

Audizione di Federalberghi sul disegno di legge n. 2085

(legge annuale per il mercato e la concorrenza)



**Audizione di Federalberghi
sul disegno di legge n. 2085**
(legge annuale per il mercato e la concorrenza)

Sintesi dell'intervento
del Direttore Generale di Federalberghi
Alessandro Massimo Nucara

Senato della Repubblica
X Commissione
17 novembre 2015

FEDERALBERGHI
Federazione delle associazioni italiane alberghi e turismo
00187 Roma
via Toscana, 1
06 42034610
www.federalberghi.it
info@federalberghi.it

scenario

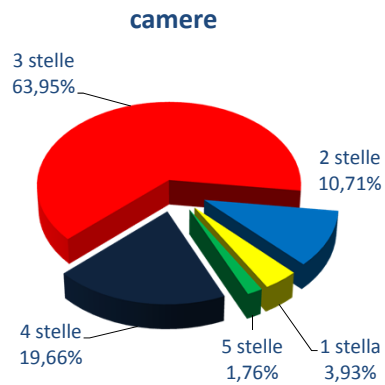


- più di 3 miliardi di persone hanno accesso alla rete
- grandi opportunità,
 - per i cittadini e per le imprese
- grandi problemi
 - inadeguatezza degli strumenti tradizionali
- ruolo e peso dei grandi player



il sistema alberghiero italiano

dimensione media: 32 camere; fonte: ISTAT, 2014



stelle	alberghi	camere	posti letto
5	428	31.924	64.705
4	5.506	357.066	744.417
3	18.128	560.255	1.161.585
2	6.146	102.404	194.544
1	3.082	38.651	71.388
totale	33.290	1.090.300	2.241.239

quanto «pesa» il mercato

- fatturato dei servizi di alloggio in Italia
 - 20 mld euro (più gli abusivi)
- mercato digitale
 - in costante crescita
- prenotazioni online
 - > 60% (dirette e indirette)
- Booking.com + Expedia + HRS
 - > 90% del mercato OTA



ddl per il mercato e la concorrenza

(articolo 50)



*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 terzi,
indipendentemente dalla legge
regolatrice del contratto.*



perché è giusto vietare le clausole MFN



- quando un portale vi promette il prezzo migliore
 - sta dicendo che **ha vietato all'albergo di farvi uno sconto**
- se l'albergo propone uno sconto sul proprio sito
 - il **cliente** paga un prezzo minore
 - l'**albergo** paga meno commissioni
 - lo **Stato italiano** incassa più imposte

gli impegni accessori di Booking.com

(decisione AGCM del 21 aprile 2015)



- libertà di prezzo e di condizioni sulle piattaforme diverse da Booking.com
- libertà di prezzo e di condizioni sui canali offline
- **parità di prezzo** sul sito dell'albergo
- libertà di disponibilità, sia sul sito dell'albergo sia sulle altre piattaforme

gli impegni **NON** funzionano



- Booking.com
 - ne stravolge il significato pro domo sua
- gli alberghi
 - subiscono «pressioni»
- gli altri portali
 - non abbassano le commissioni (effetto domino)
 - es. Expedia ha subito imitato la proposta di Booking
- la concorrenza
 - non aumenta

cosa ha stabilito l'Antitrust

(delibera AGCM 21 aprile 2015)



- libertà di disponibilità
- con riguardo al numero e al tipo di stanze che l'hotel può rendere disponibili sui diversi canali di vendita

cosa fa Booking.com

(fonte: nuove clausole contrattuali di Booking.com)



- pretende la disponibilità di tutte le camere

Nello spirito di questo Contratto e comunque soggetta in qualunque momento a quanto precedentemente indicato, la Struttura Ricettiva è d'accordo a offrire in qualsiasi momento (a seconda della disponibilità) la disponibilità di tutte le camere e tipologie di camere, ed è incoraggiata a fornire a Booking.com equo accesso a tutte le camere e tipologie di camera (con le rispettive condizioni e restrizioni) e di tariffe nel corso di validità del Contratto (nei periodi di alta e

cosa ha stabilito l'Antitrust

(delibera AGCM 21 aprile 2015)



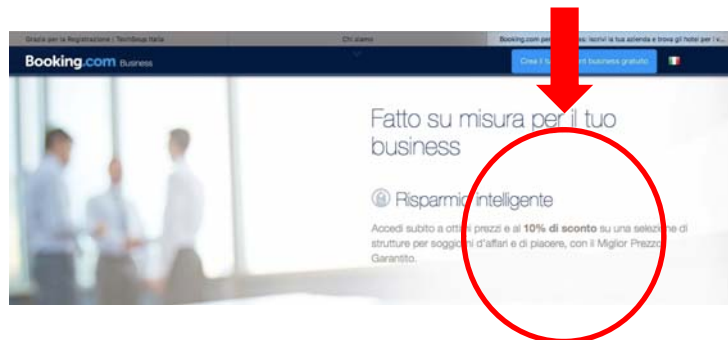
- l'hotel può praticare online sconti ai clienti non riconducibili alla generalità del pubblico, siano essi fidelizzati o meno, e pubblicizzare tale possibilità
- <<purché non siano individuate espressamente le tariffe praticate o i dettagli che consentano il calcolo della tariffa offerta>>

cosa fa Booking.com

(fonte: www.booking.com, 16 novembre 2015)



- propone al pubblico prezzi più bassi di quelli pubblicati sul sito dell'albergo



cosa ha stabilito l'Antitrust

(delibera AGCM 21 aprile 2015)



- l'albergo ha facoltà di contattare liberamente i clienti precedenti
- a prescindere dalle modalità con la quale sono stati acquisiti

cosa fa Booking.com

(fonte: lettera inviata da Booking.com agli hotel il 30 marzo 2015)



- «oscura» gli indirizzi di posta elettronica dei clienti



Indirizzi e-mail anonimi

A partire da questa settimana, gli indirizzi e-mail degli ospiti saranno anonimi per garantire un maggiore livello di sicurezza. Anche il tuo indirizzo e-mail verrà protetto nello stesso modo. Potrai continuare a inviare e ricevere e-mail dagli ospiti come hai sempre fatto, ma la tua identità, come quella degli ospiti, sarà protetta. Inoltre, per tutelare maggiormente te e gli ospiti da eventuali truffe online, non potrai più mandare link, immagini o allegati.

cosa hanno deciso Germania e Francia



- 20 dicembre 2013
 - Bundeskartellamt impone ad HRS.com di **cessare ogni applicazione delle clausole MFN**
- 2 aprile 2015
 - Bundeskartellamt invita Booking.com a **cessare l'applicazione delle clausole best price**
- 7 agosto 2015
 - la legge Macron dichiara la **nullità delle clausole di parity rate**



cosa ha fatto Booking.com

(lettera di Booking.com agli alberghi francesi, 7 agosto 2015)



As always...

In order to send as much customers from all over the world to your accommodation as possible, we encourage you to provide [Booking.com](https://www.booking.com) with fair access to all rooms, policies and rates available during the term of our relationship (both during periods of low and high demand (including during fairs, congresses and special events)).

Furthermore, you can be assured that we will continue to work hard for you by providing you better service and terms than our competitors with the hope that in return you will reward us with the best rates, conditions and availability.

Should you have any questions about this letter, please do not hesitate to reach out to your contact within [Booking.com](https://www.booking.com) who will be happy to assist.

Thank you for your continued support and partnership.

Yours sincerely,
[Booking.com](https://www.booking.com) B.V.

Gillian Tans
COO

grazie per l'attenzione



Alessandro Massimo Nucara
Direttore Generale
Federalberghi

nucara@federalberghi.it

 @anucara

via Toscana, 1
00187 Rome (Italy)

avvertenza



*queste slide costituiscono parte integrante di
una presentazione dal contenuto più ampio*

*in assenza del commento dell'autore
possono essere fraintese*

Federalberghi da oltre cento anni è l'organizzazione nazionale maggiormente rappresentativa degli albergatori italiani.

La federazione rappresenta le esigenze e le proposte delle imprese alberghiere nei confronti delle istituzioni e delle organizzazioni politiche, economiche e sindacali.

Aderiscono a Federalberghi 131 Associazioni Territoriali, raggruppate in 19 Unioni Regionali, e 6 Sindacati Nazionali (Unione Nazionale Italiana Catene Alberghiere, Sindacato Grandi Alberghi, Sindacato Villaggi Turistici, Associazione Alberghi per la Gioventù, Federalberghi Isole Minori, Unihotel Franchising).

In seno a Federalberghi sono costituiti 5 Comitati Nazionali (Mezzogiorno, Attività stagionali, Attività termali, Consorzi alberghieri, Giovani albergatori)

FAIAT service srl è il braccio operativo di Federalberghi.

Presidente di Federalberghi è Bernabò Bocca.
Il Direttore Generale è Alessandro Massimo Nucara.

Federalberghi aderisce dal 1950 a Confcommercio ove, insieme alle principali federazioni di categoria che operano nel Turismo, ha dato vita a Confturismo, l'organizzazione di rappresentanza imprenditoriale di settore.

Federalberghi è socio fondatore di Hotrec, la Confederazione Europea degli imprenditori del settore alberghiero e della ristorazione.