

Membro di Euroconsumers  
Membro del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti  
Membro BEUC, Bureau Européen des Unions de Consommateurs  
Membro di Consumers International

*Trasmessa a mezzo PEC*

Alla c.a.

Mytaxi Italia Srl.,  
Via Privata del Gonfalone 2,  
20123 Milano  
[mytaxiitalia@legalmail.it](mailto:mytaxiitalia@legalmail.it)

e p.c.

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato  
Piazza G. Verdi, 6/a  
00198 Roma  
[protocollo.agcm@pec.agcm.it](mailto:protocollo.agcm@pec.agcm.it)

Milano, 23 dicembre 2021

**OGGETTO: mancata trasparenza nell'indicazione della Clean Air Fee nelle tariffe offerte attraverso l'applicazione Free Now – richiesta di immediata modifica**

Spett.le Società,

ci è stata segnalata la modalità non trasparente attraverso la quale la c.d. *Clean Air Fee* viene inserita all'interno del prezzo finale che il consumatore che usufruisce del vostro servizio taxi nelle città di Milano, Torino, Roma e Napoli tramite l'applicazione Free Now è tenuto a corrispondere.

Stando a quanto riportato sul vostro sito<sup>1</sup>, *"la Clean Air Fee è un contributo, per un valore di 0,80€, che verrà applicato a ogni corsa taxi effettuata tramite l'app di FREE NOW. La Clean Air Fee fa parte del nostro progetto MAKE A MOVE e ha l'obiettivo di supportare le attività di compensazione delle emissioni generate dall'utilizzo del nostro servizio"*.

Orbene, ferma restando la liceità di una simile scelta tariffaria, il problema sorge allorché il consumatore procede alla prenotazione del servizio taxi tramite l'app di cui sopra.

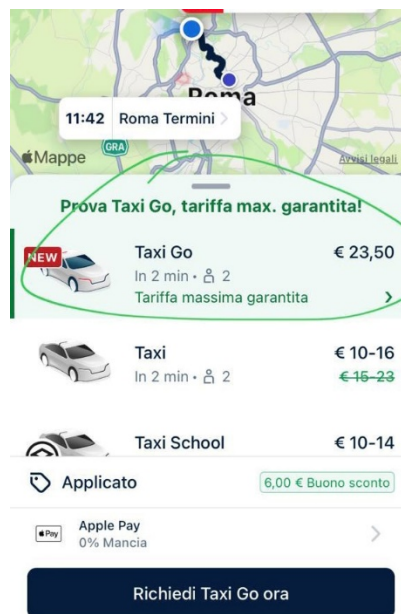
Come è possibile verificare dalla simulazione che abbiamo operato nella città di Roma per una ipotetica corsa verso la stazione centrale di Roma Termini, il consumatore riceve l'indicazione di un prezzo

---

<sup>1</sup> <https://free-now.com/it/cleanairfee/>

massimo di € 23 (“tariffa massima garantita”): dunque, egli si aspetterebbe di pagare al massimo tale cifra (cfr. foto n. 1).

Foto n. 1



In realtà, solo cliccando sulla piccola freccia accanto a “tariffa massima garantita” il consumatore apprende che oltre alla somma di € 23,50, egli dovrà pagare ulteriori € 0,80 per la c.d. “clean air fee” (cfr. foto n. 2)



Un simile comportamento integra una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'articolo 21, comma 1, lett. d) del D.lgs. 206/2005 (Codice del Consumo), poiché vi è l'omissione ingannevole di una componente del prezzo finale che il consumatore è tenuto a corrispondere.

Come ribadito dalla giurisprudenza amministrativa, *"l'onere di completezza e chiarezza informativa previsto dalla normativa a tutela dei consumatori richiede che ogni messaggio rappresenti i caratteri essenziali di quanto mira a reclamizzare e sanziona la loro omissione, a fronte della enfaticizzazione di taluni elementi, qualora ciò renda non chiaramente percepibile il reale contenuto ed i termini dell'offerta o del prodotto, così inducendo il consumatore, attraverso il falso convincimento del reale contenuto degli stessi, in errore, condizionandolo nell'assunzione di comportamenti economici che altrimenti non avrebbe adottato"* (T.A.R. Lazio, Sez. I, Sent. 12-06-2015, n. 8253; in senso conforme, v. anche Tar Lazio, sez. I, 8 gennaio 2013, n. 106).

Grava, dunque, sul soggetto che offre un prodotto o una prestazione l'onere di rendere disponibili tutte le informazioni rilevanti ai fini dell'adozione di una scelta consapevole da parte del consumatore (Tar Lazio, sez. I, 8 gennaio 2013, n. 104), secondo una valutazione *ex ante*, che prescinde sia dall'idoneità della condotta ingannevole rispetto alle effettive competenze dei soggetti che sono specificamente venuti in contatto con l'operatore, sia dal concreto danno ad essi procurato (Tar Lazio, sez. I, 18 settembre 2014, n. 9829; id. 9 settembre 2014, n. 9559).

Né l'omissione informativa e/o la scorrettezza della pratica commerciale possono ritenersi sanate dalla possibilità per il consumatore di ottenere, anche in un momento immediatamente successivo, ulteriori dettagli, laddove il messaggio veicolato, attraverso il suo contenuto non trasparente o per la sua carenza informativa, risulti già idoneo, nella sua decettività, ad agganciare il consumatore al primo contatto.

Sul punto si richiama quanto affermato da Tar Lazio, sez. I, sent. 21 gennaio 2015, n. 994, secondo cui *"la prospettazione delle complessive condizioni dell'offerta deve essere chiaramente ed immediatamente percepibile (e, prima ancora, intellegibile), da parte del consumatore"*.

Per questa ragione, tutte le informazioni importanti che secondo buon senso e correttezza si presume possano influenzare il consumatore nell'effettuare la propria scelta, devono essere rese già al primo contatto.

Stante quanto sopra, vi invitiamo, con estrema urgenza e comunque entro e non oltre 15 giorni dalla ricezione della presente, a:

1. integrare l'indicazione del prezzo complessivo mostrato al consumatore con il valore della c.d. *"clean air fee"*.

2. Fornire informazioni circa la presenza della medesima pratica negli altri mercati europei in cui il marchio FREE NOW opera, con particolare riferimento a Spagna e Portogallo e, se del caso, a provvedere secondo quanto indicato al punto 1 anche per questi ultimi.

Si fa presente che decorso il predetto termine, in caso di mancato adempimento a quanto richiesto, si provvederà a tutelare i diritti e gli interessi dei consumatori nelle competenti sedi amministrative e/o giudiziarie.

Restiamo, in ogni caso, disponibili all'apertura di un tavolo di confronto per individuare la soluzione più idonea a tutela dei consumatori.

Distinti saluti,

  
Federico Cavallo  
Responsabile Relazioni esterne

Per informazioni:

Bianca Luongo – Relazioni esterne istituzionali  
Tel. 0266890219 – email [pr@altroconsumo.it](mailto:pr@altroconsumo.it)  
Pec: [relazioni.istituzionali@pec.altroconsumo.it](mailto:relazioni.istituzionali@pec.altroconsumo.it)