Parity Rate: Booking soddisfatta dei risultati dello studio della Commissione Europea

Oltre all'Antitrust anche **Booking.com** è soddisfatta dei risultati del monitoraggio della Commissione Europea sull'attività dei portali prenotazione online, un'indagine che si era posta l'obiettivo di verificare la validità delle **clausole MFN** (Most favoured nation, meglio conosciute in Italia come clausole di Parity Rate) e che è durata per 12 mesi in cui sono stati inviati questionari a 16.000 alberghi in 10 Stati membri, 20 agenzie di viaggio online, 11 siti di ricerca e 19 grandi catene alberghiere.
Secondo Booking la relazione del gruppo di lavoro conferma la validità delle clausole applicate dal portale a partire dal 2015 e questo contribuisce a una sana concorrenza e a una maggiore trasparenza per i consumatori.
I risultati confermano infatti il parere delle 25 authority nazionali garanti della concorrenza che hanno accettato le **modifiche agli accordi di parità** proposte da Booking.com nel 2015.
Tali modifiche volevano sia proteggere Booking.com dal fenomeno del free-riding sulla piattaforma (vale a dire le prenotazioni dirette) che permettere ai consumatori di poter confrontare i prezzi in modo rapido e accurato.
Booking.com in una nota stampa ha sottolineato che "crede fortemente nella missione della Commissione Europea di promuovere l'innovazione digitale paneuropea, presupposto del mercato unico digitale. Pertanto continuerà a impegnarsi per una maggiore trasparenza nel mercato, sia per i consumatori sia per le aziende digitali come Booking.com."
Tra **i risultati principali del monitoraggio** si evidenzia che l'uso delle Ota tra gli hotel nella prima metà del 2016 aumenta di anno in anno a discapito dei canali offline. Stabile invece il canale delle prenotazioni dirette. Dal grafico si evince anche che le catene di hotel hanno maggior potere di mercato e minore dipendenza dalle Ota rispetto agli hotel indipendenti, risultato di brand forti che danno una mano al canale diretto.
ota2