

parity rate, maggiore competitività per gli alberghi italiani

di Simone Finotti

E' finalmente diventato legge il ddl Concorrenza, che abroga la clausola della "parity rate": una buona notizia per gli hotel, ma ora sta ai gestori il compito, non sempre semplice, di sfruttare l'occasione. Prima di tutto aumentando la propria visibilità sul web, senza dimenticare le qualità umane e la corretta manutenzione delle strutture, che dovranno essere sempre comode, efficienti e... pulite.



32
GSA
OTTOBRE
2017

Dal ddl Concorrenza, finalmente approvato e diventato legge (124/17) a inizio agosto dopo due anni di tira e molla, arrivano buone notizie per tutti gli alberghi, ma addirittura ottime per quelli che sapranno sfruttare appieno le potenzialità digitali. Parliamo dell'applaudita abrogazione della discussa "parity rate". Già morta e sepolta nei fatti, anche se mancava il suggello di legge: una norma che, guarda caso, è già stata ribattezzata booking dagli addetti ai lavori.

La dorata gabbia dei prezzi migliori

D'ora in avanti, dunque, anche gli alberghi italiani avranno il pieno diritto di offrire la loro tariffa in modo svincolato dai portali di booking online, che fino a ieri di fatto ingessavano il mercato costringendo i consumatori nella dorata gabbia dei prezzi migliori del mercato. La parity rate, infatti, è (o meglio era) una clausola inserita nei contratti che le agenzie turistiche online (Olta) e i portali di prenotazione alberghiera siglano con gli hotel e

che vieta agli alberghi di pubblicizzare prezzi inferiori a quelli esposti sui grandi portali.

La denuncia di Federalberghi

Una clausola che Federalberghi aveva da sempre bollato come vessatoria, in quanto capace di bloccare la concorrenza impedendo inoltre agli ospiti di ottenere prezzi più vantaggiosi. Ora però tale clausola non c'è più, spazzata via da un colpo di legge come già era avvenuto altrove in Europa, Francia e Germania e Austria in primis (ma degli stessi temi si discute anche altrove, come in Svezia e in Svizzera). La novità arriva dal comma 166 della Legge sulla Concorrenza 124/17, che prevede che "è nullo ogni patto con il quale l'impresa turistico-ricettiva si obbliga a non praticare alla clientela finale, con qualsiasi modalità e qualsiasi strumento, prezzi, termini e ogni altra condizione che siano migliorativi rispetto a quelli praticati dalla stessa impresa per il tramite di soggetti ter-

zi, indipendentemente dalla legge regolatrice del contratto".

Albergatori soddisfatti: "I clienti ci guadagneranno"

Inutile sottolineare la soddisfazione degli albergatori, che hanno subito iniziato a far festa. Per Federalberghi, che ha visto premiata la propria iniziativa di porre un freno alla clausola anticoncorrenziale, la decisione è ispirata dal buon senso e "stabilisce un nuovo e più corretto equilibrio nel rapporto tra le imprese ricettive e le multinazionali dell'intermediazione, completando il percorso che l'Antitrust aveva iniziato, e ristabilendo parità di condizioni tra il sistema turistico italiano e quello di importanti paesi concorrenti". Sempre secondo la Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo, i primi a beneficiare della novità saranno proprio i clienti. Forse, infatti, non tutti sanno che quando un portale promette un miglior prezzo, l'altra faccia della medaglia è che

In breve

Cos'è la parity rate?

La parity rate è una clausola prevista in molti contratti con i portali più famosi, che in sostanza vieta all'albergatore di praticare prezzi più bassi di quelli comunicati al portale. Con l'approvazione definitiva della norma, questa clausola sarà nulla, anche se espressamente approvata e sottoscritta.

Cosa cambia per gli albergatori?

Gli albergatori e titolari di attività ricettive avranno piena libertà di praticare tariffe più basse a chi prenota direttamente. In questo caso potranno usare la dicitura "miglior tariffa garantita", e potranno invitare gli utenti a prenotare direttamente offrendo uno sconto su qualsiasi tariffa trovata online su booking o altri portali.

ha di fatto impedito al sito online dell'hotel di praticarne uno ancora più vantaggioso. Un concetto che Federalberghi tiene a rimarcare a chiare lettere.

Ora la palla passa ai gestori

Il sito internet, appunto. E qui iniziano i però che, in parte, potrebbero rovinare l'euforia del momento. Infatti, ora che la norma c'è, la palla passa proprio agli albergatori e ai gestori delle strutture ricettive. I quali, evidentemente, dovranno saper cogliere l'occasione. Nello specifico, la battaglia si sposta ora sul fronte della visibilità, che i portali di prenotazioni online, Booking ed Expedia su tutti, hanno costruito negli anni grazie a un servizio rapido, affidabile, facile da usare e di comprovata qualità. Non sarà certo semplice, nemmeno per i portali alberghieri più evoluti, scalfare tale primato.

Posizionarsi sui motori di ricerca

La prima regola, quindi, è quella di essere reattivi e preparati per sfruttare le potenzialità dei motori di ricerca. Il posizionamento, infatti, è tutto: che senso ha offrire un prezzo migliore se poi il mio sito compare in seconda, terza o quarta pagina? Evidentemente ben poco. Il sito, inoltre, dev'essere usabile almeno quanto quelli dei por-

tali più blasonati: se le pagine non si caricano e per fare una prenotazione devo perderci metà pomeriggio, idem come sopra. Altro punto: la velocità e tempestività sia nel "booking engine", cioè nel sistema di prenotazioni, sia nella gestione delle mail e delle comunicazioni in digitale.

Ma non dimentichiamo le qualità di un buon albergatore (e la pulizia...)

Chiudono il cerchio le qualità di sempre, perché alla base della buona ospitalità c'è prima di tutto, non bisogna scordarlo mai, un rapporto umano e a volte personale: la capacità di fare una buona impressione sull'ospite e di guadagnarsi la sua fiducia sono dunque, e restano, indispensabili. In una parola, una volta che si è raggiunto il cliente, o meglio, che si è fatto in modo che egli ci raggiunga, occorre avere la capacità di fidelizzarlo. E ci permettiamo di sottolineare che, a questo proposito, uno dei primi indicatori – secondo tutte le statistiche – è quello relativo alla pulizia degli ambienti: il tam tam è impietoso, e ci sono sempre ospiti pronti a rigirare il dito nella piaga. E in un albergo sporco e fatiscente non si torna.

C'È SEMPRE UNA ROSSA FATTA APPOSTA PER TE.



NEW

BYTE II, PER ESEMPIO!
LA NUOVA LAVAPAVIMENTI COMPATTA.

Agilità, manovrabilità e perfezione di asciugatura nella nuova lavapavimenti uomo a terra. Disponibile con le funzioni GO GREEN e AQUA SAVER per incrementare l'autonomia di lavoro a ridotto impatto ambientale.

