

Prenotazioni alberghiere su Booking: addio a trucchi e manipolazioni!

Sempre più viaggiatori prenotano la camera d'albergo online tramite Booking. Ma dietro il successo della piattaforma si celano anche trucchi di marketing poco trasparenti e tecniche manipolatorie. Ora è intervenuta la Commissione europea: quali miglioramenti possiamo aspettarci?

Nata nel 1996 in Olanda, oggi **Booking** è un colosso del settore delle prenotazioni alberghiere online.

Moltissimi viaggiatori se ne servono per effettuare le loro prenotazioni, ma a quanto pare **la sua condotta non è sempre del tutto corretta e trasparente.**

Diverse segnalazioni da parte degli utenti sono pervenute all'**AGCM**, l'Autorità Garante per la Concorrenza e il Mercato, che ha avviato le sue verifiche. Dalle verifiche è emerso che **il prezzo indicato dal sito non comprende in realtà tutte le voci di costo effettive**; in questo modo, l'utente non troppo esperto o attento riceve l'impressione di una notevole convenienza che non corrisponde, però, al costo finale.

Spesso, inoltre, Booking utilizza la formula '**Affrettati! Ultima camera disponibile**'. In realtà, in molti casi la mancanza di camere riguarda non la struttura ricettiva in sé, ma solamente la disponibilità su Booking. Il vero scopo della formula è quello di generare pressione psicologica sui clienti.

Per indurre Booking a eliminare comportamenti poco trasparenti verso i propri clienti si è mossa la Commissione Europea.

Sulla base di indagini svolte dalle autorità competenti nel settore turistico e della pubblicità ingannevole, si è giunti a un'intesa. La piattaforma online avrà tempo **fino al 16 giugno 2020 per modificare le proprie linee di marketing** riguardanti la presentazione di offerte, tariffe complete, nonché la natura – privata o pubblica – di chi mette a disposizione le strutture prenotabili.

Il risultato ottenuto fa ben sperare, sia per gli utenti che per gli operatori turistici: i primi saranno più tutelati nelle loro prenotazioni online, e i secondi godranno indirettamente di maggiore fiducia da parte dei clienti.

Fonti per approfondire:

- <https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/12/27/booking-com-non-potra-piu-pubblicare-annunci-ingannevoli-o-manipolatori-la-commissione-europea-bacchetta-il-sito-di-prenotazioni/5639830/>
- <http://www.dirittoallaprivacy.com/2019/12/1-unione-europea-richiama-booking-l-ultima-camera-disponibile-non-lo-e-affatto.html>
- <https://www.corrierecomunicazioni.it/digital-economy/booking-com-nei-guai-il-fisco-italiano-in-pressing-almeno-150-milioni-di-iva-non-pagata/>

Riferimenti nei testi Zanichelli:

- Ronchetti, *Diritto e legislazione turistica* 4ed, volume 1, p. 520 e ss.