

Digital

Esperienze & turismo green: la svolta sociale di [Airbnb](#) e [Booking.com](#)

Le due maggiori piattaforme online hanno deciso di cambiare rotta. Qualche esempio? Con [Airbnb](#) si possono sostenere i borghi interni colpiti dallo spopolamento e fare viaggi ad alto impatto sociale. Con [Booking](#) valorizzare le startup innovative

di LORENZO MARIA ALVARO



Sono 5mila le persone che in Italia propongono viaggi esperienziali su [Airbnb](#). Altro dato: gli host esperienziali negli ultimi 12 mesi hanno ottenuto un guadagno mensile medio di circa 400 euro.

«Alcuni di loro sono professionisti e piccoli tour operator, ma siamo anche felici di

vedere che molti freelance e ospiti occasionali hanno deciso di offrire un'esperienza avviando una nuova attività», sottolinea Caterina Manzi, Italy Experiences Business Manager di [Airbnb](#), commentando i dati della sezione "Experiences" nata due anni fa. Una trasformazione del mercato turistico che ha fatto il paio con la rivoluzione tecnologica che ha investito il settore. Secondo i dati di Bookassist, agenzia leader nel campo del marketing online, presentati in occasione dell'11esima edizione di Buy tourism online (Bto), la più importante convention italiana su turismo e innovazione, nel 2018 in Europa, il 50% del traffico verso i siti web degli hotel è arrivato da mobile.

A guidare questa nuova frontiera del viaggiare i due principali player turistici da device: [Airbnb](#) e [Booking.com](#). «Per noi l'esperienzialità del viaggio è sempre stata un valore intrinseco sin da quando eravamo solo un portale di matching di domanda e offerta tra persone disposte ad ospitare e viaggiatori», sottolinea Manzi, «già allora l'idea di abitare una casa (e non di stare in albergo) conteneva in sé il tema dell'esperienza. Solo

poi però ci siamo accorti della domanda crescente e abbiamo studiato delle risposte dedicate».

L'azienda di San Francisco ha investito sempre di più in questa direzione. «Lo abbiamo fatto rendendo la ricerca più tagliata sulle richieste degli utenti e lanciando nuovi prodotti esperienziali che renderanno più facile ai viaggiatori trovare l'attività "perfetta" per loro», aggiunge Manzi. Sono nate così categorie innovative come "Concerti Airbnb" che raccoglie eventi musicali dal vivo in luoghi insoliti e, allo stesso tempo, offre opportunità di lavoro a musicisti e altri professionisti o "Italian Villages" che punta a sostenere i borghi colpiti dallo spopolamento. «Altro canale che stiamo potenziando visto il ritorno positivo è quello dei viaggi "a impatto sociale"», sottolinea. «si tratta di proposte offerte da realtà non profit, con l'obiettivo di raccogliere fondi per una causa specifica. Ad oggi ne proponiamo circa 1.200 in tutto il mondo e oltre 100 solo in Italia. Un modo per promuovere se stessi, ottenere nuovi sostenitori da altri Paesi e raggiungere alcuni obiettivi specifici».

Alcuni esempi? «A Roma insieme al Gruppo Archeologica Romano si può accedere a siti altrimenti inaccessibili e nel contempo sostenere la raccolta fondi per l'attività di restauro di edifici di interesse storico e artistico della città», sottolinea Manzi, «oppure a Grottole, in provincia di Matera, si può alloggiare nel castello del borgo e sostenere così economicamente la rigenerazione di alcuni edifici, con l'obiettivo di dare nuova vita a quel centro storico».

Se [Airbnb](#) vuole diventare un'agenzia di viaggi comunitari a tutto tondo per [Booking.com](#) il salto è stato quello di passare



I numeri

5milale proposte
esperienziali su
[Airbnb](#) Italia**100**le esperienze
"a impatto sociale"
su [Airbnb](#) Italia**87%**la quota di utenti
di [Booking.com](#) che
chiede un'esperienza
di turismo sostenibile

Andrea Paoletti,
ideatore di Wonder
Grottole un progetto
di rigenerazione
urbana ideato
insieme ad [Airbnb](#)

da sito dedicato alle [prenotazioni online](#) a punto di riferimento per il turismo green. «I viaggiatori cercano sempre più modi di viaggiare e scoprire il mondo in modo sostenibile», chiarisce Alberto Yates, Regional Manager per l'Italia di [Booking.com](#).

L'azienda ha condotto nel 2018 lo studio Sustainable Travel Report. «Il dossier dimostra come il trend sia in continua crescita. La maggior parte dei viaggiatori (l'87%) infatti dichiara di voler viaggiare in modo sostenibile e circa 4 su 10 (39%) confermano di farlo sempre o quasi sempre. Tuttavia, il 48% sostiene di non riuscire a viaggiare mai oppure solo raramente in modo sostenibile, un dato questo che lascia intravedere quanta strada ci sia ancora da fare», continua Yates.

I primi passi [Booking.com](#) naturalmente li ha fatti investendo sulla tecnologia. «Per esempio mettendo in risalto le strutture eco-friendly o permettendo di filtrare i risultati di ricerca in base alla vicinanza a una stazione di ricarica per veicoli elettrici», spiega il regional manager. Ma non basta. «Il vero cambiamento può avvenire solo collaborando su più fronti all'interno dell'intero ecosistema turistico», sottolinea Yates.

Ecco perché la piattaforma dal 2015 promuove ogni anno "Booking Booster", un programma di accelerazione dedicato alle startup che sviluppano tecnologie innovative per il settore, mettendo a disposizione un fondo da 2 milioni di euro. «Cerchiamo di supportare l'innovazione nel campo del turismo sostenibile», conclude il manager, «finanziare le migliori idee in questo settore ci permette anche e soprattutto di elaborare esperienze turistiche sempre più in linea con le esigenze e le richieste dei nostri clienti». ♦