

Parity rate, debuttano le nuove regole

Il 29 agosto 2017 è entrata in vigore la legge per la concorrenza ed il mercato, approvata dal Parlamento italiano al termine di un dibattito durato più di due anni.

La legge si occupa anche del mercato turistico, con la famosa norma sulla parity rate.

L'Italia è tra i primi paesi al mondo ad adottare una regolamentazione in materia.

Ne parliamo con Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi.

Dopo tanta attesa, finalmente il gran momento è arrivato. Cosa accadrà?

Un numero sempre maggiore di alberghi offrirà un vantaggio tangibile al cliente che prenota direttamente, online e offline.

Non è detto che si tratti di un prezzo più basso. Ci sono tanti altri vantaggi, piccoli e grandi, che l'hotel può proporre.

Anche se ci vorrà del tem-



po prima che gli alberghi e i turisti imparino a sfruttare a pieno le opportunità offerte dalle nuove regole,

la rete già oggi pullula di strutture che riconoscono vantaggi alle persone che prenotano direttamente.

S O M M A R I O

Parity rate, debuttano le nuove regole

Panorama internazionale

Convegno CNGA a Jesolo

La campagna book direct

Settembre, più di 9 milioni di

italiani in vacanza

Workshop Enit

25a BTS Montecatini Terme

NAspl stagionali

Tfr luglio 2017

Varese

Abolizione licenza UTF

follow us on
twitter
FAIAT FLASH

Quindicinale di informazione tecnico-professionale per FEDERALBERGHI a cura di ISTA Istituto Internazionale di Studi, Documentazione e Promozione Turistico-Alberghiera Direttore Responsabile Alessandro Massimo Nucara Redazione ed Amministrazione via Toscana, 1 00187 Roma tel. 0642034610 - telefax 0642034690 - Diffusione 27.000 copie online - disponibile anche su www.federalberghi.it

Ovviamente, gli alberghi che desiderano potenziare le vendite dirette non possono fare affidamento solo sulla nuova legge, ma devono investire sulla realizzazione di siti internet più performanti, sulla formazione dei collaboratori, sull'informazione degli ospiti.

Federalberghi, con le sue 126 associazioni territoriali degli albergatori, ha organizzato un ciclo di corsi e seminari per approfondire l'argomento.

Abbiamo anche elaborato

il testo della legge sulla parity rate
(articolo 1, comma 166, legge n. 124 del 2017)

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.

dei materiali didattici e dei supporti multilingue per comunicare con la clientela.

Perché le clausole di parity violavano la concorrenza?

Anzitutto, perché vietavano all'albergo di praticare sul proprio sito condizioni più convenienti rispetto a quel-

le pubblicate sui portali.

Per anni, le OTA hanno promesso al cliente "il miglior prezzo".

A ben vedere, però, il messaggio corretto avrebbe dovuto essere: "abbiamo vietato ad altri di offrirti un prezzo migliore"

In secondo luogo, le clausole di parity ostacolano l'ingresso sul mercato di nuove agenzie online; un nuovo player, una startup, potrebbe essere disposto a praticare commissioni più basse, trasferendo la differenza a vantaggio di albergo e consumatore, per attirare entrambi.

Ultimo, ma non meno importante, si riduce la concorrenza tra gli operatori esistenti.

Il che ostacola la riduzione delle commissioni pagate dagli alberghi.



LA PRIMA COLAZIONE
BIOLOGICA ED EQUILIBRATA
IN UN INNOVATIVO DISPENSER

Premium | **Bio**

Per maggiori informazioni
www.lucydispenser.com



C'è chi la pensa diversamente.

Nessuno, neanche i più strenui difensori dei portali, mette in dubbio il fatto che si tratti di clausole anticompetitive.

Il compromesso accettato nel 2015 dalle Autorità antitrust italiana, francese e svedese (che consentiva agli alberghi di far concorrenza ai portali solo offline) è stato motivato con l'esigenza di salvaguardare il business model dei portali.

Ma i risultati di una recente indagine, svolta dalle Autorità Antitrust di Belgio, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Ungheria, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Svezia e Regno Unito dimostrano che nei paesi in cui è stata abolita la parità tariffaria non c'è stata alcuna riduzione della presenza dei portali.

Insomma, si conferma che il mercato è grande e che c'è posto per tutti, senza alcu-



Ecco alcuni **esempi di benefit** che gli alberghi propongono ai clienti che prenotano direttamente:

- a) migliori condizioni:
 - miglior prezzo garantito
 - cancellazione flessibile
 - upgrade della camera
 - early check in
 - late check out
 - tariffe speciali
 - promozioni esclusive
 - sconti al ristorante
 - sconti sui servizi extra
- b) servizi gratuiti:
 - prima colazione
 - wifi
 - navetta
 - cocktail di benvenuto
 - acqua minerale in camera
 - piscina
 - spa
 - parcheggio
 - biciclette

na necessità di creare recinti per proteggere i grandi oligopoli.

In Italia ci sono 34mila alberghi, in prevalenza di piccole dimensioni. Quanti di questi saranno toccati dalle nuove norme?

La promozione delle prenotazioni dirette non è un affare riservato a pochi eletti.

È un'opportunità aperta a tutti gli hotel, grandi e piccoli, indipendenti e di catena.

Che possono perseguire questo obiettivo senza smettere di lavorare con i portali.

Un suggerimento per chi deve prenotare?

Gli italiani conoscono i vantaggi della prenotazione diretta.

Recentemente, ACS Marketing Solutions ha intervistato per conto di Federalberghi un campione

**Prenota il tuo albergo
sul portale
di Federalberghi**



**Via Toscana 1
00187 Roma
www.italyhotels.it**

rappresentativo della popolazione italiana, rilevando che - per l'estate 2017 - il 55,3% degli italiani ha prenotato la propria vacanza rivolgendosi direttamente all'albergo.

Alcuni lo hanno fatto mediante il sito internet della struttura (24,0%), altri contattandola mediante telefono, mail o altro mezzo (31,3%).

In termini pratici, possiamo suggerire a chi deve prenotare un albergo, di fare una ricerca in rete, consultando i diversi canali disponibili (sito internet della destinazione, portali di prenotazione, metasearch, sito della struttura ricettiva, etc.).

Spesso si trova sul sito della struttura la soluzione più conveniente.

Ma, anche nel caso in cui le offerte siano equivalenti, si può contattare direttamente la struttura e chiedere se sono previste condizioni di favore per chi prenota direttamente.

Un suggerimento per i portali?

Anzitutto, una premessa doverosa: non c'è nessuna battaglia degli albergatori "contro" i portali di prenotazione.

I portali sono dei partner importanti, con i quali lavoriamo tutti i giorni.



Il nostro è un impegno "in favore" della concorrenza e del mercato e "contro" gli abusi di posizione dominante, per la produzione di maggiore efficienza, in favore di tutti gli attori.

I portali, non potendo più contare sulla rendita di posizione offerta dalle clausole di parity, dovranno investire sulla qualità del servizio e sulla riduzione delle commissioni.

Secondo me sarebbe saggio definire un range di commissioni variabile, che tenga conto del modo in cui il cliente è arrivato a scegliere l'albergo.

Se il portale mi mette in contatto con un nuovo ospite, che non aveva mai sentito parlare di me, è legittimo che si aspetti una commissione importante.

Ma, se la prenotazione è fatta da una persona che ha già soggiornato presso il mio albergo, prenotando mediante lo stesso canale, probabilmente è il turista che mi sta scegliendo. E quindi il costo del servizio dovrebbe essere inferiore: pago per l'uso della piattaforma tecnologica, ma non per l'acquisizione del cliente.

Per non parlare del caso in cui il portale "intercetta" sul web un turista che aveva lanciato una ricerca con il nome del mio albergo.

Si tratta di una prassi

**via Lucullo, 3
00187 Roma**



**www.ebnt.it
info@ebnt.it**

una rete integrata al servizio dei lavoratori e delle imprese

deprecabile, il cosiddetto brandjacking, che viene spacciato per pubblicità in favore dell'albergo.

E' come se un tassista si piazzasse sulla porta dell'hotel e chiedesse del danaro ai turisti che sono arrivati sin lì con le proprie gambe.



Panorama internazionale

La Germania è stato il primo paese europeo a vietare le clausole di parity rate, con una decisione dell'Autorità antitrust del dicembre 2013, poi confermata nel gennaio 2015 dal tribunale amministrativo di Düs-

seldorf, che ha respinto il ricorso dei portali.

Il 21 aprile 2015, l'Autorità antitrust italiana, a conclusione di un procedimento aperto su istanza di Federalberghi, ha assunto una decisione che consente agli alberghi italiani di praticare condizioni di miglior favore avvalendosi di canali off-line (telefono, posta elettronica, etc.), fermo restando però il divieto di pubblicarle "in chiaro" sul sito internet della struttura.

Analoga decisione è stata assunta lo stesso giorno dalle Autorità antitrust di Francia e Svezia.

Dopo pochi mesi, il Parlamento francese, ritenendo che la decisione delle Autorità fosse insufficiente, ha bandito del tutto le clausole di parity rate, con la legge Macron, entrata in vigore



nel mese di agosto 2015.

Un'analogia riflessione si è aperta in seno al Parlamento italiano, nell'ambito della discussione del disegno di legge per la concorrenza ed il mercato.

Ma la relativa proposta, approvata dalla Camera dei Deputati il 7 ottobre 2015 pressoché all'unanimità (434 favorevoli, 4 contrari e 3 astenuti) ha poi proseguito il proprio iter con l'andatura lenta del provvedimento in cui era stata inserita: approvazione (con modificazioni, che riguardavano altri argomenti) in Senato il 3 maggio 2017, nuova approvazione (e

via Toscana, 1
00187 Roma



www.fondofast.it
info@fondofast.it

Le prestazioni del piano sanitario del Fondo Fast sono garantite da:

UNISALUTE

UnipolSai
ASSICURAZIONI



nuove modificazioni) alla Camera il 29 giugno 2017 e, finalmente, l'approvazione definitiva in Senato il 2 agosto 2017, dopo un dibattito durato 851 giorni.

Il 9 novembre 2016, anche l'Austria ha posto il veto alle clausole di parity rate, con una legge approvata dal Parlamento austriaco dopo un dibattito durato solo cinque mesi.

In totale, i 4 paesi europei che hanno vietato la parity, con quasi centomila hotel e circa 5,9 milioni di posti letto, possiedono più del 40% della capacità ricettiva alberghiera dell'Unione Europea ed ospitano ogni anno circa 830 milioni di pernottamenti.

A gennaio 2017, l'Antitrust turca ha comminato a Booking.com una multa di 2,5

milioni di lire turche (circa 650mila dollari), ritenendo che le clausole di parity siano restrittive della concorrenza.

In Svizzera, una delibera Consiglio degli Stati del 6 marzo 2017 ha incaricato il Consiglio federale di presentare le modifiche legislative necessarie a vietare le clausole di parità tariffaria nei rapporti contrattuali tra le piattaforme di prenotazione on line e gli alberghi. L'assemblea del Consiglio Nazionale (secondo ramo del Parlamento svizzero) si dovrà esprimere entro fine settembre. Il 16 agosto la Commissione ha espresso parere favorevole, con 14 voti contro 9 e 2 astensioni.

Recentemente il Governo del Belgio ha annunciato la volontà di adottare una decisione in materia di parity rate entro la fine dell'anno.

La campagna book direct

Nel rapporto tra l'ospite e l'albergatore, così come in qualsiasi altro campo del-

la vita, il contatto diretto contribuisce a rafforzare e a personalizzare la relazione.

Inoltre, la relazione diretta consente agli ospiti di ricevere informazioni di prima mano in merito alle disponibilità, alla possibilità di soddisfare richieste specifiche e di beneficiare di eventuali offerte speciali o servizi e condizioni particolari".



Federalalberghi, insieme ad Hotrec - la confederazione europea delle imprese alberghiere e della ristorazione - ed alle associazioni albergatori di tutti i paesi europei, promuove la campagna "PRENOTA DIRETTAMENTE" / "BOOKDIRECT".

Il messaggio è stato lanciato su scala continentale e può





dunque contare su un'enorme cassa di risonanza costituita da quasi 600.000 strutture, che hanno una capacità ricettiva di oltre 30 milioni di posti letto, ed ogni anno accolgono 880 milioni di turisti, con un miliardo e quattrocento milioni di pernottamenti.

Tutti coloro che desiderano partecipare alla campagna possono ottenere gratuitamente il logo, richiedendolo alle associazioni albergatori aderenti a Federalberghi o scaricandolo dal sito internet www.hotrec.eu/bookdirect.

Allo stesso indirizzo è disponibile anche un'ampia gamma di materiali promozionali (adesivi, vetrofanie, depliant, bandiere, roll-up, blocchi per appunti, appendiporta, sottobicchieri, etc.).

Tutti gli strumenti sono disponibili in diciassette lingue: ceco, croato, finlandese, francese, greco, inglese, italiano, lettone, lituano, norvegese, olandese,

polacco, slovacco, svedese, tedesco, turco e ungherese.

osservatorio

Settembre, più di 9 milioni di italiani in vacanza

"Le previsioni per il mese di settembre inducono a guardare con ottimismo alla chiusura della stagione estiva, che è stata sin qui contrassegnata da un andamento medio più che positivo".

Sono le parole del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, a commento di un'indagine sulle vacanze degli italiani, realizzata da Federalberghi con il supporto tecnico dell'Istituto

ACS Marketing Solutions.

Più di 9 milioni di connazionali, pari al 14,9% della popolazione, effettuerà almeno un giorno di vacanza nel corso del mese di settembre 2017.

Il dato è in crescita del 7,2% rispetto al 2016, quando andò in vacanza a settembre il 13,9% della popolazione.

Per 7,5 milioni (12,4% degli italiani, contro il 9,2% del 2016) si tratterà della vacanza principale dell'estate (quella più lunga o più economicamente rilevante), mentre gli altri 1,5 milioni si concederanno un supplemento di relax durante i week end.



FEDERALBERGHI
Progetto scuola
del CNGA




in collaborazione con





ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO: LE OPPORTUNITÀ NEL TURISMO DEL FUTURO

Jesolo, 22 settembre 2017 ore 9,30
Istituto Professionale di Stato "E. Cornaro" - Viale Martin Luther King, 5

Saluto del Dirigente dell'Istituto "E. Cornaro"

Presentazione
Dinno de Risi
Presidente Comitato Nazionale Giovani Albergatori

Introduzione
Emmanuele Massagli
Presidente ADAPT

Interventi
Massimiliano Schiavon
Presidente Istituto Tecnico Superiore per il Turismo - Veneto

Anna Maria Zilli
Presidente Re.Na.I.A., Dirigente ISIS "B.Stringher" Udine

Fabrizio Proietti
Dirigente Ufficio IV Direzione Generale per gli ordinamenti scolastici
e la valutazione del sistema nazionale di istruzione MIUR

Conclusioni
Alessandro Massimo Nucara
Direttore Generale Federalberghi

durante il convegno saranno presentate alcune esperienze di alternanza scuola-lavoro realizzate nel mondo alberghiero

“La vacanza a settembre - sottolinea Bocca - offre al turista grandi vantaggi: su tutti, la possibilità di godere della bellezza dei posti senza affollamento e senza code e di usufruire di prezzi più competitivi.

Il vantaggio è evidente anche per le destinazioni e le comunità locali, che sempre più spesso devono misurarsi con la ricerca di un giusto equilibrio tra tutela dell’ambiente e sviluppo economico, libertà di circolazione dei turisti e benessere dei residenti”.

Secondo Bocca, “per sfruttare al meglio questo filone occorrono adeguate politiche di destagionalizzazione.

Gli alberghi fanno da sempre la propria parte, adottando durante la bassa stagione politiche di prezzi flessibili, ma occorre l’impegno di tutta la filiera (negozi, servizi, trasporti, attrazioni, etc.) affinché le località restino “aperte” più a lungo, offrendo condizioni attrattive, ed il sostegno delle istituzioni, per incentivare il turismo in bassa stagione e per alleviare il peso degli oneri fiscali e contributivi a carico delle imprese”.

Bocca cita “due esempi “che abbiamo registrato con favore e che confidiamo vengano imitati: la politica di prezzi annunciata recen-

temente dagli Uffizi” (20 euro da marzo ad ottobre, 12 euro da novembre a febbraio) e la settimana dello sport che la regione Piemonte ha realizzato per avvicinare i giovani e le famiglie agli sport invernali e al turismo sulla neve”.

Bocca evidenzia che “nel mese di settembre, le imprese del turismo danno lavoro a circa un milione e centomila lavoratori, che scendono a ottocentotrentamila a novembre.

Se si riuscisse a prolungare la stagione di due mesi, si produrrebbe un aumento immediato dell’occupazione, con effetti concreti per

Settembre, l'estate continua

 @federalberghi

GLI ITALIANI
IN VIAGGIO
A SETTEMBRE
9 milioni

+ 7,2%

8,3 mln nel 2016

VACANZA PRINCIPALE
7,5 mln



VACANZA BREVE
1,5 mln



L'indagine è stata effettuata da ACS Marketing Solutions dal 24 al 27 luglio con metodologia C.A.T.I. intervistando 3.000 italiani maggiorenni. Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.

ARRIVI DEI CLIENTI ITALIANI E STRANIERI
NEGLI ESERCIZI RICETTIVI ITALIANI



	italiani	stranieri	totale
settembre 2010	4.665.934	5.326.919	9.992.853
settembre 2011	4.984.584	5.839.883	10.824.467
settembre 2012	4.805.847	6.046.408	10.852.255
settembre 2013	4.642.002	6.162.895	10.804.897
settembre 2014	4.651.125	6.264.671	10.915.796
settembre 2015	4.953.220	6.754.254	11.707.474
settembre 2016	5.162.169	6.952.215	12.114.384
set 2016 / set 2010	10,64%	30,51%	21,23%

arrivi negli esercizi ricettivi italiani per nazionalità
fonte: elaborazioni Federalberghi su dati ISTAT

I PAESI DI PROVENIENZA

Germania	1.623.336	
Stati Uniti	625.159	
Francia	462.695	
Regno Unito	447.513	
Svizzera	362.415	

arrivi negli esercizi ricettivi italiani per nazionalità
dati relativi al mese di settembre 2015
fonte: elaborazioni Federalberghi su dati ISTAT



più di trecentomila persone, in massima parte di giovane età: quasi il 70% ha meno di quarant'anni e il 44% meno di trenta.

Ci auguriamo quindi che la prossima legge di bilancio tenga in adeguata considerazione il grande contributo che il settore turismo può dare al mercato del lavoro".

fiere e workshop

Enit

L'ENIT organizza una serie di workshop per promuovere le destinazioni italiane.



Gli eventi si svolgeranno a: Sofia (Bulgaria) il 14 settembre, Bucarest (Romania) il 21 settembre, Zagabria (Croazia) il 4 ottobre, Lubiana (Slovenia) il 5 ottobre, Tbilisi (Georgia) il

5 ottobre, Budapest (Ungheria) il 17 ottobre, Minsk (Bielorussia) il 24 ottobre, Fort Lauderdale (Florida) il 24 ottobre, Bratislava (Slovacchia) il 24 ottobre, Houston (Texas) il 26 ottobre.

Per partecipare, occorre prenotare online attraverso il sito internet dell'Ente.

Ulteriori informazioni possono essere richieste scrivendo a clubitalia@enit.it.

25a BTS Montecatini Terme

La 25a edizione della BTS (Borsa del Turismo Attivo, Sportivo e del benessere termale) si terrà a Montecatini Terme il 6 ottobre 2017.

Le aziende associate al sistema federale usufruiscono di una tariffa agevolata pari a € 225,00+iva.

Le iscrizioni dovranno essere effettuate online attraverso il link: <http://www.borsaturismosportivo.com/iscrizione-seller/>

BTS2017

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Borsa del Turismo Sportivo - tel. 0572901464 - 0572902468 info@borsaturismosportivo.com.

lavoro

NASpI stagionali

L'Inps, su indicazione del Ministero del Lavoro, ha aggiornato la procedura di calcolo della NASpI per i lavoratori stagionali dei settori del turismo e degli stabilimenti termali.

tfr luglio 2017

Il tasso di rivalutazione del trattamento di fine rapporto accantonato e rivalutato al 31 dicembre 2016, da applicarsi in relazione ai rapporti di lavoro che hanno avuto termine nel periodo 15 luglio 2017-14 agosto 2017, è pari allo 1,398430%.

**Polizza Alberghi
massima serenità
per ogni tipo
di attività alberghiera**



**per saperne di più
contatta l'Agenzia
più vicina
www.zurich.it**

prima della sottoscrizione leggere il fascicolo informativo disponibile presso gli intermediari assicurativi e sul sito www.zurich.it

organizzazione

Varese

Federalberghi Varese organizza un convegno sulla shadow hospitality.

I rappresentanti delle imprese si confronteranno con istituzioni ed esperti, per analizzare la diffusione del "sommerso turistico" in provincia di Varese, con l'obiettivo di promuovere tutela del consumatore, concorrenza leale ed equità fiscale.

L'appuntamento è per le ore 10 del 15 settembre presso il Centro Congressi Ville Ponti di Varese (piazza Litta, 2).

legislativo

Abolizione licenza UTF

La legge per la concorrenza ed il mercato ha escluso gli esercizi pubblici, gli esercizi di intrattenimento pubblico, gli esercizi ricettivi ed i rifugi alpini dall'obbligo



Turismo e shadow economy

TUTELA DEL CONSUMATORE, CONCORRENZA LEALE ED EQUITÀ FISCALE

Il sommerso in Provincia di Varese

15 SETTEMBRE
ALLE ORE 10.00

Centro Congressi Ville Ponti VILLA ANDREA
Piazza Litta 2, Varese

ISCRIVITI SUBITO!
Varese Convention & Visitors Bureau
Tel. 0332.281944
eventi@vareseturismo.it

Federalberghi Varese
Tel. 0332.335550
info@varesehotels.it

INTERVERRANNO

Fabio Lunghi
Presidente Varese Convention & Visitors Bureau

Frederick Venturi
Presidente Federalberghi Varese

Alessandro Nucara
Direttore Generale Federalberghi

Maria Stella Minuti
Ricercatrice e consulente Incipit Consulting

Luigi Altamura
Comandante Polizia Municipale di Verona

Al termine del convegno seguirà un rinfresco

Con il patrocinio di **PROVINCIA di VARESE** **CAMERA DI COMMERCIO DI VARESE**

richiedere la licenza fiscale per la vendita e la somministrazione di prodotti alcolici.

Tale adempimento era rimasto in vigore anche dopo la soppressione dell'obbligo

di pagare il diritto annuale di licenza UTF, avvenuta nel 1999.

In caso di inadempimento, era applicabile una sanzione amministrativa da 500 euro a 3.000 euro.

Via Nazionale, 89/a
00184 Roma

for.te.

www.fondoforte.it
info@fondoforte.it