

*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

Concorso pubblico, per titoli ed esami, a otto posti nella qualifica di funzionario in prova, con formazione economica, nel ruolo della carriera direttiva al livello 6 della tabella stipendiale dei Funzionari dell’Autorità (F6EC - Delibera del 5 luglio 2022 – Avviso di Concorso pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica, IV[^] Serie speciale - Concorsi ed esami, n. 55 del 12/07/2022)

Prova scritta del 5 dicembre 2022

E’ possibile rispondere alle domande con un approccio più o meno formalizzato, a scelta dei candidati. In ogni caso, le risposte devono essere complete, sintetiche e dirette. Lo sviluppo di temi ed argomenti non pertinenti alle domande sarà penalizzato.

TRACCIA n. 1

L’Autorità ha ricevuto una denuncia da parte di alcune strutture alberghiere nei confronti dell’Impresa X che gestisce una piattaforma *online* per la prenotazione di soggiorni in strutture ricettive (l’Impresa X è una cosiddetta Online Travel Agency – OTA).

Nel mercato italiano dei servizi di prenotazione online di strutture ricettive, oltre all’Impresa X, che rappresenta di gran lunga il primo operatore del mercato con una quota superiore al 40% vi è l’Impresa Y che gestisce un’altra piattaforma online, con una quota del 15% circa, nonché altre piattaforme di dimensione minore e una pluralità di siti internet delle strutture ricettive. Le quote descrivono la percentuale di soggiorni venduti dai diversi servizi di prenotazione online censiti sul mercato.

Le OTA offrono i propri servizi sia in favore delle strutture alberghiere sia dei consumatori finali. In particolare, il servizio offerto dalle OTA alle strutture ricettive consiste in un sistema di prenotazione online tramite il quale le camere messe a disposizione dagli alberghi possono essere prenotate sulla piattaforma direttamente dai clienti. Inoltre, le OTA offrono alle strutture alberghiere visibilità sulla rete internet e opportunità di contatto con i consumatori. Con riferimento ai consumatori finali, le piattaforme di prenotazione consentono di ricercare una struttura alberghiera accedendo a un ampio numero di strutture, di comparare le condizioni delle stesse e di effettuare la prenotazione direttamente dalla piattaforma.

I ricavi delle piattaforme derivano dalle commissioni trattenute agli hotel per ogni soggiorno prenotato, mentre le piattaforme non ricevono nulla dai clienti finali.

Nella denuncia si lamentano le seguenti condotte:

- i) l’Impresa X include nei propri contratti con le strutture alberghiere delle clausole di “parità di prezzo” e di “parità di disponibilità” secondo le quali gli hotel che si avvalgono dei suoi servizi di intermediazione non possono mettere in vendita in altri

canali (altre piattaforme on line, siti web di prenotazione di proprietà dell'albergo, agenzie off line, altri contatti diretti con l'albergo quali mail o telefono) le medesime camere a prezzi inferiori a quelli praticati sulla sua piattaforma né rendere disponibile per altri canali un numero di stanze maggiore;

- ii) l'Impresa X richiederebbe commissioni di intermediazione (calcolate in percentuale sul prezzo del soggiorno) che ad avviso delle denuncianti sarebbero ingiustamente elevate.

Dalle risposte alle richieste di informazioni trasmesse agli operatori del mercato al fine di acquisire elementi utili alla valutazione della denuncia è emerso che:

- i) le OTA di dimensioni minori ritengono che i vincoli di parità richiesti dalla principale piattaforma del mercato impediscano loro di conquistare maggiori quote di mercato;
- ii) le OTA possono concordare con le strutture ricettive il pagamento di una commissione "extra" al fine di migliorare il posizionamento dell'hotel nei risultati di ricerca.

Il candidato risponda alle seguenti domande:

- 1) quali sono gli elementi che sono tipicamente usati dalle Autorità antitrust per definire il mercato rilevante (solo per questo quesito si risponda per un caso astratto ovvero non con riferimento al caso specifico sopra illustrato)?
- 2) indicare quali sono gli elementi che possono supportare l'individuazione del mercato rilevante dei servizi di prenotazione alberghiera *on line* distinto da quello dei servizi di prenotazione offerti tramite una rete di vendita fisica;
- 3) indicare se si ritengono condivisibili - e per quale motivo - le preoccupazioni concorrenziali avanzate dalle OTA di minori dimensioni (a tale scopo si ipotizzi che l'Impresa Y nel tentativo di attrarre i consumatori riduca drasticamente le commissioni praticate agli hotel con l'obiettivo offrire sulla propria piattaforma dei soggiorni più economici rispetto a quelli offerti sulla piattaforma dell'Impresa X);
- 4) indicare se la richiesta di condizioni di parità di prezzo e di disponibilità da parte di un'OTA può essere motivata da ragioni di efficienza del funzionamento della piattaforma;
- 5) illustrare quale tipo di analisi statistica/econometrica l'Autorità può condurre per verificare *ex post* che un suo provvedimento di annullamento delle clausole di parità abbia avuto l'effetto auspicato;
- 6) indicare quali criticità può sollevare sotto il profilo della tutela del consumatore il fatto che i risultati di ricerca della piattaforma dell'Impresa X possano essere influenzati dal livello della commissione pagata dalla struttura ricettiva all'impresa e quali accorgimenti può assumere quest'ultima per rimuovere tali criticità.