaggio Ipsos condotto sui consumatori in vista dei saldi invernali 2026, il primo evento promozionale dell'anno e tra i maggiori per dimensioni, con un fatturato stimabile quest'anno in circa 6 miliardi di euro.

SCONTI ANTICIPATI - Le vendite anticipate, però, - afferma l'organizzazione degli esercenti - stanno diluendo l'impatto dei saldi. Per questo chiede Confesercenti «bisogna, in generale, rivedere le regole sulle promozioni, perché assicurino concorrenza leale e pluralismo distributivo».

Tra il 26 dicembre e l'avvio formale dei saldi invernali si sta infatti consolidando un periodo promozionale «di fatto», soprattutto nella moda: offerte e ribassi compaiono in



anticipo, spesso attraverso formule riservate alla propria clientela che invitano a partecipare a «saldi privati», «pre-saldi», «winter pre-sale» e «exclusive sales». Molte etichette, ma la sostanza è la stessa: offerte promozionali che anticipano la data ufficiale di avvio dei saldi.

NORME VIOLATE - Una dinamica osserva Confesercenti - in contrasto con molte normative regionali, che vietano promozioni nei 30 o 45 giorni precedenti alle vendite fine stagione, e che rende meno leggibile il quadro

degli sconti: il trimestre novembre-gennaio si è trasformato in una stagione di promozione continua, sotto la spinta degli outlet e del canale online, con i negozi «trascati» dentro la competizione promozionale per non perdere flussi e clientela.

EFFETTO BLACK FRIDAY - In questo contesto, gli acquisti di Natale - in particolare nella moda - risultano sempre più schiacciati e compresi tra due «morse»: da un lato il Black Friday, che anticipa una

OFFERTA CULTURALE

Capodanno al museo in Puglia e Basilicata

● Inizio d'anno nel segno della cultura accessibile in Puglia e Basilicata nei giorni 1, 4 e 6 gennaio. Il Ministero della Cultura, infatti, ha comunicato aperture straordinarie nei giorni 1 e 6 gennaio 2026, di musei, parchi archeologici e luoghi della cultura statali su tutto il territorio nazionale. In quei giorni, quindi, l'ingresso sarà consentito con il biglietto ordinario. Invece il 4 di gennaio torna il tradizionale giorno della #domenicalmuseo, l'iniziativa ministeriale che consente l'ingresso gratuito, ogni prima domenica del mese. In questo secondo caso le visite si svolgeranno nei consueti orari di apertura, su prenotazione dove previsto e a costo zero.

CAPODANNO - Il giorno 1 gennaio dalle 10 alle 18, in Basilicata aprirà le porte soltanto il Museo della Sirite di Policoro. In Puglia, invece, si potranno visitare: il Museo archeologico nazionale di Altamura; il Castello svevo di Bari; la Galleria nazionale della Puglia «Girolamo e Rosaria Devanna» di Bitonto; il Museo archeologico nazionale e Castello di Gioia del Colle così come il locale Parco archeologico di Monte Sannace; il Parco archeologico di Canne della Battaglia e Antiquarium di Barletta; il Museo archeologico nazionale di Canosa di Puglia; il Castello svevo di Trani; Museo archeologico nazionale «Giuseppe Andreassi» e Parco archeologico di Egnazia di Fasano; il Parco Archeologico di Siponto (Manduria); Museo archeologico nazionale di Mattinata «Matteo Sansone»; il Castello Angioino di Copertino e il Castello Carlo V di Lecce.

EPIFANIA - In Basilicata saranno aperti i Musei e parchi archeologici di Melfi e Venosa. In Puglia, oltre a quelli aperti l'1, saranno visitabili il Museo nazionale Jatta di Ruvo, Castel del Monte e il Teatro e Anfiteatro romano di Lecce.

Marisa Ingrosso

parte della domanda; dall'altro i saldi anticipati e le formule di pre saldo, che intercettano la spesa residua. Due pressioni che agiscono spesso al di fuori delle regole e finiscono per erodere gli acquisti tradizionali del periodo natalizio. A questo si è aggiunto il maltempo dei giorni pre-natalizi, che ha reso più difficili gli acquisti dell'ultima settimana, penalizzando il last minute, fondamentale nei negozi di prossimità.

Per Confesercenti, in questo quadro è decisivo riportare al centro trasparenza e concorrenza leale: prezzi e sconti devono essere chiari, verificabili e comparabili, soprattutto nel digitale e nelle iniziative «a platea selezionata». È fondamentale anche il pieno rispetto delle regole sugli annunci di riduzione di prezzo, a partire dal «prezzo precedente», che per legge è il più basso praticato nei 30 giorni antecedenti. Il rischio è che i saldi perdano la loro funzione e si trasformino in un mero episodio di un periodo promozionale continuo, con effetti di confusione per i consumatori e difficoltà per le imprese che rispettano le regole. Bisogna, in generale, rivedere le regole sulle promozioni, perché assicurino concorrenza leale e pluralismo distributivo.