

## Comunicato Stampa sulla sentenza emessa dall'Antitrust su Booking.com

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha concluso l'esame delle clausole contrattuali che limitano la concorrenza sul prezzo e sulle condizioni di prenotazione degli alberghi, ostacolando la possibilità per i consumatori di trovare sul mercato offerte più convenienti. Il provvedimento dell'Antitrust fa **piazza pulita della cosiddetta parity availability**: gli alberghi potranno stabilire liberamente il numero e la tipologia di camere da porre in vendita sui diversi portali e sul proprio sito internet, senza alcun obbligo di riconoscere condizioni preferenziali ai grandi portali. **Deludente invece la soluzione concernente la parity rate**: gli alberghi italiani potranno pubblicare prezzi diversi su portali diversi, ma dovranno offrire su Booking.com il medesimo prezzo pubblicato sul sito della struttura ricettiva. **Gli alberghi potranno offrire sconti solo a chi li contatta** sui canali offline, ad esempio quando un cliente invia una mail, telefona alla reception o si reca di persona in un'agenzia viaggi. **Il provvedimento comunque non è definitivo**, cesserà i propri effetti tra 5 anni, durante i quali dovranno essere monitorati con attenzione gli effetti sul mercato. Analoga decisione è stata assunta dalle autorità di Francia e Svezia, mentre non ha fatto sconti il Bundeskartellamt (l'antitrust tedesca), che più di un anno fa ha rigettato in toto le proposte di HRS e pochi giorni fa ha ribadito il concetto, invitando pubblicamente Booking.com ad adeguarsi.

“**Netta insoddisfazione** -afferma il Direttore Generale di Federalberghi, Alessandro Nucara- per una decisione che lascia in mezzo al guado gli **interessi dei consumatori** e delle piccole e medie imprese, a tutto vantaggio dei grandi portali. La seconda parte della soluzione -prosegue Nucara- lascia a dir poco perplessi, in quanto si muove in direzione opposta alla storia ed al mercato, imponendo inutili complicazioni, promuovendo l'utilizzo di canali di comunicazione obsoleti e finendo col penalizzare i consumatori e le piccole e medie imprese, a tutto vantaggio delle grandi multinazionali dell'intermediazione. Inoltre non si capisce in base a quale criterio venga autorizzato in Italia un comportamento che solo pochi giorni fa è stato duramente censurato dall'Autorità tedesca.

“Nel **confermare che Federalberghi ed Hotrec proseguiranno** la propria battaglia in favore di un mercato più efficiente, -conclude il Direttore Generale degli albergatori italiani- invitiamo tutti i **consumatori a 'farsi furbi'** e ad adattare il proprio comportamento al nuovo scenario. Non accontentarsi quindi del prezzo pubblicato dai portali, ma controllare il sito dell'albergo o telefonare, per verificare la disponibilità di prodotti particolari e di altre soluzioni più vantaggiose che spesso sono disponibili e che queste regole astruse ci impediscono di pubblicizzare in maniera esplicita”. Le decisioni assunte dalle tre autorità sono **impugnabili davanti ai tribunali amministrativi** dei diversi paesi. La **materia è al primo punto** dell'ordine del giorno **dell'assemblea di Hotrec**, la confederazione degli albergatori europei, che si riunirà in Lussemburgo il 23 e 24 aprile e costituirà oggetto di ulteriore approfondimento in seno agli organi di Federalberghi.

---

### DORIANA COCETTI

Segreteria FEDERALBERGHI - Associazione Albergatori della provincia di Trieste

Via San Nicolò 7 - 34121 Trieste

tel. 0407707371 fax 0407707362

[doriana.cocetti@confcommerciotrieste.it](mailto:doriana.cocetti@confcommerciotrieste.it)