

Il lato nascosto delle prenotazioni online, come tutelare la propria privacy

Autore: Monia Marchese

Data: 11 Dicembre 2025



Tra la fine di novembre e la metà di dicembre si registra puntualmente un'impennata di ricerche online per voli, hotel e pacchetti vacanza. Le principali piattaforme di prenotazione evidenziano incrementi di traffico compresi tra il 25% e il 40% rispetto ai periodi non festivi. Questo volume crescente di attività genera una mole significativa di dati di navigazione, che alimentano sofisticati sistemi automatici di ottimizzazione dei prezzi. Proprio in concomitanza con questo picco stagionale si intensifica un fenomeno silenzioso ma sempre più diffuso: il dynamic pricing, la pratica con cui i prezzi cambiano in tempo reale in base al comportamento dell'utente.

Geolocalizzazione, cronologia delle ricerche, orario, tipo di dispositivo utilizzato: sono solo alcuni dei fattori che possono far oscillare sensibilmente il costo di uno stesso volo o camera d'albergo mostrati a due utenti differenti. Questo significa che l'offerta 'imperdibile' vista durante la pianificazione delle vacanze potrebbe non essere un vantaggio reale, ma il riflesso di un algoritmo

che adatta il prezzo alle abitudini digitali del consumatore.

Il settore dei viaggi è uno degli ambiti dove il dynamic pricing è più radicato: bastano pochi minuti di differenza o una serie di ricerche ripetute per far variare tariffe di hotel, voli o pacchetti turistici, influenzando inconsapevolmente le decisioni di chi sta organizzando le ferie.

Il tema è affrontato nel nuovo libro 'Smetti di farti spiare, difendi la tua privacy' (Mondadori Università), che analizza i rischi nascosti nelle abitudini digitali, incluse le prenotazioni online. Un'opera concepita per aiutare i consumatori a comprendere come funzionano questi processi e perché riconoscerli è fondamentale per tutelare la propria privacy. "Quando cerchiamo un volo o prenotiamo un hotel, raramente pensiamo che dietro al prezzo ci sia un'analisi del nostro comportamento. La convenienza non è sempre uguale per tutti: per questo serve più consapevolezza da parte dei viaggiatori", commenta Nicola Bernardi, autore del libro e presidente di Federprivacy.

Accanto al dynamic pricing, il libro evidenzia come molte piattaforme utilizzino attività di profilazione e marketing personalizzato, spesso tramite programmi fedeltà o app dedicate, che raccolgono informazioni dettagliate sulle abitudini di spesa e di viaggio per creare offerte su misura.



Riferimento articolo: https://travelnostop.com/news/curiosita/il-lato-nascosto-delle-prenotazioni-online-come-tutelare-la-propria-privacy_659864

Generato il 21/05/2026