

22 aprile 2015 9:46

ITALIA: Prenotazioni online. Antitrust accetta condizioni Booking.com

L'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 21 aprile 2015, ha deciso di accettare, rendendoli vincolanti, gli impegni presentati dalle società del gruppo Priceline Booking.com B.V. e Booking.com (Italia). Si chiude così, nei confronti di tali società, l'istruttoria avviata il 7 maggio scorso anche nei confronti di Expedia per verificare le possibili limitazioni della concorrenza connesse all'utilizzo, da parte delle principali piattaforme di prenotazione di strutture alberghiere on line (le c.d. online travel agencies OTA), di clausole, nei rapporti contrattuali con i propri hotel partner, di parità tariffaria e di altre condizioni (anche in termini di numero di stanze disponibili) - Most favoured nation (Mfn). Il procedimento è ancora in corso nei confronti di Expedia.

Tali clausole MFN, vincolano le strutture ricettive a non offrire i propri servizi alberghieri a prezzi e condizioni migliori tramite altre agenzie di prenotazione online, e in generale, tramite qualsiasi altro canale di prenotazione (siti web degli alberghi compresi). Esse si inseriscono in un contesto di mercato in cui il principale modello di business delle OTA – che offrono i propri servizi sia in favore delle strutture ricettive che dei consumatori finali - è quello basato sulle commissioni praticate agli hotel. Sulla base di tale modello gli hotel pagano il servizio reso dalle piattaforme solo in caso di avvenuta prenotazione da parte del consumatore attraverso la corresponsione di una commissione sul prezzo di vendita della stanza, mentre i consumatori utilizzano gratuitamente i servizi di ricerca, confronto e prenotazione offerti dalle OTA.

In sede di avvio l'AGCM aveva rilevato come la presenza di clausole di MFN nei contratti con gli hotel partner fosse suscettibile di limitare significativamente la concorrenza sulle commissioni richieste alle strutture ricettive, con un impatto sui prezzi dei servizi alberghieri, in danno, in ultima analisi, dei consumatori finali.

Nel corso dell'istruttoria, condotta in collaborazione con le Autorità nazionali di concorrenza di Francia e Svezia e in coordinamento con la Commissione, le società del gruppo Priceline - leader del mercato in Italia - hanno presentato impegni consistenti in una riduzione significativa dell'ambito di applicazione delle clausole di MFN, le quali si applicheranno esclusivamente ai prezzi e alle altre condizioni pubblicamente offerte dagli hotel attraverso i propri canali di vendita diretta online, lasciando piena libertà agli hotel nella determinazione delle condizioni di offerta praticate sulle altre OTA e sui propri canali diretti offline, nonché nell'ambito dei propri programmi di fidelizzazione.

Gli impegni si applicheranno, a partire dal 1 luglio 2015, a tutte le prenotazioni effettuate dai consumatori con riferimento agli hotel siti in Italia ed avranno una durata di 5 anni. I medesimi impegni sono stati presentati alle Autorità nazionali di concorrenza di Francia e Svezia.

L'AGCM ha quindi ritenuto che gli impegni presentati siano idonei a risolvere le preoccupazioni concorrenziali connesse alle condotte di Booking.com, in quanto, ridimensionando significativamente la portata delle clausole di MFN da questa utilizzate, consentono alle OTA di avvalersi delle commissioni praticate agli hotel quale leva concorrenziale volta ad ottenere da questi ultimi la vendita delle stanze sulle proprie piattaforme a tariffe e condizioni più favorevoli.

Il Presidente dell'AGCM Giovanni Pitruzzella, il Presidente dell'Autorité de la concurrence Bruno Lasserre e il Direttore Generale del Konkurrensverket svedese Dan Sjöblom hanno così commentato le decisioni assunte: "Con il coordinamento della Commissione le nostre tre Autorità hanno collaborato secondo modalità che non hanno precedenti nell'ambito delle rispettive investigazioni sulle piattaforme di prenotazione alberghiera online. Oggi possiamo annunciare che abbiamo deciso di accettare gli impegni offerti dall'operatore leader del mercato, Booking.com. Gli impegni sono stati significativamente migliorati a seguito del market test. Questi nuovi impegni limitano l'uso da parte di Booking.com delle clausole di parità tariffaria quale parte integrante del proprio modello di business basato sul pagamento di commissioni e aumentano in modo sostanziale il margine di manovra degli hotel. Gli impegni offerti da Booking.com conseguono il giusto equilibrio per i consumatori in Francia, Italia e Svezia, ripristinando la concorrenza e, al contempo, preservando la fruizione semplice e gratuita dei servizi di ricerca e di comparazione, incoraggiando lo sviluppo dell'economia digitale".