

Villaggio globale

Storie & reportage

Il turismo

Casa, dolce casa e ora **Booking** invade **Airbnb**

BARBARA ARDÙ, ROMA

Il colosso olandese delle offerte di alberghi ha sempre più appartamenti nel suo menù. E con 5,8 milioni di proposte di alloggi da privati tenta il sorpasso della regina americana dell'home sharing, che punta sul turismo esperenziale

Il sorpasso ancora non c'è stato. Non almeno sui numeri forniti dalle due ex start up. Sul web **Booking** e **Airbnb** diventate ormai colossi dell'industria del turismo globale, si stanno combattendo una guerra sotterranea e non dichiarata per conquistare un primato sul web: chi ha sul suo sito il più alto numero di case o appartamenti da poter affittare in giro per il mondo. Mercato in crescita, non c'è dubbio. E se il sorpasso, almeno sui numeri ancora non c'è stato, in realtà è **Booking** a insidiare quello che per **Airbnb** era fin dall'inizio un primato. La start up creata a Chicago da Brian Joseph Chesky aveva già dalla nascita nel Dna il mercato dell'affitto breve di case e appartamenti. È così che è cresciuta negli anni, trasformando i tre soci in milionari. È **Airbnb**, da tempo, la Regi-

na delle case in affitto. E non solo case. Castelli, agriturismi, b&b, tende nel deserto, fattorie, igloo.

Un primato che rischia però di perdere. A tentare il sorpasso è **Booking**, che vorrebbe una corona tutta per sé. Re degli alberghi ma anche Regina delle case. Da un po' di tempo infatti sale il numero di appartamenti, b&b, ville, offerte in affitto sul suo sito. E se in Italia il fenomeno è solo all'inizio, nel mondo il sorpasso è ormai a portata di mano. **Airbnb** conta 6 milioni di unità offerte, **Booking** ne ha 5,8 milioni. E Gillian Tans, ceo di **Booking**, ha detto a chiare lettere che il prossimo obiettivo aziendale è rispondere a una domanda di case in continua ascesa. «L'industria del turismo e le sue entrate stanno salendo nel mondo - ha dichiarato al francese *Le Figaro* - e se storica-

mente abbiamo puntato sugli hotel, oggi siamo il sito leader anche per gli alloggi diversi dalle camere d'albergo». E Alberto Yates, Regional manager di **Booking** per l'Italia non si mette certo a smentire il Ceo olandese. «Non so chi sia avanti - spiega ad *Affari & Finanza* - ma certo c'è un'attenzione crescente del Gruppo nella ricerca di strutture alternative agli alberghi. E in Italia c'è stata un'accelerazione nell'ultimo periodo. Non è una sfida. Semplicemente ci siamo accorti che ben il 40% dei nostri clienti ha prenotato un alloggio alternativo negli ultimi 12 mesi. E se la domanda arriva dal mercato è normale seguirla».

LA CONTROMOSSA AIRBNE

Un fatto però che ha costretto **Airbnb** a correre ai ripari. Cadere dal trono non è bella cosa, tant'è.

che da Chicago hanno iniziato ad alzare le antenne. Un anno fa **Airbnb** s'è portata a casa Hotel Tonight, start up con cui oggi ottimizza le prenotazioni degli alberghi. Perché anche sul suo sito comunque gli hotel ci sono, anche se meno rispetto al concorrente olandese e in qualche modo "diversi".

«Airbnb - spiega Matteo Frigerio, amministratore delegato per l'Italia - è impegnata da sempre a realizzare una piattaforma di viaggio end-to-end, dove trovano spazio tante forme di ospitalità. Da una stanza in condivisione siamo cresciuti fino ad arrivare a oltre 6 milioni di annunci nel mondo, che comprendono sia l'extra-alberghiero (case per vacanza, ma anche boutique hotel, piccoli alberghi non di catena, ma a conduzione familiare), che condividono lo spirito di ospitalità che contraddistingue la nostra idea di viaggio. E anche la nostra presenza in Italia è in evoluzione».

I due colossi del turismo online hanno in realtà due visioni del business turistico diverse. Se **Booking** ha puntato tutto sul turismo di massa e sugli alberghi, **Airbnb** è nata per far sì che il viaggio non fosse solo una notte in hotel, ma un'esperienza di vita. Due strade che oggi però tendono a incrociarsi. «Airbnb - spiega Frigerio - è stata tra i primi a credere nel turismo esperienziale opposto a quello di massa, con particolare

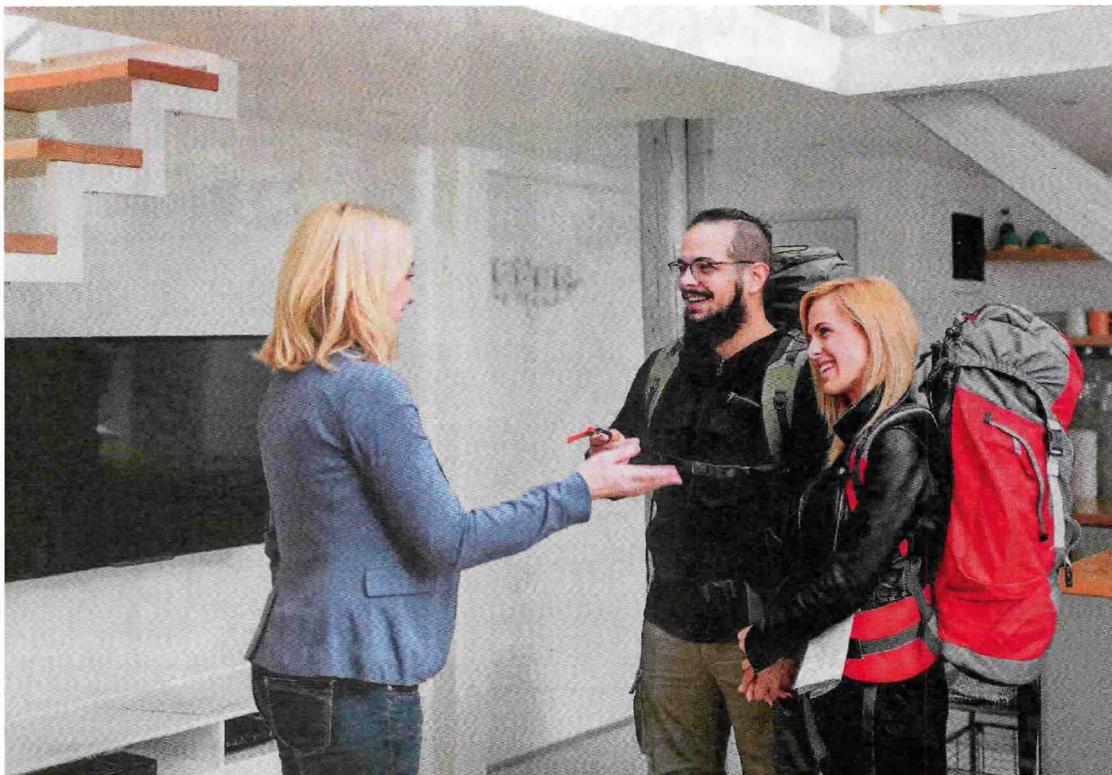
attenzione alle comunità locali. La crescita sul mercato si è sempre accompagnata alla collaborazione con i responsabili delle politiche del settore, sia per una legislazione semplice e sostenibile, sia per contribuire allo sviluppo sostenibile dell'ospitalità. Chi sceglie **Airbnb** - aggiunge - è interessato a vivere esperienze di qualità nella città di cui diventa "cittadino temporaneo", diversamente dall'escursionista giornaliero o da quello dei grandi gruppi del turismo di massa».

UNA COMUNITÀ

Dal 2016, infatti, su **Airbnb** è possibile prenotare anche le cosiddette "Esperienze", in più di mille città: non si sceglie un alloggio, ma l'host che ospita condivide il proprio tempo, passione o talento con i viaggiatori. **Airbnb** è insomma un home sharing, dove l'intermediazione della casa madre è ridotta all'osso. Protagonisti sono i territori e gli host, ormai diventati una comunità. Nelle città italiane però, che da sole sono già un monumento a cielo aperto, **Airbnb** ha invaso i centri storici, influenzando anche il mercato degli affitti. Un'accusa che Frigerio liquida così. «Su **Airbnb** - sostiene - è disponibile meno dell'1% degli oltre 55 milioni di immobili residenziali italiani. Crediamo si tratti di una dimensione tale da non poter influenzare si-

gnificativamente sulla disponibilità di alloggi. Inoltre il mercato degli affitti a lungo termine in Italia ha dimensioni limitate, 80% delle famiglie è proprietario della casa in cui vive. E per alcuni, condividere la casa è un modo per far fronte a costi e perdite».

Se sorpasso sarà non cambia comunque la filosofia delle due aziende. **Booking** più *business oriented*, con un approccio dinamico, basato su un'assistenza al cliente a 360 gradi, tant'è che ad Amsterdam ci sono ben otto palazzine che ospitano i call center. **Airbnb** più soft e con l'idea del viaggio come esperienza. Ma a parte la guerra per lo scettro le due società dovranno affrontare problemi più reali, a cominciare da quello delle tasse, così come accade per ogni società che opera sul web. I profitti si fanno in Italia, le tasse si pagano altrove. Problema già all'esame della Ue. Sull'Iva il problema è più semplice: **Booking** nel 2018 ha versato nelle casse dello Stato 4,5 miliardi, **Airbnb** 6,5 dopo un accordo col Fisco. L'altra novità in arrivo sul fronte evasione è l'introduzione di un codice identificativo contro gli abusivi. Dovrebbe essere inserito nel Decreto crescita. Cosa che le due società non temono. Conclude Alberto Yates: «A meno che non si tratti di un altro adempimento che invece di semplificare complichia».



I numeri

LE DIFFERENZE
LA CASA O L'HOTEL

Booking.com

VALORE AZIENDA **77,0** MILIARDI DI DOLLARI

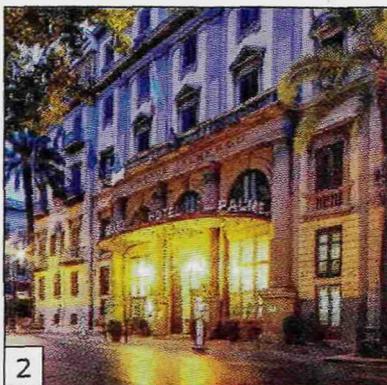


airbnb

VALORE AZIENDA **3,3*** MILIARDI DI DOLLARI



(*): ultimo dato disponibile in quanto il valore attuale non è stato fornito



Focus

COS'È IL CODICE IDENTIFICATIVO

Previsto nel decreto crescita è un codice alfanumerico che identifica l'affittuario, il cui nome finirà in una banca dati collegata all'Agenzia delle Entrate. Il codice dovrà apparire sui siti dei colossi del web. Ideato per eliminare il nero non piace a Confedilizia, che contesta come non esistendo la categoria affitti brevi, sarà un adempimento in più dei proprietari

2

- 1 L'accoglienza degli ospiti in un appartamento **Airbnb** e la consegna delle chiavi
- 2 La facciata di un grande albergo

