

L'EFFETTO AIRBNB SUGLI ALBERGHI

Scambio casa contro hotel l'ultima sfida delle vacanze

SANDRO DE RICCARDIS



NON più viaggiatori inghiottiti nella folla lungo i percorsi del turismo di massa. La sfida tra AirBnb e i tradizionali hotel si combatte sul contatto con la vita vera delle città, sull'incontro con i residenti.

A PAGINA 21 CON UN COMMENTO DI NIOLA

Il turismo. Tra appartamenti privati e alberghi la sfida per conquistare i clienti non è più sui prezzi o i servizi offerti, ma sul contatto con la vita vera della città che si sa offrire. E 1 su 3 sceglie l'alloggio in condivisione

La vacanza in stile AirBnb che ora trasforma anche l'hotel

SANDRO DE RICCARDIS

MILANO. Non più viaggiatori inghiottiti nella folla tra un monumento e un ristorante, lungo i percorsi preconfezionati del turismo di massa. Se finora la guerra è stata sui costi delle camere, sulle regole da rispettare, sui servizi da garantire, oggi tra AirBnb e i tradizionali hotel si combatte sul contatto con la vita vera delle città, nell'incontro con i residenti, nella scoperta di quello che solo la gente del posto conosce e può rivelarti. A garantire il primato nell'offerta dell'ospitalità, sarà la sfida dell'esperienza.

E se AirBnb ha basato fin dall'inizio la sua avventura imprenditoriale sul concetto sociale di condivisione, a casa di sconosciuti che molto spesso diventano tuoi amici, ora anche gli albergatori hanno capito che la minaccia non è l'azienda nata quasi dieci anni fa a San

Francisco, ma il modello stesso dell'accoglienza che offrono. «Quello che vogliono oggi i viaggiatori, giovani e meno giovani, è trovare qualcuno che possa dirgli quello che fa la gente del posto e dove incontrarla — spiega Matteo Stifanelli, country manager di Airbnb per l'Italia —. Se sono a Parigi voglio sapere dove vanno i parigini, che bar frequentano dopo il lavoro, voglio sapere che vanno a fare il picnic sulla Senna. Il mondo del turismo si sta spostando in quella dimensione. Non si sceglie una casa, non si affitta una stanza. Si acquista un'esperienza».

Una rivoluzione lenta ma inesorabile. Tanto che anche le grandi catene degli alberghi hanno riconosciuto la sfida. In America, scrive il *New York Times* in una recente inchiesta dal titolo *Hotels vs. Airbnb: let the battle begin*, alcune aziende hanno sviluppato delle app dedicate agli alberghi, come la

Soho Beach House a Miami, per fornire agli ospiti guide scritte da giornalisti del posto. E avere in tempo reale dritte su eventi di arte, moda, cucina.

L'Italia è indietro, ma qualcosa si muove. «Da noi gli alberghi potrebbero essere i veri ambasciatori del territorio — si augura Alessandro Nucara, direttore generale di Federalberghi —. Ci sono ancora restrizioni normative, ma chi meglio di un hotel potrebbe proporre e vendere ai suoi ospiti quello che offre il territorio? Le terme, un museo, gli eventi di enogastronomia. Non vogliamo diventare delle agenzie, ma possiamo diventare i promotori delle bellezze del posto, proponendo ai turisti offerte differenti in base a quello che loro ci chiedono».

Negli Usa per fronteggiare la costante avanzata di AirBnb, le grandi catene differenziano camere e spazi comuni con gli stili e il design delle diverse città per offrire «un'esperienza più

genuina del luogo e più corrispondente alla cultura locale», come dice ancora al *Nyt* il professore Bjorn Hanson del Jonathan M. Tisch Center for Hospitality and Tourism della New York University.

In Italia, dove AirBnb ha raggiunto le duecentomila offerte sul sito e ha raddoppiato gli annunci nell'ultimo anno, gli albergatori lanciano il "condhotel", una via di mezzo tra albergo e appartamento, 60% di camere tradizionali e 40% di alloggi con uso cucina per soggiorni di lunga durata. Un progetto che, dopo l'approvazione della legge, aspetta ancora i decreti attuativi. «Una novità per il mercato italiano — rilancia Nucara — più diffusa in Sudamerica e negli Usa, che favorisce la riqualificazione delle nostre

«La gente vuole sapere quello che fanno gli

abitanti del posto, vuole acquistare un'esperienza»

strutture e che intercetta un target di famiglie e professionisti business. Un'accoglienza di tipo residenziale con i servizi alberghieri». E che risponde al

lancio dei concorrenti dell'AirBnb business program, il sito di appartamenti per manager. "Viaggia per lavoro, sentiti a casa", è lo slogan.

Perché alla fine, anche se sei in giro per lavoro in una città sconosciuta, quello che conta è l'esperienza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



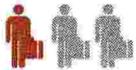
AirBnb
60 milioni
gli ospiti dal 2008 a oggi che hanno usato il servizio nel mondo



34 mila
le città in cui è presente



2 milioni
gli annunci in tutto il mondo

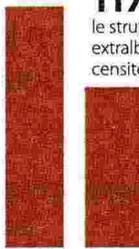


1 turista su 3 nel 2015 ha alloggiato in una residenza privata (nel 2011 il dato era 1 su 10)

Le case private in Italia

176.870
le strutture presenti in Italia su AirBnb nel 2015

117.749
le strutture extralberghiere censite nel 2015



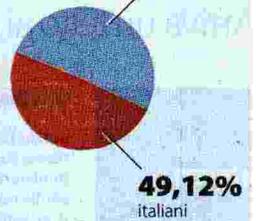
Città con più case private in affitto



Gli hotel in Italia

33.199
il totale degli alberghi

Gli arrivi **50,88%** stranieri



Principali paesi di provenienza
Germania, Stati Uniti, Francia, Regno Unito, Austria

Fonti: Istat, Federalberghi, AirBnb, Busbud

IPUNTI

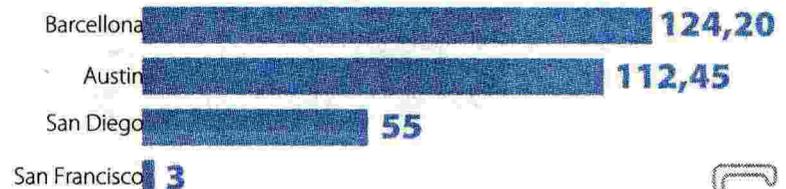
I PRO
PER AIRBNB: prezzi generalmente più bassi per una stanza o un intero appartamento in affitto; possibilità di leggere le recensioni sul sito dei precedenti ospiti; servizi (wi-fi gratis e uso della cucina)
PER GLI HOTEL: orari flessibili per check-in e check-out; pulizia camera giornaliera; uso del bar e del ristorante

I CONTRO
PER AIRBNB: per la garanzia di qualità della struttura si deve fare affidamento solo

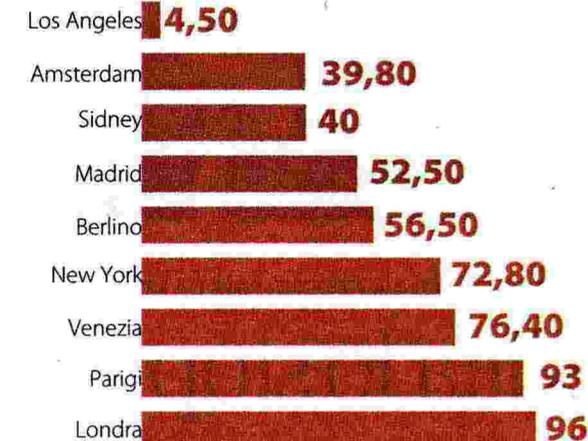
sulle esperienze di chi in quella struttura ha già soggiornato; spesso i costi per le pulizie si pagano a parte
PER GLI HOTEL: costi generalmente più elevati; spesso c'è confusione sulle tariffe dovuta al gran numero di siti e portali per le prenotazioni

Differenza di prezzo (in media tra alloggi in hotel e su AirBnb)

in hotel si risparmia fino a



in AirBnb si risparmia fino a



© RIPRODUZIONE RISERVATA