



UNC  
CONSUMATORI.IT

## Parity rate: cosa cambia per i consumatori nella prenotazione di un hotel

02 Gennaio 2018



Il **Parity rate** (letteralmente “**parità di tariffa**”) è la clausola che fino a poco tempo fa ha impedito agli alberghi di offrire sui propri siti internet prezzi inferiori rispetto a quelli esposti sui grandi portali di intermediazione e sulle Olta (*online travel agency*). Questo vincolo è stato definitivamente abolito anche in Italia dalla **Legge annuale per il mercato e la concorrenza** (legge 4 agosto 2017 n. 124).

Perché il *Parity rate* era stato ribattezzato come “**norma Booking**”? Questo nome deriva dal fatto che proprio Booking.com e gli altri siti comparatori erano i principali beneficiari di questa regola che, in effetti, permetteva ai consumatori di valutare migliaia di alberghi e scegliere il **prezzo più conveniente** e più adatto alle proprie esigenze con la certezza di trovare sulle piattaforme il prezzo più basso (essendo vietato agli alberghi di fare sconti sulla tariffa pubblicizzata online). Adesso la legge sulla concorrenza ha cambiato le cose. Vale la pena di chiedersi cosa accadrà ora che è stato cancellato il *Parity rate*? A prima vista la norma sembra **danneggiare il consumatore** che in passato poteva essere certo di trovare sulle piattaforme le migliori offerte praticate dagli albergatori.

Questo meccanismo però funziona solo se il prezzo sui siti internet è vero, cioè se siamo sicuri che si tratti di quello realmente praticato e non di un “**prezzo civetta**”: l’Unione

Nazionale Consumatori ha notato, infatti, che negli anni queste piattaforme che aggregano i prezzi degli hotel hanno cominciato ad attuare qualche furberia, a cominciare dall'**addebito** (non sempre legittimo) di costi di prenotazione.

Ecco perché, forse, prevedere che gli alberghi saranno d'ora in poi liberi di praticare autonomamente **offerte più vantaggiose** potrebbe essere norma ispirata dal buon senso stabilendo un nuovo e più corretto equilibrio nel rapporto tra le imprese ricettive e le multinazionali dell'intermediazione.

Quel che è certo è che sembra essersi scatenata la concorrenza se è vero, ad esempio, che Booking avrebbe dichiarato: "I clienti possono continuare a prenotare con noi perché il portale garantirà in ogni caso la tariffa migliore. Qualora un cliente trovi online un prezzo inferiore per la medesima sistemazione, **Booking.com rimborserà la differenza**".

**Autore:** Rocco Bellantone

**Data:** 2 gennaio 2018