

Parla Gillian Tans, ad di [Booking.com](https://www.booking.com), gigante del web con tredicimila dipendenti e 187 uffici nel mondo: «Vogliamo investire, il vostro Paese è molto importante»

«Turismo, l'Italia è al primo posto»

L'INTERVISTA

E una persona alla mano, Gillian Tans. Lo si capisce già dal fatto che, mentre si aggirava con lo zainetto in spalla tra gli stand del Foro Italico durante i recenti Internazionali di tennis, si sarebbe detta quasi una elegante turista dal profilo nordico, con gli occhi curiosi ma un contegno quasi glaciale. E in un certo senso, turista lo è davvero. Anzi, si potrebbe definire la regina di tutti i turisti. Perché questa 46enne olandese, sposata con tre figli, è l'amministratore delegato della più grande azienda di [prenotazioni online](https://www.booking.com) al mondo, [Booking.com](https://www.booking.com). Una carriera maturata tutta dentro la stessa azienda, che nel 2002, quando lei ha cominciato a lavorarci, aveva solo una sede ad Amsterdam. Oggi la società conta oltre 13 mila dipendenti in 187 uffici nel mondo, e fa parte del gigante americano Priceline Group. Un anno fa, quando l'allora ceo, Darren Houston, fu costretto a dimettersi dopo aver ammesso di avere una relazione con una dipendente, Tans ha preso il suo posto, diventando uno dei rari esempi di donne di potere nelle aziende del web. «Devo dire di non aver mai avuto problemi e di non essere stata discriminata - racconta - In [Booking.com](https://www.booking.com) ci sono molte donne e pochi pregiudizi. Ma in generale è vero: nelle aziende tecnologiche le donne sono rare. Credo sia un problema culturale, come se per la tecnologia e l'informatica le donne fossero meno portate. La realtà è che quando ci si mettono, eccello-

no».

Immagino che non sia la sua prima volta a Roma.

«No, ma è la mia prima volta agli Internazionali. Abbiamo una nostra lounge qui e vogliamo replicare l'esperienza anche in altre occasioni. Dove c'è un grande evento sportivo, c'è turismo».

In Italia comunque il turismo non manca.

«Quello italiano è uno dei mercati più importanti per [Booking.com](https://www.booking.com), nonché uno dei primi in cui l'azienda abbia investito, anche in capitale umano, con una sede importante. L'Italia non è solo una delle destinazioni preferite al mondo dai turisti, ma è anche un'ottima base per noi: credo che gli italiani siano i numeri uno nella nostra azienda, anche meglio degli olandesi. Mi rendo conto che detto da un'olandese non è il massimo - ride - ma è la verità. E per fortuna abbiamo anche un sacco di dipendenti italiani nelle sedi estere».

Perché avete deciso di scendere in un settore, quello degli affitti brevi, che vi mette in competizione diretta con Airbnb?

«Non abbiamo deciso di competere con [Airbnb](https://www.airbnb.com). Noi eravamo attivi nel settore già da molto prima di loro, e già offrivamo appartamenti, anche qui a Roma. Ma abbiamo raccolto le esigenze dei clienti, che chiedevano di poter scegliere anche tra diverse opzioni, non solo hotel. Da qui la nostra decisione di offrire delle alternative con gli affitti brevi».

E avevate anche aperto un sito dedicato, Villas.com. Che però avete chiuso poco dopo.

«È stato un esperimento. Ci siamo resi conto che gli utenti preferivano avere le diverse alternative su un'unica piattaforma, perciò alla fine abbiamo ampliato le funzioni di [Booking.com](https://www.booking.com) per permettere ai clienti di prenotare sia hotel che appartamenti sullo stesso sito».

Gli affitti brevi rappresentano la maggior parte del business del turismo. Solo a Roma, delle oltre 9 mila strutture presenti su [Booking.com](https://www.booking.com), il 90% sono extra alberghiere. Non pensate che questo possa danneggiare il mercato degli hotel tradizionali?

«Non secondo i nostri dati. Anzi, noi aiutiamo i nostri partner ad avere successo sulla nostra piattaforma. Facciamo delle rilevazioni per essere sicuri di offrire un valore aggiunto agli operatori del settore. Penso che i nostri partner italiani siano soddisfatti».

Federalberghi, associazione italiana di categoria, non è dello stesso avviso.

«Io so solo che da quello che risulta a [Booking.com](https://www.booking.com), questo problema non è sorto. Abbiamo delle persone sul territorio che lavorano a stretto contatto sia con gli albergatori che con i proprietari di strutture extra alberghiere. Non abbiamo mai avuto lamentele da parte di nessuno in merito».

Nella prossima legge di stabilità, il governo italiano vuole inserire una tassa per le grandi aziende Web.

«Noi ci siamo sempre adattati alle leggi locali, e se qui la legge in materia dovesse cambiare, la rispetteremo. Ma io credo piuttosto che ci

vorrebbe una legge europea, perché per un'azienda come la nostra diventa impossibile operare in un mercato in cui ogni Paese ha leggi

**ANCHE NOI OFFRIAMO
AFFITTI BREVI COME
AIRBNB, SECONDO I NOSTRI
DATI QUESTO NON
DANNEGGIA IL MERCATO
DEGLI HOTEL TRADIZIONALI**

differenti. Sarebbe un modo per rendere l'Europa più competitiva con Stati Uniti e Cina e anche per aiutare le startup a emergere».

Come prenoteremo le vacanze nel futuro?

«La tecnologia ha già cambiato il modo di viaggiare. Basti pensare a quanto sia semplice oggi prenotare una vacanza, senza il bisogno di recarsi in un'agenzia, e del vantaggio che questo comporta. E grazie allo sviluppo dei dispositivi mobili, l'esperienza degli utenti è sempre più personalizzata.

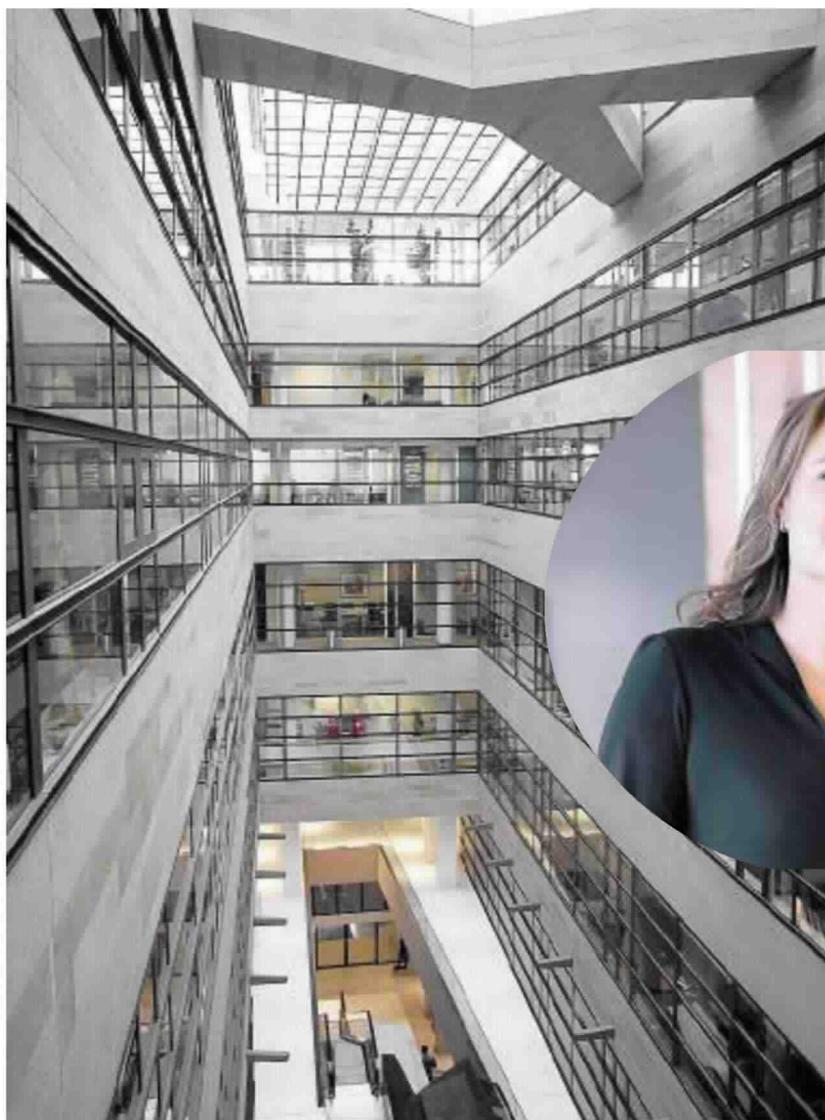
Con un'app per smartphone oggi non solo si può prenotare e pagare un soggiorno con grande semplicità,

anche last-minute, in base alla propria posizione. Ma noi possiamo guidare i nostri clienti nella scelta della propria destinazione in base alle loro passioni. Possiamo mostrare loro il modo migliore per raggiungere l'hotel dall'aeroporto, guidandoli passo passo, o ancora consigliare cosa andare a vedere, cosa fare in città. Siamo, e nel futuro saremo sempre di più, delle guide personalizzate».

Andrea Andrei

andrea.andrei@ilmessaggero.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA SEDE Il palazzo di **Booking.com** ad Amsterdam e, nel tondo, il suo chief executive officer, Gillian Tans

I numeri**130**

In migliaia, il numero di strutture che sono disponibili anche in Italia attraverso il sito o la app di [Booking.com](https://www.booking.com)

9.000

Il numero di strutture romane presenti sul sito di prenotazioni vacanziera: al 90% si tratta di offerta extra alberghiera

**7 mln**

Il numero di turisti che ha prenotato destinazioni italiane attraverso [Booking.com](https://www.booking.com). Un milione di persone ha scelto Roma

