Campagna "Fatti furbo": cosa succede chiamando direttamente l'albergo

La campagna Fatti Furbo lanciata da **Federalberghi** e che invita i clienti a telefonare direttamente in hotel per ottenere tariffe migliori ha sicuramente il merito di aver riacceso il dibattito sulla questione della **parity rate** e della **disintermediazione**.
Online le discussioni si sono divise tra chi ha apprezzato la mossa e tra chi ha espresso alcune riserve.
Tra i primi **Fulvio** che spiega: "E' un'ottima idea, ora sta agli albergatori". Per **Jerome** "E' un inizio" mentre **Davide** annuncia di averlo già condiviso sulle proprie pagine social. Per finire **Evitas** suggerisce: "Deve andare in tv subito dopo la pubblicità di Trivago".
Non mancano però alcune voci critiche anche tra gli albergatori.
Lorenzo commenta: "Spero che non vada in tv" mentre per **Iacopo**: "Il problema è che il cliente chiama l'hotel e spesso ottiene tariffe più alte che su booking". Sulla stessa lunghezza d'onda **Oliviero** : "Si son svegliati troppo tardi quando i buoi sono scappati, e non conoscono nemmeno la realtà: appunto se uno telefona (o è un walk-in) offrono spesso prezzi più alti delle OTA". Infine **Gabriele**: "Le ota sono una risorsa per l'hotel e una bella comodità per i clienti. Le comodità dovrebbero avere un costo a carico del cliente. Ma molti hotel ancora non capiscono che devono offrire uno sconto sulle prenotazioni disintermediate".
Sulla base di queste considerazioni ieri è stato il blog **Officina Turistica** a fare un esperimento, raccontato in questo articolo: ha provato a prenotare telefonicamente 10 alberghi 4 stelle della capitale e ha confrontato la tariffa comunicata con quella presente sulle Ota, quella presente sul sito e quella del portale di Federalberghi Italyhotels.it (dove, fanno notare, manca il numero di telefono delle strutture).
Il risultato è in questa tabella che mostra in verde dove è stata trovata la **tariffa migliore**: solo in un caso su 10 è risultata migliore la tariffa telefonica. E solo in un caso su 10 si è rivelato più conveniente Booking. In due casi su 10 ha vinto il sito dell'hotel, in altre due casi Italyhotels mentre nel 40% dei casi la tariffa migliore si trovava su un Ota diversa da Booking.
tabella_rilavamento_roma
Il campione è probabilmente basso per avere una statistica scientificamente esatta ma **9 telefonate su 10 che non producono tariffe migliori delle Ota** rappresentano comunque un'ulteriore indizio su

come le politiche tariffarie non vadano necessariamente nella direzione auspicata da Federalberghi: vuoi per mancanza di formazione, vuoi per scelta deliberata della struttura. Altro dato che emerge è che che non si può limitare il campo d'azione alla sola Booking.com: nuove Ota spuntano come funghi, magari con commissioni iniziali più convenienti, e il cliente smaliziato potrebbe preferire una ricerca più approfondita online, magari utilizzando metamotori come **Trivago, Kayak, Tripadvisor o Google Hotel Finder**, che impegnarsi in una trattativa per spiegare all'hotel che anche lui deve "farsi furbo".