



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΜΑΔΡΙΤΗΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ.**

Μαδρίτη, 21 Δεκεμβρίου 2020

Η εξάρτηση των ισπανικών ξενοδοχείων από τις διαδικτυακές εταιρίες κρατήσεων

Τα ξενοδοχεία της Ισπανίας βρίσκονται σε μειονεκτική θέση σε σύγκριση με τους Ευρωπαίους ανταγωνιστές τους, όσον αφορά τη διαχείριση των τιμών τους. Δεδομένου ότι όλα τα ακίνητα στην Ε.Ε. ξεπέρασαν την προηγούμενη οικονομική κρίση του 2013, οι ιδιοκτήτες άρχισαν να μειώνουν την υψηλή εξάρτησή τους από τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά πρακτορεία, τα οποία ελέγχουν ένα πολύ μεγάλο μέρος της αγοράς και επέβαλαν πολύ υψηλές τιμές και προμήθειες. Η Ισπανία, ωστόσο, ακολούθησε την αντίθετη κατεύθυνση, με λιγότερες άμεσες κρατήσεις και με περισσότερες κρατήσεις μέσω διαμεσολαβητή.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση Ξενοδοχείων, Εστιατορίων και Καφέ (HOTREC), στην Ισπανία οι άμεσες κρατήσεις αντιπροσώπευαν το 43,6% των εσόδων των ισπανικών ξενοδοχείων το 2013 ενώ, έξι χρόνια αργότερα, το ποσοστό μειώθηκε ακόμη περισσότερο, στο 33,2%. Παράλληλα, οι πωλήσεις μέσω του Booking και του Expedia, ελέγχουν το 68,4% των κρατήσεων στη χώρα. Δεδομένης της κρίσης που έχει προκαλέσει το ξέσπασμα του κορωνοϊού, αυτά τα ποσοστά έχουν αλλάξει κατά το τ.έ., καθώς οι εταιρίες αναγκάστηκαν να αλλάξουν τις εμπορικές πολιτικές τους και να δώσουν προτεραιότητα στην επιβίωσή τους.

Ο ισπανικός ξενοδοχειακός όμιλος Melía, λ.χ., το 2019, απέκτησε 582 εκ ευρώ, μέσω των άμεσων κρατήσεων, αριθμός που αντιπροσωπεύει μόνο το 26,7% του συνολικού κύκλου εργασιών. Το 2013 τα έσοδα των άμεσων κρατήσεων ανήλθαν σε 427,8 εκ., ήτοι το 20,1% του συνολικού κύκλου εργασιών. Ο αριθμός ανάπτυξης είναι σημαντικός, αλλά δεν επαρκεί για τον έλεγχο της τιμολογιακής πολιτικής, την οποία διαχειρίζονται οι διαδικτυακές εταιρίες. Οι Ισπανοί ξενοδόχοι θέλουν να τερματίσουν τις λεγόμενες ρήτρες ισοτιμίας που έχουν υπογράψει με τις μεγάλες διαδικτυακές εταιρίες, όπως με το Booking και το Expedia, καθώς τους αναγκάζουν να διατηρούν την τιμή των δωματίων τους στο διαδίκτυο σε τιμή που σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να είναι χαμηλότερη από εκείνη που έχουν ορίσει οι εν λόγω διαδικτυακοί τόποι και, κατά τη γνώμη τους, η κατάσταση αυτή αποτελεί μεγάλο περιορισμό στην εμπορική πολιτική τους.

Ένα άλλο κρίσιμο σημείο αποτελούν οι καταχρηστικές προμήθειες που επιβάλλουν οι εν λόγω διαδικτυακές εταιρίες. Τα ξενοδοχεία επιθυμούν να τερματίσουν τις υπερβολικές χρεώσεις των διαδικτυακών εταιριών. Ο κ. Ramón Estatella, γενικός γραμματέας της Ισπανικής Συνομοσπονδίας Ξενοδοχειακών και Τουριστικών Καταλυμάτων (CEHAT), τονίζει ότι οι προμήθειες έχουν τριπλασιαστεί μετά την κατάρρευση των διαδικτυακών πρακτορείων. Επισημαίνει επίσης, ότι οι προμήθειες δεν διαμορφώνονται ανάλογα με το μέγεθος του ξενοδοχείου. Ένα ξενοδοχείο που τοποθετεί 100 δωμάτια στο Booking δεν είναι το ίδιο με έτερο που επιλέγει να μην έχει εμπορικό τμήμα και αναθέτει εξ ολοκλήρου τις κρατήσεις του στο Booking, ενώ η προμήθεια δεν θα έπρεπε να είναι η ίδια και στις δύο περιπτώσεις.