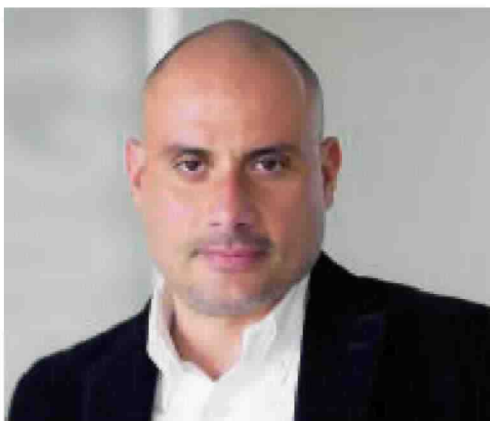


PIÙ VIAGGI LOW COST E MORDI E FUGGI E L'ORGANIZZAZIONE È SEMPRE PIÙ ONLINE: SFIDA PER LA NUOVA ENIT

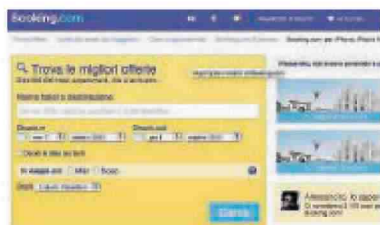
Abolizione *parity rate*: chi ci perde (davvero)?



■ **Andrea D'Amico, Regional Director di Booking.com Italia**

Primo sì dal Parlamento all'abolizione delle clausole che impediscono agli albergatori di praticare sul proprio sito prezzi migliorativi rispetto a quelli presenti sui portali web di prenotazione. Esulta [Federalberghi](#), mentre per Booking.com lo svantaggio competitivo rischia di riverberarsi solo sui piccoli hotel (la maggior parte in Italia) e di rimando sui clienti.

**Conti e Di Piero
alle pagine IV e V**



L'ITALIA SULLA SCIA DELLA FRANCIA

Primo sì alla Camera alla norma che dichiara nulli i patti sottoscritti dagli albergatori che impediscono loro di praticare sul proprio sito prezzi migliorativi rispetto a quelli presenti sui portali web di prenotazione

DDL CONCORRENZA ■ LA CROCIATA DI **FEDERALBERGHI**

No al parity rate: danno a **Booking** o a clienti e piccoli hotel?

ALESSANDRO DI PIERRO
a.dipierro@epolisbari.com

L'ultima battaglia ha visto la **Federalberghi** vincere contro i portali di prenotazione online. Ma, quando finirà la guerra, non è ancora chiaro quali saranno i veri vincitori e quali le vittime. La guerra in corso è quella sul parity rate, il meccanismo per cui, ad oggi, gli alberghi in base a delle clausole non possono avere sui propri siti internet dei prezzi più bassi di quelli sulle piattaforme come Booking.com ed Expedia.it. Il campo di battaglia è il Parlamento, dove la scorsa settimana alla Camera, con 434 voti favorevoli, 4 contrari e 3 astenuti è passato un emendamento al ddl concorrenza (che ora dovrà passare al Senato) con il quale si vietano questo tipo di clausole. Equiparando il sistema italiano a quello francese.

“Si tratta di una decisione che dà ragione al mercato e al buon senso e stabilisce un nuovo e più corretto equilibrio nel rapporto tra le imprese ricettive e le multinazionali dell'intermediazione” ha dichiarato subito dopo l'approvazione Bernabò Bocca, presidente di **Federalberghi**, convinto che “quando la legge entrerà in vigore, dopo la definitiva approvazione in Senato, tutti gli attori saranno spronati a nuovi investimenti e a una gestione più efficiente. Gli alberghi che vorranno potenziare le vendite dirette dovranno aumentare gli investimenti in tecnologia e nella formazione degli addetti. A loro volta, i portali, non potendo più contare sulla rendita di posizione offerta dalle clausole di parity, dovranno investire sulla qualità del servizio e sulla riduzione delle commissioni”. Per Bocca così si sta “completando il percorso che l'Antitrust aveva iniziato e timidamente lasciato a metà”. Il riferimento è alla chiusura, ad aprile scorso, dell'istruttoria da parte dell'Autorità con l'accettazione delle pro-



poste di modifica del parity rate da parte di Booking.com. Da luglio, infatti, il portale di prenotazione leader del mercato ha modificato le clausole consentendo agli alberghi di vendere a tariffe inferiori su altri canali online, al telefono, per mail o al front desk. Riuscendo, tuttavia, a conservare il prezzo migliore rispetto alla vendita diretta online dal sito dell'albergo.

Un vantaggio necessario secondo **Booking** (che tra l'altro non obbliga nessuno a iscriversi al proprio sito, precisa), per continuare ad offrire servizi di qualità. “Per le strutture che aderiscono al portale - ha spiegato Andrea D'Amico, Regional Director Booking.com Italia (nella foto al centro) - noi ci occupiamo dei contenuti e delle foto, traduciamo i testi in 42 lingue e diamo visibilità in Italia ad oltre 90mila strutture. A disposizione dei clienti c'è un servizio attivo 24 ore su 24 e in cambio non chiediamo nulla. Avere tariffe competitive è quindi per noi fondamentale per continuare ad effettuare tali investimenti”. Il discorso non è di poco conto, visto che, ha aggiunto D'Amico, “Booking è importante soprattutto per le piccole e medie strutture, ovvero la maggior parte degli hotel italiani”. Il risultato è evidente: se con l'abolizione del parity rate ci fossero contraccolpi economici per il portale “e non dovessimo più fornire certi servizi ai piccoli e medi albergatori - ha spiegato D'Amico in una recente intervista a La Stampa - loro dovrebbero occuparsene da soli, con costi molto alti. Normale immaginare che di conseguenza le tariffe per la clientela saranno più alte”.

La speranza, per **Booking**, è che nella lettura del testo al Senato ci sia un ripensamento. “Comunque - ha concluso D'Amico - continueremo ad impegnarci per offrire ai nostri utenti le condizioni migliori possibili all'interno del quadro normativo”.