



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'economia,
della formazione e della ricerca DEFR
Segreteria di Stato dell'economia SECO
Organizzazione, diritto e accreditamento
Diritto

Indicazione dei prezzi
e pubblicità **per**
offerte di viaggio

Ordinanza dell' 11 dicembre 1978 sull'indicazione dei prezzi (OIP)

Foglio informativo del
1° gennaio 2016
(sostituisce quello del 1° giugno 2006)

| Indice | | Pagina |
|---------------|---|---------------|
| 1 | Basi legali e scopo dell'OIP | 4 |
| 2 | Campo d'applicazione dell'OIP | 4 |
| 3 | Viaggi «tutto compreso» | 5 |
| | 3.1 Principio | 5 |
| | 3.2 Indicazione dei prezzi | 5 |
| | 3.3 Specificazione | 6 |
| | 3.4 Modalità di indicazione dei prezzi | 7 |
| | 3.5 Cataloghi esteri in valuta estera | 8 |
| | 3.6 Internet: operatori online con sede all'estero | 8 |
| 4 | Viaggi in aereo | 9 |
| | 4.1 Indicazione dei prezzi dei viaggi in aereo | 9 |
| | 4.2 Supplementi di prezzo facoltativi | 10 |
| 5 | Pubblicità | 11 |
| | 5.1 Definizione | 11 |
| | 5.2 Indicazione dei prezzi nella pubblicità | 11 |
| | 5.3 Specificazione | 12 |
| 6 | Tariffe di consulenza e prenotazione nell'agenzia viaggi | 13 |
| 7 | Esecuzione, disposizioni penali | 14 |

1. Basi legali e scopo dell'OIP

L'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP)¹ si basa sulla legge federale del 19 dicembre 1986 contro la concorrenza sleale (LCSI)².

Essa si prefigge di garantire una chiara indicazione dei prezzi onde consentire confronti ed evitare che i consumatori siano indotti in errore (art. 1 OIP).

L'indicazione dei prezzi è uno strumento inteso a promuovere e a mantenere la concorrenza leale.

2. Campo d'applicazione dell'OIP

L'OIP si applica:

- alle merci offerte in vendita ai consumatori (art. 3 OIP);
- alle prestazioni di servizi offerte ai consumatori di cui all'articolo 10 OIP;
- alla pubblicità rivolta ai consumatori con indicazione dei prezzi per tutte le merci e le prestazioni di servizi (art. 13 OIP).

Sono considerati **consumatori** le persone che acquistano merci o prestazioni di servizi per scopi che non sono in relazione con la loro attività commerciale o professionale (art. 2 cpv. 2 OIP).

Per il settore dei viaggi sono particolarmente importanti le seguenti disposizioni dell'OIP:

- art. 10 cpv. 1 lett. n (viaggi in aereo e viaggi «tutto compreso»);
- art. 10 cpv. 1 lett. o (servizi fatturati in relazione alla prenotazione di un viaggio);
- art. 10 cpv. 2 e 3 (principio dell'indicazione del prezzo totale);
- art. 11 cpv. 1 e 2 (modalità d'indicazione dei prezzi per i servizi);
- art. 11c (modalità d'indicazione delle tariffe aeree);
- art. 13 segg. (pubblicità e specificazioni);
- art. 16 e 17 (prezzi comparativi e riduzioni di prezzo).

1 RS 942.211

2 RS 241

3. Viaggi «tutto compreso»

3.1 Principio

Ai consumatori devono essere fornite informazioni precontrattuali chiare ed inequivocabili sul prezzo, sull'entità e sul contenuto delle prestazioni offerte.

Per quanto concerne la nozione di «viaggio tutto compreso» fa stato la legge concernente i viaggi «tutto compreso».³

Secondo l'articolo 1 capoverso 1 della legge concernente i viaggi «tutto compreso», per viaggio «tutto compreso» si intende la combinazione prefissata di almeno due delle prestazioni seguenti, se è offerta a un prezzo forfettario e dura più di 24 ore o include un pernottamento:

- a. trasporto;
- b. alloggio;
- c. altre prestazioni turistiche non accessorie del trasporto o dell'alloggio e costituenti una parte significativa della prestazione globale.

Ad esempio: vacanze al mare con trasporto, giri turistici, safari, crociere, viaggi in aereo con autonoleggio (fly-drive), ecc..

3.2 Indicazione dei prezzi

Per i viaggi «tutto compreso» vanno indicati i **prezzi effettivamente pagabili in franchi svizzeri**. Per «prezzo effettivamente pagabile» s'intende il **prezzo globale** di un viaggio «tutto compreso», incluse le tasse pubbliche quali l'IVA, le tasse portuali ed aeroportuali, le tasse di entrata ed uscita, le tasse per la sicurezza, il supplemento per il carburante e altri supplementi non facoltativi di qualsiasi tipo (art. 10 cpv. 2 OIP).

I **supplementi facoltativi**, per contro, devono essere indicati separatamente. Rientrano in questa categoria le prestazioni che per il viaggio in sé non sono né obbligatorie né indispensabili. Il consumatore deve essere libero di scegliere se accettarle o rifiutarle. Esempi: assicurazioni annullamento e imprevisti di viaggio, supplementi per voli da un altro aeroporto o per l'impiego di modalità di pagamento più onerose.

3 Legge federale del 18 giugno 1993 concernente i viaggi «tutto compreso» (legge sui viaggi «tutto compreso»); RS 944.3

Mance: la mancia deve essere inclusa nel prezzo oppure designata chiaramente e indicata in cifre (art. 12 OIP). Esempi: «Mancia compresa» o «più il 5% di mancia». Se la mancia deve essere corrisposta in loco all'estero, questa circostanza deve essere chiaramente menzionata nell'offerta. L'entità della mancia va indicata.

Esempio: «Mancia di 5 euro per persona e giornata di viaggio in nave».

NB: a determinate condizioni la legge sui viaggi «tutto compreso» prevede a titolo eccezionale la possibilità di un aumento del prezzo convenuto contrattualmente fino a tre settimane prima della data di partenza (cfr. art. 7 segg. della legge sui viaggi «tutto compreso»).

3.3 Specificazione

L'indicazione del prezzo deve evidenziare il genere e l'unità delle prestazioni di servizi (p. es. numero, periodo) oppure le tariffe cui i prezzi si riferiscono (art. 11 cpv. 2 OIP).

Per specificare un'offerta di viaggio «tutto compreso», sono determinanti le seguenti indicazioni:

- **destinazione, itinerario:**
- durata del «pacchetto»: in giorni o notti o in settimane di 7 giorni o notti;
- **mezzi di trasporto:** caratteristiche e categorie;
- **pasti:** con o senza colazione, mezza pensione, pensione completa, all-inclusive;
- **alloggio:** ubicazione, categoria o livello di comfort e caratteristiche principali dell'alloggio (indicare se si tratta di una camera singola, doppia o tripla, di un appartamento, di un bungalow, ecc.). Lo stesso vale, per analogia, anche per i viaggi in nave o di altro tipo con alloggio;
- **validità dell'offerta:** determinate stagioni, settimane oppure date di viaggio, se l'offerta si limita a singole date o a determinati giorni della settimana, ecc.;
- **precisazioni sul prezzo:** deve essere chiaro a cosa si riferisce il prezzo (p. es. prezzo a persona e a notte in camera doppia per un determinato periodo o numero di giorni);
- **il riferimento ai supplementi facoltativi,** se disponibili.

Esempio:

Mykonos, Albergo Mykonos***, CHF 1'150.- a persona (compresi tutti i supplementi), camera doppia, mezza pensione, vista sul mare, balcone, impianto di climatizzazione, sette giorni/notte, trasferimento dall'aeroporto compreso, con Mykonos Air ogni lunedì da Zurigo, dal 1° giugno al 31 agosto, voli da Ginevra + CHF 150.-, da Basilea + CHF 50.-

3.4 Modalità di indicazione dei prezzi

I consumatori hanno il diritto di ottenere informazioni precontrattuali sui prezzi e sulle relative prestazioni di un viaggio «tutto compreso». Pertanto, le informazioni sui prezzi devono essere facilmente consultabili e ben leggibili. Ciò può avvenire tramite Internet, cataloghi, opuscoli, listini, cartellini segnaprezzo, stampati disponibili presso l'agenzia di viaggi, ecc.. **Internet** consente di adeguare rapidamente i prezzi dei viaggi «tutto compreso» alla situazione di mercato.

Durante il periodo di validità dei **cataloghi di viaggio**, che solitamente è di diversi mesi, i prezzi ivi indicati possono variare in funzione della situazione di mercato o dei tassi di cambio.

Per i cataloghi e gli opuscoli che contengono indicazioni di prezzo è quindi consentita la seguente soluzione:

- nei cataloghi ogni offerta può avere un limite di prezzo inferiore (il cosiddetto prezzo «a partire da») con relativa specificazione (cfr. punto 3.3);
- il periodo di validità minimo dei prezzi indicati in cataloghi e opuscoli va segnalato in maniera chiaramente leggibile (p. es. periodo di validità: una settimana o un mese);
- occorre indicare che alla fine del periodo di validità ivi indicato è possibile informarsi gratuitamente in Internet o presso l'agenzia di viaggi sul prezzo effettivamente pagabile.

Nelle agenzie di viaggi e presso gli stand espositivi le informazioni sui prezzi devono essere indicate o esposte nei punti in cui le persone interessate e i clienti si soffermano abitualmente.

Secondo le disposizioni sull'indicazione dei prezzi, non è sufficiente fornire queste informazioni soltanto verbalmente.

3.5 Cataloghi esteri in valuta estera

Per «cataloghi esteri in valuta estera» si intendono i cataloghi di operatori stranieri che in Svizzera non hanno né una succursale giuridica né un proprio sistema di distribuzione (costituito ad esempio da filiali proprie, da agenzie viaggi/punti di vendita con contratto di agenzia o da call center propri o incaricati). Se l'offerta descritta nel catalogo estero può essere *prenotata e anche pagata in Svizzera* vale quanto segue:

- al listino prezzi del catalogo o del prospetto in valuta estera va allegata una **tabella di conversione**;
- questa tabella di conversione deve essere di facile lettura e comprensione e garantire che i prezzi in valuta estera figuranti sul listino possano essere agevolmente convertiti in franchi (p. es. 1 euro: 1,10 franchi; 10 euro: 11 franchi; 100 euro: 110 franchi);
- nella tabella di conversione vanno indicati il **tasso di cambio** applicato e il suo **periodo di validità**.

Esempio: 1 euro = 1,10 franchi, con validità dal 1° febbraio al 1° marzo 20xx

- se la pubblicità menziona i prezzi delle offerte descritte nei cataloghi o negli opuscoli in franchi svizzeri, essi devono corrispondere a quelli calcolati in base alla tabella di conversione.

3.6 Internet: operatori online con sede all'estero

Gli operatori online esteri senza succursale giuridica o economica in Svizzera le cui offerte si rivolgono inequivocabilmente a consumatori domiciliati in Svizzera (p. es. attraverso un *nome di dominio in «.ch»*, ma anche in «.de», «.at», «.it » o «.com» se le offerte sono *rivolte in particolare a consumatori in Svizzera*) sono tenuti a indicare i prezzi nel modo seguente:

- indicare il **prezzo** effettivamente pagabile **nella valuta usata per la fatturazione (p. es. euro)**;
- per consentire al cliente di farsi un'idea precisa del costo del viaggio in franchi, i prezzi espressi in valuta estera devono recare l'indicazione del **prezzo di riferimento in franchi svizzeri**;

- l'indicazione del prezzo di riferimento in franchi svizzeri dev'essere accompagnata da un rinvio al tasso di cambio e agli eventuali **costi di conversione** se il pagamento viene effettuato con carta di credito.

Esempio: «La fattura viene emessa in [p. es. euro]. Il prezzo in franchi svizzeri è un prezzo di riferimento basato sul tasso di cambio del [giorno di emissione] (...). Il prezzo effettivamente pagabile in franchi svizzeri dipende dal tasso di cambio del momento e da eventuali commissioni bancarie applicate dalla società emittente della carta di credito in relazione al tasso di cambio CHF/Euro».

4. Viaggi in aereo

4.1 Indicazione dei prezzi dei viaggi in aereo

Analogamente ai viaggi «tutto compreso», anche per i viaggi in aereo occorre indicare **il prezzo effettivamente pagabile in franchi svizzeri**.

Questo prezzo effettivamente pagabile **deve includere la tariffa aerea e tutte le imposte, tasse, supplementi e diritti** inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione (p. es. supplementi per carburante, tasse aeroportuali, diritti di agenzia ecc.).

Il prezzo effettivamente pagabile **deve sempre essere indicato**, cioè già all'inizio della prenotazione e per tutta la procedura. In questo modo si evita che i consumatori siano tratti in inganno dal fatto che i prezzi sono indicati senza imposte e tasse, ma che queste vengono poi fatturate al termine della prenotazione.

È necessario indicare i singoli elementi costitutivi del prezzo effettivamente pagabile, ovvero:

- l'effettiva tariffa aerea;
- le tasse;
- le tasse aeroportuali; e
- altre tasse, supplementi o diritti come quelli relativi alla sicurezza o al carburante.

Esempio:

| Il Suo viaggio con SECO-Airlines | | | | | |
|---|---|--|---|--|----------------------|
| > Volo di andata – sabato 10 novembre 20xx | | | | Il prezzo: CHF 240.- | |
| 17:00 10 nov. | 17:40 10 nov. | Basilea | Londra | | |
| < Volo di ritorno – sabato 17 novembre 20xx | | | | | |
| 14:00 17 nov. | 16:40 17 nov. | Londra | Basilea | | |
| Elementi costitutivi del prezzo del volo | | | | | |
| <i>Passeggero</i> | <i>Tariffa aerea</i> | <i>Tasse</i> | <i>Tasse aeroportuali</i> | <i>Supplemento per il carburante e altre tasse</i> | <i>Prezzo totale</i> |
| <i>1 adulto</i> | <i>CHF 90.-</i> | <i>CHF 30.-</i> | <i>CHF 50.-</i> | <i>CHF 70.-</i> | <i>CHF 240.-</i> |
| <i>Supplementi facoltativi</i> | <i>Assicurazione annullamento viaggi CHF 30.-</i> | <i>Supplemento bagaglio fino a 20 chili CHF 20.-</i> | <i>Possibilità di scelta del posto a sedere CHF 5.-</i> | | |

4.2 Supplementi di prezzo facoltativi

I **supplementi di prezzo facoltativi** devono essere comunicati in modo chiaro, trasparente e inequivocabile all'inizio di ogni procedura di prenotazione; la loro accettazione da parte del consumatore deve essere confermata in modo esplicito («opt-in»).

Nel contesto di un volo, i supplementi di prezzo facoltativi coprono i servizi complementari non obbligatori né indispensabili per il viaggio, lasciando così al consumatore la libertà di accettarli o rifiutarli (p. es. assicurazione annullamento viaggi, supplemento bagaglio o possibilità di scelta del posto a sedere).

I **supplementi per il pagamento con carta di credito** sono considerati supplementi di prezzo facoltativi soltanto se esiste un'altra modalità di pagamento gratuita e di uso corrente in Svizzera.

5. Pubblicità

5.1 Definizione

La pubblicità ai sensi dell'OIP comprende ogni annuncio diffuso tramite un mezzo pubblicitario allo scopo di promuovere la vendita di merce o servizi propri.⁴

Esempi: flyer, opuscoli, cataloghi, cartelloni pubblicitari, annunci, radio, TV, teletext, banner pubblicitari, siti Internet, e-mail, ecc..

5.2 Indicazione dei prezzi nella pubblicità

La pubblicità che non contiene indicazioni di prezzo non rientra nel campo d'applicazione dell'OIP.

Tuttavia, se nella pubblicità sono menzionati prezzi (p. es. «Parigi per CHF xx»), categorie o limiti di prezzo in cifre (p. es. prezzi minimi del tipo «Berlino a partire da CHF xx») è necessario indicare i prezzi effettivamente pagabili e specificare le offerte di viaggio (art. 13 e 14 OIP).

⁴ Thomas Wyler, Werbung mit dem Preis als unlauterer Wettbewerb, Basel 1990, pag. 9

Questo principio si applica indipendentemente dal tipo di viaggio pubblicizzato, che si tratti di semplici viaggi in aereo, treno o nave, di viaggi individuali, su misura o «tutto compreso», giornalieri, in Svizzera, all'estero oppure di giri turistici.

Per «**prezzo effettivamente pagabile**» si intende il **prezzo totale** di un viaggio o di un'offerta, comprese le tasse pubbliche, le tasse portuali o aeroportuali, le tasse di entrata e uscita, le tasse per la sicurezza, il supplemento per il carburante e gli altri supplementi non facoltativi di ogni tipo (per quanto riguarda l'indicazione delle mance si veda il punto 3.2).

Se le offerte di viaggio pubblicizzate in Svizzera possono essere prenotate e pagate in Svizzera, il prezzo effettivamente pagabile va inteso in franchi svizzeri.

Le **condizioni** a cui l'**offerta pubblicizzata con indicazione di prezzo** è vincolata devono essere chiaramente riconoscibili.

5.3 Specificazione

In ogni supporto pubblicitario le offerte di viaggio devono essere descritte in modo tale che le informazioni essenziali per il cliente risultino chiare e ben leggibili.

Specificazione per la pubblicità in forma elettronica: in caso di pubblicità su pagine Internet, banner pubblicitari, e-mail e smartphone è consentito il rinvio a un sito Internet che specifichi l'offerta, a **condizione che quest'ultima sia accessibile mediante un solo clic.**

I criteri essenziali per pubblicizzare un viaggio «tutto compreso» con trasporto e alloggio sono:

- destinazione;
- aeroporto di partenza;
- durata del viaggio;
- eventuale durata dell'offerta;
- mezzo di trasporto;
- pasti;
- alloggio (albergo di categoria media, camera doppia, ecc.); e
- canali di distribuzione.

Esempio: Creta, Stalis, volo & albergo*, 7 notti con colazione, a partire da franchi 650.-, tasse incluse**

Voli da Ginevra, prezzo a persona per quattro persone in camera quadrupla, valido in caso di prenotazione tramite Internet; offerta valida dal 1° al 30 settembre.

I criteri essenziali per pubblicizzare un viaggio in aereo sono:

- destinazione;
- aeroporto di partenza;
- eventuale durata dell'offerta;
- canali di distribuzione; e
- indicazione se il prezzo comprende il volo di ritorno o se si riferisce a un volo di sola andata prenotabile individualmente.

Esempio: Roma per franchi 199.-, tasse incluse, andata e ritorno da Zurigo, offerta valida dal 1° al 30 settembre in caso di prenotazione tramite Internet.

6. Tariffe di consulenza e prenotazione nell'agenzia viaggi

Le tariffe di consulenza, prenotazione, assistenza, apertura di una pratica o i diritti di agenzia (art. 10 cpv. 1 lett. o OIP) sono il costo dei servizi inerenti alla prenotazione di un viaggio offerti dalle agenzie (consulenza, prenotazioni, intermediazione, ecc.). Queste tariffe vengono fatturate separatamente dalle agenzie.

I prezzi per la consulenza e la prenotazione fatturati dalle agenzie viaggi devono essere facilmente accessibili e ben leggibili tramite affissioni o listini prezzi.

Le informazioni sui prezzi vanno affisse o esposte in punti dove i clienti si soffermano abitualmente e devono essere accessibili senza che siano esplicitamente richieste.

7. Esecuzione, disposizioni penali

L'esecuzione dell'OIP compete ai cantoni. Gli uffici cantonali competenti vigilano per un'applicazione corretta della presente ordinanza e denunciano le infrazioni alle autorità competenti (art. 22 OIP).

La Confederazione esercita l'alta vigilanza per il tramite della Segreteria di Stato dell'economia (SECO) (art. 23 OIP).

Le infrazioni contro l'OIP sono punite con una multa sino a 20'000 franchi (art. 24 LCSI).

Impressum

Segretaria di Stato dell'economia (SECO)

Settore Diritto

Holzikofenweg 36, 3003 Berna

Tel. 058 462 77 70

e-mail: pbv-oip@seco.admin.ch

www.seco.admin.ch: Temi > Soggetti speciali > L'indicazione dei prezzi > Negozio online

01.2016 / 500/i

