Parity rate: la posizione di Expedia

In merito alla questione della parity rate, cioè l'abolizione delle clausole di **parità tariffaria** tra hotel e Ota, Expedia ha assunto una posizione ben precisa. Riceviamo dalla società, e pubblichiamo integralmente, la nota inviata dal **gruppo Expedia**.

“Siamo a conoscenza dell’emendamento sul DDL Concorrenza presentato dal deputato Tiziano Arlotti, che stiamo al momento esaminando. Dato che questo emendamento deve ancora passare al vaglio del Senato e, nel caso di modifiche ulteriori, essere sottoposto al voto finale della Camera dei Deputati, è ancora troppo presto per fare supposizioni relative all’eventuale inclusione dell’emendamento nella legge annuale sulla concorrenza, o su quale sarà la sua versione finale e gli eventuali effetti che potrà avere.

Una legge come quella proposta dal deputato Arlotti - volta a permettere agli hotel di discriminare i viaggiatori che cercano e prenotano le proprie vacanze online sui portali di viaggio - è fuorviante e, di fatto, influisce negativamente sulla fiducia dei consumatori. Essa porrebbe un peso ingiusto sulle spalle dei consumatori digitali, rendendo più laboriosa la ricerca della stanza giusta al prezzo giusto, privandoli della possibilità di accedere ai prezzi più convenienti sulle piattaforme di prenotazione scelte. Dato che questo potrebbe influire significativamente sulle decisioni dei consumatori, soprattutto stranieri, che valuteranno l’Italia come meta di viaggio, riteniamo prevedibili effetti negativi sul settore del turismo italiano.

Noi di Expedia abbiamo sempre creduto che i viaggiatori abbiano il diritto di prenotare i propri viaggi essendo sicuri della scelta, della qualità e del prezzo. Questo è il ruolo che, assieme a molti altri siti di viaggio, copriamo sul mercato globale del turismo da quasi 20 anni, da un lato, aiutando centinaia di migliaia di albergatori a competere con la concorrenza per guadagnarsi la preferenza dei consumatori e, dall’altro, i viaggiatori a trovare questi hotel in modo trasparente, rapido ed efficiente.

Il risultato di questa attività ha portato alla creazione di un mercato dove gli albergatori possono ottenere visibilità in ogni angolo del mondo e dove i consumatori stessi trovano valore ed efficienza nell’acquistare viaggi utilizzando i nostri brand globali e beneficiando dai nostri importanti investimenti in tecnologia e marketing, senza ulteriori costi. È importante sottolineare che gli albergatori pagano per questa visibilità solo e soltanto nel caso in cui avvenga una prenotazione su uno dei siti Expedia. Questo emendamento, dunque, consentirebbe agli hotel di avvantaggiarsi indebitamente degli investimenti delle agenzie di viaggi online in tecnologia, marketing e promozione e, in sostanza,

ridurrebbero l’incentivo agli investimenti sul settore turistico italiano rispetto ad altri mercati.
Expedia si augura che le autorità italiane attualmente coinvolte nell’adozione del DDL Concorrenza possano seguire l’esempio di quelle di Gran Bretagna, Grecia, Norvegia, Danimarca e Svezia, che hanno recentemente archiviato i casi NPF (clausole della nazione più favorita), consentendo al settore del turismo online di tornare a concentrarsi sul proprio compito di fornire offerte di viaggi trasparenti e competitive.
Riteniamo che, se implementato senza modifiche, l’emendamento Arlotti sul DDL Concorrenza violerebbe sia la normativa italiana che quella dell’UE. È da notare, infatti, che una legge simile in Francia è stata recentemente messa in discussione a livello europeo con una serie di argomentazioni sostanziali presentate dalla European Technology and Travel Services Association, affiancata da altri soggetti, tra cui anche Expedia".