



Spett.le AUTOTUTELA
Associazione Italiana degli agenti di viaggio
Corso Novara, 99
10154 Torino

Roma, 18 Novembre 201.

RR anticipata via fax al n. 011 0960041

Egregi Signori,

leggiamo con viva sorpresa e rammarico l'articolo comparso oggi 18 Novembre sulla homepage di Autotutela e dal titolo: "Americans Airlines. Aiutiamola!".

In tale articolo, che rileva il comportamento anticoncorrenziale di American Airlines, si inducono i lettori a credere che di tale condotta sia in parte causa la stessa Travelport poiché "talmente avida da chiedere chissà quali somme" e sulla base di tale illazione, si invitano gli agenti a passare alla concorrenza, offrendogli addirittura assistenza in caso di bisogno!

Tali gravi affermazioni, del tutto sprovviste di fondamento, sono profondamente lesive per la nostra azienda, e suscettibili di arrecarci un grave danno commerciale.

Inoltre, contrariamente a quanto potrebbe desumersi dal vostro articolo, Travelport si è sempre adoperata in favore di un mercato favorevole alla concorrenza ed ai consumatori, anche nei confronti della stessa AA; e proprio a tale riguardo, Vi trasmettiamo la comunicazione rivolta in data odierna agli agenti dal Chief Commercial Officer di Travelport.

Per questi ed altri motivi, Vi diffidiamo con la presente dal continuare a pubblicare informazioni errate e non veritiere riguardo a Travelport ed alla sua politica commerciale, avvisandoVi che in difetto non esiteremo a intraprendere tutte le misure più appropriate a tutela dei nostri diritti ed a difesa dei nostri interessi commerciali. Ci riserviamo infine il diritto di chiedere il risarcimento di tutti gli eventuali danni causa vostra.

Per Travelport Italia srl
(l'Amministratore Delegato)

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Domenico Di...".

TRAVELPORT ITALIA SRI.

Società con socio unico soggetta a direzione e coordinamento di Travelport (Luxembourg) Sàrl
Sede Legale o Uffici: Viale del Tintoretto, 432 - 00142 Roma Tel +39.06.510561 - Fax +39.06.51056260
R.E.A. Roma 1145830 - Reg. Imp. di Roma, C.F. e P. IVA 09188141009 - Capitale Sociale Euro 1.000.000,00 int. vers.
www.travelport.com



Gentile Cliente,

In risposta alla decisione di American Airline (AA) di revocare la possibilità di vendere i propri biglietti ad un'importante Agenzia di Viaggio negli Stati Uniti, Travelport ha intrapreso varie iniziative a tutela degli agenti di viaggio e dei consumatori, riguardo alle azioni apparentemente in pregiudizio alla concorrenza ed ai consumatori di AA. Crediamo infatti che i piani di AA possano influenzare negativamente il mercato del travel e l'efficienza dei suoi processi attuali (shopping, comparazione, booking, cambio prenotazione), causando in definitiva maggiori costi e un difficile accesso alla scelta di contenuti per i viaggiatori.

AA ha già annunciato un aumento di costi a carico delle agenzie di viaggio su diverse rotte internazionali, nel corso del prossimo mese, e ha inviato una lettera a molti suoi clienti, affermando che gli agenti di viaggio dovranno farsi carico dei costi di distribuzione o ribaltarli sui loro clienti finali. Tale lettera riporta inoltre testualmente : " L'obiettivo di AA è di fornire a tutte le agenzie di viaggio l'accesso ai contenuti di American tramite l'utilizzo del sistema di distribuzione scelto dall'agenzia, a costi sostenibili dalla Compagnia." Questa affermazione è in palese contraddizione con le azioni intraprese da AA contro un'importante Agenzia di Viaggio, quando le revocò la capacità di vendere biglietti allorché questa non accettò le condizioni del Direct Connect di AA.

Al di fuori degli Stati Uniti e dei Caraibi, rileviamo l'intenzione di AA di imporre costi aggiuntivi ai booking di AA effettuati in alcuni dei paesi dove è in uso il GDS Travelport, in risposta all'aumento delle fee GDS che Travelport ha comunicato ad AA per tali paesi. Travelport non può accettare l'adozione di tale misura. E' evidente che poiché qualsiasi costo aggiuntivo imposto da AA verrà di fatto sopportato dai consumatori finali, il costo reale di un booking AA dovrà essere mostrato ai clienti al momento dell'acquisto, affinché i consumatori possano effettuare una scelta consapevole in merito al vettore da utilizzare. Attraverso quest'azione, inoltre, AA sta penalizzando proprio le persone che generano un considerevole fatturato per AA in una molteplicità di paesi al di fuori degli USA e dei Caraibi.

Travelport sostiene pienamente l'esigenza delle compagnie aeree di avere una capacità distributiva che consenta a ciascuna di commercializzare i suoi prodotti come ritiene opportuno. E' per questa ragione che Travelport ha investito nella capacità di ricevere differenti tipi di contenuti da fornitori diversi. Anche per questo abbiamo creato la connettività Universal API per le compagnie che non desiderano utilizzare ATPCO e che intendono invece connettersi a noi tramite XML o altri protocolli analoghi, in particolare per consentire la vendita di prodotti ancillari o unbundled. In una recente intervista rilasciata a Phocus Wright, la stessa AA ha fatto riferimento ai progressi compiuti da Travelport con il

suo Universal Desktop nel consentire la comparazione della molteplicità di prodotti offerta dai diversi fornitori.

La disputa in corso non è sul "come" o sul "se" ma piuttosto sul business model nel suo complesso e se sia appropriato che AA paghi per il valore aggiunto distributivo rappresentato dai canali che sono serviti dal GDS.

Travelport rimane determinata a risolvere la disputa sorta con AA riguardo a quello che Travelport considera un tentativo da parte di AA di imporre il modello Direct Connect alle agenzie di viaggio, che inibisce ai consumatori la scelta fra le diverse compagnie aeree, causando maggiori costi all'agente di viaggio e portando in definitiva ad un modello d'industria meno efficiente ed equo. A tutela dell'interesse dei propri clienti, Travelport continuerà ad intraprendere tutte le iniziative che riterrà appropriate in risposta a quelle che AA porrà in essere al fine di discriminare i nostri clienti.

Travelport si sta impegnando a trovare con AA la soluzione più giusta per i nostri clienti, e continuerà a farlo. Manteniamo il nostro impegno per un mercato aperto alla concorrenza ed ai consumatori, dove i viaggiatori possano comparare, scegliere e acquistare servizi attraverso il canale che più desiderano.

Con i miei migliori saluti.



Kurt Ekert

Chief Commercial Officer