

Regolamento P2B: prontuario per il ramo alberghiero

Antefatto

Il 12 luglio 2020 entrerà in vigore il Regolamento che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online (Regolamento Platform to Business o P2B) ¹. Il Regolamento constata che i fornitori di tali servizi spesso hanno un potere contrattuale superiore, che consente loro di agire di fatto unilateralmente in un modo che può essere iniquo e quindi dannoso per gli interessi legittimi dei loro utenti commerciali e, indirettamente, anche dei consumatori. Il Regolamento stabilisce quindi una serie di norme che garantiscono agli utenti commerciali di servizi di intermediazione online un livello adeguato di trasparenza, equità ed efficaci possibilità di ricorso.

Applicabilità agli alberghi

Il Regolamento si applica agli alberghi che hanno il luogo di stabilimento o di residenza nell'Unione europea (UE) e che offrono beni o servizi a consumatori nell'UE. Esso si applica principalmente agli hotel i cui termini e condizioni (T&C) siano stati determinati unilateralmente dal fornitore di servizi di intermediazione online. Tuttavia, la maggior trasparenza creata dal Regolamento va a vantaggio anche degli alberghi che abbiano negoziato i T&C. Le nuove norme sono particolarmente rilevanti per gli alberghi che abbiano rapporti con grandi agenti di viaggio online (OTA) come Booking.com ed Expedia.

Punti principali

Il Regolamento disciplina sette ambiti principali rilevanti per gli alberghi.

- 1) **Termini e condizioni (T&C).** Quando un'OTA determina unilateralmente i T&C, fatto che va valutato caso per caso, i T&C devono:
 - a. essere facilmente accessibili agli utenti commerciali in qualsiasi fase della loro relazione commerciale, anche in quella precontrattuale;
 - b. essere redatti in un linguaggio semplice e comprensibile e non «vago»;
 - c. includere informazioni sugli eventuali canali aggiuntivi di distribuzione e sui potenziali programmi affiliati;
 - d. includere informazioni generali sulla proprietà e sul controllo dei diritti di proprietà intellettuale degli utenti commerciali, come l'utilizzo di marchi e loghi;
 - e. enunciare le ragioni che giustificano le decisioni di sospendere, cessare o limitare in altro modo la fornitura dei servizi online.

Qualsiasi modifica ai T&C deve essere comunicata chiaramente con un termine di preavviso di almeno 15 giorni o maggiore quando ciò è necessario per consentire agli alberghi di effettuare adeguamenti tecnici o commerciali per conformarsi alle modifiche.

2) Limitazione, sospensione e cessazione

Se un'OTA decide di limitare o sospendere il riferimento all'albergo deve comunicare a quest'ultimo le motivazioni di tale decisione. Se un'OTA decide di cessare la fornitura dei suoi servizi deve comunicarlo all'albergo con un preavviso di almeno 30 giorni. Gli alberghi devono anche avere la possibilità di contestare la decisione mediante un sistema interno di gestione dei reclami (vedi sotto).

¹ Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 giugno 2019 che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online.

3) Parametri di posizionamento

I parametri di posizionamento devono essere chiari. Le OTA devono spiegare nei T&C i parametri principali che determinano il posizionamento e l'importanza relativa di tali parametri. I motori di ricerca online (ad es. Google) devono fornire una descrizione accessibile al pubblico e di facile comprensione dei parametri principali che determinano il posizionamento. Sia le OTA sia i motori di ricerca devono inoltre spiegare le possibilità di influenzare il posizionamento a fronte di un corrispettivo.

4) Clausole contrattuali

I termini contrattuali devono essere equi. Le OTA non possono imporre modifiche ai loro T&C con effetto retroattivo. Questi ultimi devono inoltre includere informazioni sulle condizioni in base alle quali la relazione contrattuale può essere terminata.

5) Accesso ai dati

Le OTA devono fornire una descrizione chiara relativa all'accesso tecnico e contrattuale, o alla mancanza di tale accesso, da parte degli alberghi ai dati personali o ad altri dati forniti dagli utenti commerciali o dai consumatori o generati tramite la fornitura di tali servizi.

Gli utenti commerciali possono esimersi da qualsiasi condivisione di dati da parte dei fornitori di servizi online con terze parti qualora la fornitura di tali dati non sia necessaria per il corretto funzionamento dei servizi di intermediazione online.

6) Limitazioni all'offerta di condizioni diverse

Qualora un'OTA limiti la capacità degli alberghi di offrire gli stessi servizi tramite altri mezzi (ad es. in virtù della clausola di parità tariffaria) dovrà specificarne i motivi di ordine economico, commerciale o giuridico.

7) Reclami e risoluzione di controversie

Le OTA devono approntare un sistema interno di gestione dei reclami che sia facilmente accessibile e gratuito. Qualora le controversie non possano essere risolte internamente, le OTA devono per prima cosa cercare una mediazione e identificare almeno due mediatori idonei nei T&C.

Richiesta informazioni

Chieda informazioni sulle modifiche alle sue piattaforme di prenotazione e si faccia spiegare come attueranno i vari punti. Non dimentichi che il nuovo regolamento significa più trasparenza anche per gli ospiti.

Booking ha già messo a disposizione varie informazioni utili. Può trovarle cliccando i seguenti link:

- **Come si invia un reclamo da Booking?**

<https://partner.booking.com/it/aiuto/contatti-assistenza/come-si-invia-un-reclamo>

- **Invio di reclami:**

https://secure.booking.com/dispute_resolution.it.html

- **Come funziona il processo di mediazione da Booking?**

<https://partner.booking.com/it/aiuto/contatti-assistenza/come-si-richiede-la-mediazione>