



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 novembre 2023;

SENTITO il Relatore Saverio Valentino;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi o altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217 e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

VISTO il decreto-legge 10 agosto 2023, n. 104, convertito con modificazioni dalla legge 9 ottobre 2023, n. 136, recante disposizioni urgenti a tutela degli utenti, in materia di attività economiche e finanziarie e investimenti strategici;

CONSIDERATO in particolare che l'articolo 1, comma 5, del decreto-legge 10 agosto 2023, n. 104, come convertito dalla legge 9 ottobre 2023, n. 136, prevede che, se in esito a un'indagine conoscitiva condotta ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato riscontra problemi concorrenziali che ostacolano o distorcono il corretto funzionamento del mercato con conseguente pregiudizio per i consumatori, essa può imporre alle imprese interessate, nel rispetto dei principi dell'ordinamento dell'Unione europea e previa consultazione del mercato, ogni misura strutturale o comportamentale necessaria e proporzionata, al fine di eliminare le distorsioni della concorrenza. A tale fine, sui mercati del trasporto aereo di passeggeri, l'Autorità può considerare, tra l'altro: a) la struttura del mercato; b) la modalità di definizione dei prezzi, anche attraverso l'utilizzo di sistemi di gestione dei

ricavi e degli algoritmi; c) i rischi per il processo concorrenziale e per i consumatori derivanti dall'utilizzo di algoritmi fondati sull'intelligenza artificiale o sulla profilazione degli utenti; d) le dinamiche concorrenziali e di prezzo connesse alla stagionalità della domanda; e) le esigenze di territori difficilmente raggiungibili tramite mezzi di trasporto diversi dall'aereo; f) l'esigenza di tutela di classi particolarmente vulnerabili di consumatori;

CONSIDERATO che il predetto articolo 1, comma 5, prevede altresì che nel corso dell'indagine conoscitiva le imprese interessate possono presentare impegni tali da far venir meno i problemi concorrenziali e il conseguente pregiudizio per i consumatori. In tal caso, l'Autorità, valutata l'idoneità degli impegni e previa consultazione del mercato, può renderli obbligatori per le imprese con il provvedimento che chiude l'indagine conoscitiva. L'Autorità esercita i poteri di indagine di cui all'articolo 14, commi da 2 a 2-*quater* e 2-*septies*, della legge 10 ottobre 1990, n. 287. Si applicano le sanzioni e le penalità di mora di cui all'articolo 14, commi 5 e 6, della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

CONSIDERATO che il predetto articolo 1, comma 6, prevede infine che, in caso di inottemperanza alle misure di cui al comma 5, si applicano le sanzioni e le penalità di mora di cui all'articolo 15, commi 1-*bis* e 2-*bis*, della legge 10 ottobre 1990, n. 287. In esito all'indagine conoscitiva, l'Autorità può altresì raccomandare le iniziative legislative o regolamentari opportune, al fine di migliorare il funzionamento dei mercati interessati;

CONSIDERATI i seguenti elementi:

1. le compagnie aeree adottano da anni sistemi di definizione dinamica dei prezzi, comunemente indicati come sistemi di *revenue management*, volti a ottimizzare i ricavi sulle rotte operate mediante una differenziazione e un adattamento nel tempo delle tariffe dei singoli voli al variare di una serie di fattori quali il grado di riempimento del volo, l'andamento della domanda effettiva rispetto a quella attesa e la distanza temporale tra il momento di prenotazione/acquisto e quello della partenza del volo;
2. i sistemi di *revenue management* rappresentano altresì uno strumento funzionale alla discriminazione, anche intertemporale, dei prezzi, in ragione delle caratteristiche dei vari segmenti di domanda e della differenziazione dei corrispondenti prezzi di riserva anche in funzione della distanza temporale rispetto al momento di fruizione del servizio. Per la loro implementazione, tutti i vettori aerei, in Italia e all'estero, si avvalgono dei c.d. "algoritmi di

prezzo”¹, ovvero di *software* complessi di trattamento e di elaborazione dei dati che consentono una gestione significativamente automatizzata delle procedure di definizione e adattamento dinamico dei prezzi;

3. nel corso degli anni il grado di automatizzazione e di sofisticazione dei sistemi di *revenue management* utilizzati è notevolmente aumentato, posto che la digitalizzazione dei processi economici e commerciali ha enormemente incrementato la disponibilità e la varietà dei dati trattabili con procedure informatizzate, oltre che il grado di complessità delle procedure di elaborazione. Ciò permette una differenziazione sempre maggiore dei prezzi in funzione delle caratteristiche della domanda e un loro sempre più rapido adattamento all’andamento di altre variabili rilevanti quali, ad esempio, i costi di produzione o i prezzi/quantità offerti dalle imprese concorrenti;

4. in prospettiva, l’utilizzo di tecniche di intelligenza artificiale e di *machine learning* potrebbe consentire la definizione di algoritmi in grado di elaborare nuovi criteri di inferenza tra dati, secondo un processo di auto-apprendimento e, quindi, una gestione delle decisioni relative ai prezzi secondo procedure automatiche di ottimizzazione, anche basate sulla rilevazione delle corrispondenti strategie dei concorrenti e su un’accurata e sistematica profilazione dei consumatori;

5. in considerazione di tali elementi, nonché delle particolari esigenze di mobilità connesse alla stagionalità della domanda e alla minore disponibilità di modalità alternative di collegamento tra la penisola e le isole maggiori, appare pertanto opportuno procedere allo svolgimento di un’indagine conoscitiva sugli algoritmi per la definizione dei prezzi dei servizi di trasporto aereo di passeggeri in ambito nazionale nelle tratte da e per la Sicilia e la Sardegna. Si tratta peraltro di rotte rilevanti in termini di volumi di passeggeri trasportati e che possono essere interessate da una dinamica di differenziazione intertemporale dei prezzi particolarmente accentuata in ragione della presenza di periodi di picco della domanda, tipicamente in concomitanza con le ferie estive e le festività natalizie;

6. l’indagine conoscitiva intende verificare la diffusione degli algoritmi di prezzo nei sistemi di *revenue management* utilizzati dalle diverse compagnie aeree - con specifico riferimento alle rotte nazionali di collegamento tra la penisola e le isole maggiori - nonché analizzarne le principali caratteristiche e i possibili effetti di ostacolo e/o distorsione delle dinamiche competitive, oltre che di possibile pregiudizio per i consumatori anche in termini di opportunità e condizioni di scelta;

¹ Con il termine algoritmo si fa riferimento in senso lato ad un insieme di istruzioni che, a partire da dati iniziali in *input*, produce una soluzione in *output*. Gli algoritmi sono ormai da lungo tempo diffusamente applicati ad un insieme molto vasto di decisioni e processi, più o meno complessi e informatizzati.

7. più in particolare, l'indagine è finalizzata a verificare se e a quali condizioni gli algoritmi utilizzati dalle compagnie aeree potrebbero essere in grado di influire - o concretamente influiscano - in modo negativo sulle condizioni di offerta del servizio di trasporto aereo ai consumatori, anche con riguardo alle politiche di differenziazione e personalizzazione dei prezzi e agli effetti socialmente indesiderabili di un non corretto funzionamento del mercato;

8. oggetto di approfondimento nel corso dell'indagine saranno altresì le modalità con le quali i prezzi dei biglietti aerei e delle loro diverse componenti, vengono resi noti e accessibili al pubblico, posto che tali modalità incidono sia sul grado di trasparenza dei prezzi stessi che sulla loro comparabilità, con un possibile impatto sulla formazione delle decisioni di acquisto dei consumatori e sulla mobilità della domanda e, pertanto, con potenziali ricadute sulle dinamiche concorrenziali del settore.

RITENUTO, pertanto, di dover procedere all'avvio di un'indagine conoscitiva sugli algoritmi in uso nel settore aereo per la determinazione dei prezzi dei servizi di trasporto passeggeri in ambito nazionale da e per la Sicilia e la Sardegna;

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) l'avvio di un'indagine conoscitiva, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, sugli algoritmi in uso nel settore aereo per la determinazione dei prezzi dei servizi di trasporto passeggeri in ambito nazionale da e per la Sicilia e la Sardegna;

b) che il responsabile del procedimento è il dott. Paolo Saba;

c) che il termine di chiusura dell'indagine è fissato al 31 dicembre 2024.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli