

Dove lavorare: gruppi alberghieri LGBTQ friendly | Cose interessanti della settimana | Bonus

Presentiamo il nuovo numero di **21 Grammi di Turismo** di **Emilio De Risi**. Questa settimana: quali sono i **gruppi alberghieri LGBTQ friendly**, la situazione **Booking.com** e **iva** e quali sono i **siti web etici**.

Leggi qui (e registrati se vuoi riceverla ogni giovedì): <https://emiliodr.substack.com/p/dove-lavorare-gruppi-alberghieri>

Società inclusive. Il *Corporate Equality Index* valuta il lavoro fatto all'interno delle aziende per raggiungere l'uguaglianza delle persone lesbiche, gay, bisessuali, transgender e queer. Tutto in base a specifici criteri di valutazione.

Le top dell'ospitalità. Ecco le società del settore alberghiero con i migliori risultati nel rapporto 2021: *Carnival Corporation; Choice Hotels International; Hilton; Hyatt Hotels Corporation*.

Booking.com e l'IVA. È accusata per evasione fiscale dell'iva tra il 2013 e il 2019, per un totale di 153mln di euro. Come racconta *Il Sole 24 Ore*, l'agenzia online avrebbe emesso fatture senza iva a soggetti non imprenditoriali (es. B&B) con la conseguenza che l'imposta non è stata né dichiarata né versata in Italia.

Il resoconto. La Guardia di Finanza avrebbe ricostruito i mancati versamenti: si va dai 13mln del 2013 ai 28mln di euro del 2019. Ma soprattutto è *stato accertato il fatturato di Booking.com in Italia*: tra il 2014 e il 2018 ha guadagnato

2,9mld di euro. Il picco nel 2017 con ricavi per 772mln di euro.

Nota. Per le autorità dei Paesi Bassi, Booking.com (che ha sede legale in Olanda) in questo caso specifico sarebbe stata autorizzata a non applicare l'iva. Staremo a vedere l'evoluzione.

Medical spa. Acquisito all'asta nel 2019, lo storico hotel *Palazzo Fiuggi* rinasce grazie al *Forte Village* e al suo general manager Lorenzo Giannuzzi (che in passato ha diretto proprio l'hotel fiuggino). Considerando la destinazione, è molto interessante l'idea di puntare sul segmento medical spa.

Il Sorpasso. Secondo l'indagine di *GlobalData*, il 39% dei viaggiatori preferisce prenotare direttamente, seguito dal 17% che dice di aver optato per Ota e comparatori di prezzo. Nel terzo trimestre 2019 le agenzie online erano l'opzione più popolare. Per *GlobalData* la lentezza nell'emettere i rimborsi durante la fase calda della pandemia può essere una ragione di questa tendenza.

USA vs UK. Mentre il governo inglese ha rimandato le aperture per il timore della *variante Delta*, lo stato di New York annuncia che, grazie al 70% di vaccinati, verranno eliminati: *distanziamento* di sei piedi all'interno di teatri e ristoranti; *misurazione* della temperatura all'ingresso; *contact tracing* effettuato dai ristoranti.

Medio Oriente. *Hyde Hotels, Resorts & Residences* (brand Accor), punta a Dubai per la sua prima struttura fuori dagli Stati Uniti. L'apertura dell'hotel di 276 camere nel quartiere Business Bay è prevista entro la fine del 2021. Accor, come altri gruppi, vedono negli Emirati Arabi Uniti e in Arabia Saudita un notevole potenziale. Destinazioni che, da parte loro, puntano a ridurre la dipendenza dal petrolio.

Dark patterns. Bottoni, form e pop-up di un sito web sono concepiti per convertire. Ovvio. Ma dove finisce la vendita e

inizia la cupidigia? In nome del *revenue* possiamo fare tutto? Quello dei cosiddetti ***dark patterns*** è un tema caldo che mette in luce una linea etica che non dovrebbe essere superata. Per darti un'idea, pensa ai siti web d'albergo che imitano lo stile delle Ota con messaggi tipo: «altre tre persone stanno guardando questa camera proprio ora».