Distribution Cost Charge: anche le Ota contro Lufthansa

Torna a far discutere il **Distribution Cost Charge** di **Lufthansa**, la fee di 16 euro che da settembre sarà applicata a tutte le prenotazioni di biglietti della compagnia aerea effettuate tramite i canali Gds (Global distribution system). I gestori dei gds sono stati i primi ad opporsi alla novità, seguiti dalle agenzie viaggi tradizionali, dai tour operator e dalle associazioni di categoria. Ovviamente non solo in Italia ma in larga parte del mondo turistico servito dalle compagnie del gruppo, di cui fanno parte anche Austrian airlines, Swiss e Brussells Airlines.

Oggi è il turno di **otto online travel agency (Ota)** che in un comunicato congiunto hanno chiesto a Lufthansa di ritirare immediatamente la proposta. Del gruppo fanno parte due big europei come **Lastminute.com ed Edreams - Odigeo.** Gli altri firmatari sono Travelgenio, Travelplanet24, Travix, Unister Travel, e-Travel ed eEtraveli, come riporta Tnooz.

Nel comunicato le società sostengono che la fee proposta da Lufthansa "è **illegale e un diretto attacco al loro modello di business**". Inoltre "avrà un impatto negativo sui consumatori e sull'intera industria del turismo" poiché "aumenteranno i prezzi verso i consumatori, si ridurrà la trasparenza dei costi delle tratte e rappresenterà una forte restrizione nella capacità delle agenzie online di soddisfare i propri clienti".

La presa di posizione si spiega con un aspetto della vicenda che finora è stato trascurato: a**nche le agenzie di viaggi online utilizzano i gds** per la prenotazione delle proprie proposte viaggio e quindi sono soggette alla fee al pari degli agenti di viaggio tradizionali. Con un'ulteriore svantaggio: mentre l'agente di viaggio può utilizzare il **sistema di prenotazione di Lufthansa** e aggirare la fee questo per le Ota diventa impossibile. Per cui, paradossalmente, proprio la categoria che sembra più penalizzata dall'iniziativa di Lufthansa, gli agenti di viaggio tradizionali, sembra l'unica ad avere la possibilità di guadagnare qualcosa da questa vicenda, anche se ciò ovviamente comporta maggiore carico di lavoro per chi deve gestire la pratica. Il pericolo principale, infatti, è che se altre compagnie aeree dovessero seguire l'esempio di Lufthansa diventerà sempre più complicato proporre in breve tempo voli a tariffe competitive, specie se si considera che poi le stesse compagnie aeree vendono anche direttamente al cliente finale.

Al momento le 8 Ota non hanno rilasciato dichiarazioni che possano far pensare a un futuro **boicottaggio di Lufthansa**, ma il loro comunicato rappresenta un ulteriore segnale di come la mossa della compagnia aerea sia stata mal digerita da tutto il comparto.