

O'Leary insiste sull'Amazon dei viaggi: nuovi partner per Ryanair Rooms e Ryanair Holidays

Il progetto di **Ryanair** di vendere l'intero viaggio su un unico portale fa qualche passo in avanti anche se procede un po' a rilento, a dispetto dei toni trionfalistici di O'Leary sul [Corriere della Sera](#) che parla di attacco ad Airbnb e Booking.com, sovrastimando ampiamente la portata della sua creatura.

Un nuovo fornitore per Ryanair Rooms

[ryanairrooms](#) La prima novità riguarda **Ryanair Rooms**, il metamatore per la ricerca di hotel, che si rafforza grazie alla partnership con **HRS** e il suo database di 300mila hotel in 190 paesi con focus sul business travel. Un'aggiunta importante che porta a tre il numero di servizi online confrontati dal metasearch della compagnia irlandese. Gli altri due sono Hotels.com (gruppo Expedia) e Hoteleuropa (gruppo Hotelbeds): il servizio dunque migliora ma rimane ancora lontano dall'offerta dei principali competitor, non fosse altro per la mancanza del leader di mercato Booking.com. E O'Leary, a Bergamo ad ottobre 2016, ci aveva assicurato che sarebbe arrivato a 4 o [5 fornitori entro Natale](#) scorso. Nella sua intervista al Corriere O'Leary propone di abbassare al 5% le commissioni richieste dalle Ota che notoriamente viaggiano verso il 20%. Questo però è un modello di business che passa necessariamente un accordo diretto con gli hotel: se hai un metamatore che ricerca su altre Ota che già chiedono il 20% all'albergo, è evidente che non hai alcun potere di mercato sul prezzo finale.

Nuova partnership sui pacchetti viaggio

[ryanairholidays](#) La seconda novità riguarda il servizio di vendita pacchetti viaggio, [Ryanair Holidays](#) lanciato in UK: dopo la brusca [interruzione della partnership con Logitravel](#) e la momentanea sospensione del sito web, ora Ryanair ha un nuovo partner, si tratta di [Holidays.ch](#), tour operator svizzero che opera tramite la piattaforma in white label di **HLX Touristik**, società tedesca che offre i propri servizi anche al gruppo Lufthansa con siti come Lufthansaholidays.com, Airberlinholidays.com e Swissholidays.com. Il servizio è dunque tornato online ma non si distingue molto dalla concorrenza. Al di là dei messaggi ottimistici lanciati al mercato consumer è dunque evidente che la strada da fare per competere con le Ota è ancora lunga e in salita.