

Le associazioni delle imprese ricettive compatte sui 19 punti contro le olta

# Hotel italiani, tutti con Hotrec

Rabbia e insofferenza contro recensioni false e limitazioni al pricing

Sono arrabbiati e insofferenti anche gli albergatori italiani. Concordano le associazioni, pur con alcuni distinguo, sull'ultimatum in 19 punti – *Benchmarks of Fair Practices in Online Distribution* – lanciato da Hotrec alle olta. Precisa **Bernabò Bocca**, presidente Federalberghi: «Siamo tra i promotori dell'iniziativa di Hotrec, abbiamo partecipato alla stesura del documento, convinti che trasparenza e correttezza siano capisaldi fondanti di ogni legge di mercato».

## «Danneggiati i consumatori»

«Secondo noi gli elementi prioritari sono due: i commenti diffamatori e la *parity rate*. Nella società dell'informazione le opinioni degli utenti sul web sono sempre più rilevanti. Ma molti portali pubblicano commenti anonimi, e può accadere che il diritto alla libera espressione del pensiero sancito dall'articolo 21 della nostra Costituzione si traduca in licenza di offendere e vilipendere, senza doverne rispondere. Portali, blog, social network spesso pubblicano recensioni senza alcuna verifica dell'attendibilità, o dell'identità dell'autore, che potrebbe scrivere di un hotel senza averlo neppure visto, e senza che il gestore del sito si assuma qualsiasi responsabilità. I commenti anonimi possono dar luogo a diffamazione, e il danneggiato non ha alcuno strumento di tutela».

Poi Bocca parla della *Parity Rate*, clausola con la quale le grandi Olta, "forti della propria posizione dominante", vietano agli alberghi di pubblicare sul proprio sito un prezzo di vendita inferiore a quello offerto online dagli intermediari. La *parity rate*, nota Bocca, così danneggia i consumatori, perché senza questa «logica del prezzo imposto ci sarebbe un ampio margine per le attività di vendita diretta, suscettibile di tradursi in una riduzione del prezzo pagato dal cliente....Le olta – spiega ancora Bocca – chiedono per i propri servizi una commissione consistente, non c'è dubbio che l'impresa ricettiva sia disposta a cederne al consumatore una quota». Per concludere testualmente che «Al pari di quanto accade in altre attività, quando si acquista un bene o un servizio direttamente dal produttore, entrambe le parti ne traggono vantaggio». C'è da chiedersi se il ragionamento si riversi anche sulle agenzie di viaggi.

## «Chiamare in causa l'antitrust»

Presidente di Confindustria Alberghi, **Maria Carmela Colajacovo** chiama in causa l'antitrust: «Condivido il documento dell'Hotrec, anche se diciannove punti mi sembrano francamente troppi. Soprattutto perché credo che difficilmente si potranno trovare con le olta soluzioni su tutto. Non dimentichiamo che è pur sempre il mercato a dettar legge. Ma sicuramente è arrivato il momento di alzare la voce e reclamare il nostro ruolo operativo: credo che il passaggio chiave possa e debba essere l'antitrust, sulla quale premere per porre un freno all'oligopolio dei grandi motori di ricerca. Ne abbiamo già parlato col Commissario Europeo Tajani, e siamo convinti che dare sostegno all'Hotrec in questa offensiva a tutela degli albergatori sia il modo più efficace per avere chance di successo. Purtroppo in Italia paghiamo anche lo scotto di una rete ricettiva molto polverizzata. Il che rende anche difficile trovare strategie di rivendicazione condivisi. Ben venga la sortita internazionale».

## «Tutti i ricavi vanno all'estero»

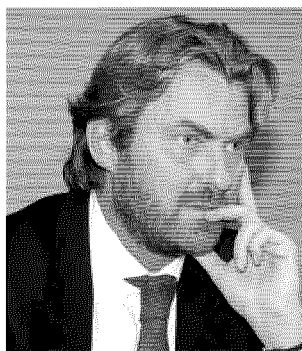
Duro anche **Filippo Donati**, presidente di Assohotel - Confesercenti, che definisce *gravissimo* il problema delle recensioni online: «Siamo fortemente critici con chi permette la pubblicazione sul proprio sito di recensioni senza la certezza che il cliente abbia soggiornato nella struttura. Siamo altrettanto critici sulla riduzione della trattativa tra cliente e hotel, che le olta cercano di appiattare. Valutiamo con il nostro ufficio legale le azioni da intraprendere. Asshotel incontrerà i principali attori di questo mercato, TripAdvisor, Booking, Venere ed altri, per discutere di tutto. Il progresso ineluttabile del rapporto cliente-territorio passa da questi *monstre* della prenotazione, con una quota di mercato che cresce di giorno in giorno. Resta incredibile che in Italia non esista un portale di booking degno di questo nome, e che per questa anomalia tutto il ricavato dell'intermediazione online finisca all'estero».

Totalmente d'accordo con Hotrec è **Walter Pecoraro**, presidente di Federalberghi Lazio e neopresidente di Uniturismo Lazio: «I nostri albergatori condividono tutti i 19 punti, ben venga la coesione europea per arginare lo stra-

potere delle olta, che fu dei grandi t.o. e grossisti del passato. Tutto come sempre sulle spalle delle imprese alberghiere, che ogni giorno lottano e rischiano per vedere sempre più vicina a zero la propria marginalità. Tutto quello che si riuscirà ad ottenere sarà un successo». *Andrea Lovelock*



Maria Carmela Colajacovo



Bernabò Bocca

