

Business travel... come a casa

Cresce il fenomeno della vacanza in appartamento. Solo in Italia, dal 2008, oltre un milione di turisti ha scelto questa opzione, prenotando sul portale Airbnb. E la moda sta conquistando ora anche il viaggiatore d'affari. Una scelta alternativa all'hotel, non priva, però, di svantaggi

◆ Barbara Ainis



Salotto e cucina, oltre alla camera da letto, fanno sentire a casa il viaggiatore d'affari nelle trasferte più lunghe

Sarà l'effetto della crisi o di una rivoluzione culturale nel modo di viaggiare, fatto sta che il fenomeno degli affitti brevi si sta diffondendo a ritmi incalzanti tra i viaggiatori di tutto il mondo, Italia inclusa. Non sono solo i turisti leisure a essere coinvolti in questa scelta alternativa alla più tradizionale sistemazione alberghiera: sempre più spesso anche i viaggiatori d'affari considerano conveniente e vantaggioso riservare un appartamento o una stanza in una casa privata, soprattutto nel caso di trasferte di medio o lungo periodo. Disintermediazione, consumerizzazione, personalizzazione: sono gli strumenti (o forse le armi) della share economy. E gli albergatori? C'è chi vorrebbe opporsi all'ineluttabile e chi, più

concretamente, pretende il rispetto di regole chiare e certe, per garantire una concorrenza leale.

Il mondo degli affitti brevi

I numeri parlano chiaro, anche solo a voler considerare quelli del colosso statunitense Airbnb. Oltre un milione di viaggiatori, dal 2008 a oggi, ha soggiornato in Italia prenotando sul portale; il nostro Paese è il terzo al mondo, dopo USA e Francia, per presenza sul sito, con più di 87mila gli alloggi disponibili (sono 800mila a livello globale) e per il 2015, in corrispondenza dell'EXPO, si attende una crescita importante; ogni notte sono 12mila le persone che soggiornano in una struttura prenotata su Airbnb. E il fenomeno è ben più am-

pio, dal momento in cui una recente indagine condotta dall'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo (School of Management, Politecnico di Milano) con Halldis, azienda specializzata negli affitti turistici e corporate, ha individuato 500mila seconde case in Italia destinate all'affitto breve, occupate mediamente tra i 55 e i 70 giorni all'anno.

Ma cosa convince alcuni viaggiatori a preferire l'affitto breve di un appartamento o di una stanza privata a una classica camera d'albergo? In molti casi la scelta è dettata dalla convenienza economica, in particolare quando il soggiorno non è di una o poche notti, ma si protrae per un periodo più lungo di tempo. Tuttavia chi apprezza una soluzione di questo tipo è attratto anche da altri fattori: dall'idea di sentirsi a casa; di avere maggiore autonomia, privacy e indipendenza (disponendo anche di cucina e salotto); di sentirsi maggiormente inserito nella città nella quale soggiorna e nel suo tessuto sociale; di avere una soluzione abitativa originale e diversa.

Un'opzione non adatta a tutti

Naturalmente, di contro, ci sono tutta una serie di servizi dei quali l'affitto breve non dispone o dei quali dispone solo parzialmente. Parliamo della presenza fisica del personale di assistenza (portieri, consierge, back office), della sicurezza offerta da una struttura controllata, dei servizi di pulizia quotidiana e di ristorazione. Insomma, si tratta di un'opzione non adatta a tutti, ma che sta conquistando il favore di una fetta sempre più importante dei turisti globali che visitano il nostro Paese. Sarebbe, infatti, il 9% dei turisti stranieri a



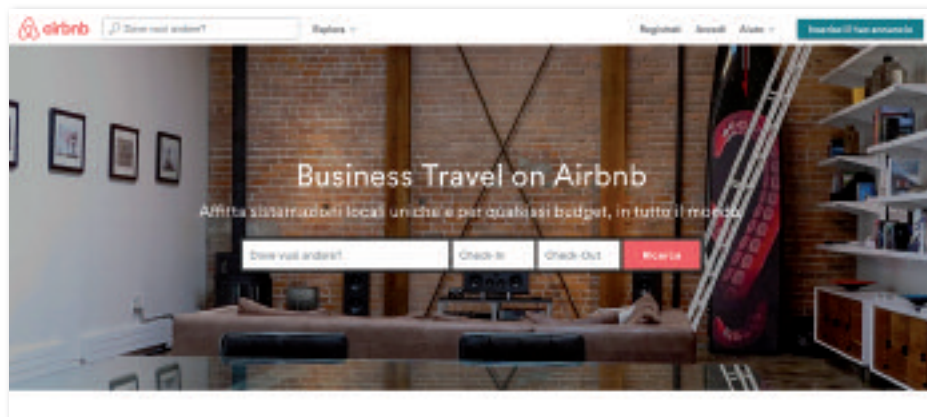
usufruire dell'affitto breve in Italia, stando all'Osservatorio del Politecnico.

Non indifferente è la quota dei viaggiatori d'affari che scelgono questa soluzione, pari al 13% del totale. «Assistiamo al consolidarsi di una tendenza di consumerizzazione dei servizi aziendali, anche in termini di viaggi business», commenta **Andrea Lamperti**, Research Analyst Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano. «In altre parole, le trattative, la gestione e le scelte relative ai viaggi aziendali si fanno sempre più simili a quelle relative al turismo di piacere, nella direzione di una progressiva disintermediazione del viaggio. La transizione verso servizi turistici digitali è un processo non velocissimo, ma costante e ineludibile. Questo è evidente proprio in relazione agli affitti turistici e corporate».

Da Halldis una piattaforma per il B2B

L'interesse di professionisti e aziende verso questa alternativa all'accoglienza alberghiera è stata raccolta, naturalmente, dai principali operatori del settore.

Sono oltre 500mila le seconde case in Italia destinate all'affitto breve. Un'alternativa a volte conveniente, ma non sempre adeguata alle esigenze dei viaggiatori



© HALLDIS



Parte integrante della share economy, gli affitti brevi non vanno osteggiati, ma regolamentati per garantire una concorrenza leale

Airbnb, pur non avendo un sito parallelo orientato al business travel, vi ha dedicato uno strumento di ricerca (www.airbnb.it/business-travel) da utilizzare per trovare più facilmente le strutture che abbiano caratteristiche precise (intero appartamento o casa e internet wireless già preselezionati) e che siano più adatte ad un viaggio di lavoro.

Circa il 10% dei clienti Airbnb è in viaggio per lavoro, mentre sono già 30 le aziende, soprattutto negli Stati Uniti, che hanno aderito al sistema di ricerca e prenotazione dedicato, per le loro esigenze relative a grandi gruppi, trasferte lunghe, relocation e spazi meeting.



© HALLDIS

Un orientamento più deciso verso il comparto business travel è quello dimostrato da Halldis. L'azienda, parte del Gruppo Windows on Europe, è presente nelle principali città e località turistiche italiane, oltre che a Londra, Parigi, Bruxelles e Miami con oltre 1300 appartamenti destinati ad affitti turistici e corporate.

Halldis ha recentemente presentato una piattaforma per il B2B, rivolta a TMC e agenzie viaggi per accedere in autonomia alla selezione di appartamenti, scaricare la presentazione e prenotare. Da febbraio più di 300 agenzie, oltre alla TMC Amadeus, hanno già firmato l'accordo quadro. Bisogna sottolineare che gli appartamenti proposti da Halldis sono sì di proprietà di privati, ognuno diverso dall'altro e collocati in diverse aree strategiche delle città, ma l'affitto breve è interamente gestito dall'azienda. Vale a dire: check-in di persona e assistenza in 15 lingue diverse, in-

© HALLDIS



ternet sempre presente, un unico interlocutore, assistenza 7 giorni su 7 e possibili richieste individuali (pulizie, tv satellitare e altro).

Travel. Sempre più *bleisure*

«Il servizio è sicuramente diverso da quello offerto dagli hotel», chiarisce **Moussa Samake**, Head of Corporate Business Development di Halldis. «Sceglie uno dei nostri appartamenti il viaggiatore d'affari che si trova in una trasferta generalmente per un periodo superiore alle due settimane, magari in occasione di fiere o per progetti specifici. In questo caso il costo è sicuramente inferiore a quello di una camera d'albergo, mentre il viaggiatore può sentirsi parte della città in cui soggiorna e vivere in autonomia. In effetti le scelte per il business travel assomigliano sempre di più a quelle di un viaggio di piacere. Naturalmente chi viaggia per lavoro ha delle esigenze specifiche: prenotare un appartamento vicino al luogo di lavoro, avere assistenza durante il soggiorno, poter contare sulla qualità dell'appartamento (certificazione impianti) e sulla connessione internet, ottenere fatturazione e certezza nei termini di pagamento».

Concorrenza (s)leale?

Ma il mondo degli affitti brevi, soprattutto quello non strutturato, fatto di proprietari di seconde case che saltuariamente e non professionalmente affittano il proprio appartamento o le sue stanze, è un luogo propizio per il proliferare del cosiddetto "sommerso". La mancanza diffusa di controlli fiscali favorisce l'affermarsi di una concorrenza sleale nei confronti di alberghi e strutture che sottostanno, invece, a doverose regole. A dire il vero le regole esistono anche per gli affitti brevi, ma, affidate alle regioni, mancano di uniformità. Da più parti arrivano proposte per regolamentare in modo unitario l'affitto breve, proposte che vanno dalla cedolare secca al 10%, all'utilizzo dei portali web o delle banche quali sostituti di imposta. È evidente la necessità di fare chiarezza, semplificare le norme e farle applicare. A beneficio di tutti. Ma si illude e sbaglia chi pensa di opporsi a una tendenza nata dal basso e parte integrante della share economy: oggi più che mai, il mercato lo fanno i viaggiatori. ■

DUE CHIACCHIERE CON IL PRESIDENTE DI FEDERALBERGHI BERNABÒ BOCCA

Il fenomeno degli affitti brevi sta coinvolgendo e attraendo una parte consistente dei viaggiatori anche nel nostro Paese. Quali sono a suo avviso le criticità del fenomeno?

«Federalberghi è da sempre a favore del mercato e qualsiasi nuova proposta commerciale si affacci alla ribalta noi la accettiamo.



Ciò che non accettiamo è che si possano creare fenomeni paralleli all'interno dei quali chi vive e lavora regolarmente viene subissato di controlli e tasse e chi "naviga" nel sottobosco rimane immune da qualsiasi norma. Fuor di metafora, il nostro mantra è stesse regole e stesse imposizioni per tutti per poter tutti assieme

lavorare in un libero mercato dove la libera concorrenza esiste in modo trasparente».

In particolare per i turisti d'affari e le aziende che si rivolgono a questa soluzione di soggiorno (soprattutto per periodi medio-lunghi), quali commenti potete esprimere al riguardo?

«Proprio il target alto della clientela, quale può essere quella dei turisti d'affari, riteniamo possa ricevere i danni maggiori da una non regolamentazione del fenomeno. Come si sa una azienda alberghiera, oltre alla struttura, mette a disposizione servizi che garantiscono la sicurezza dell'ospite, dal portiere di notte alla certezza dell'identità di chi si trova a soggiornare in un hotel. Avviene così anche in alloggi nei quali si praticano affitti brevi?»

Cosa vi aspettate si debba fare per regolamentare il settore?

«Le regole esistono già e sono quelle che rispettiamo noi albergatori: l'Iva, l'Irap, l'imposta di soggiorno laddove richiesta, l'Imu, la Tasi, l'applicazione del contratto nazionale di lavoro per i dipendenti, il rispetto delle norme antincendio e così via».

Anche in vista dell'Expo 2015, evento nel quale si attendono visitatori in numero ben superiore alla disponibilità ricettiva alberghiera, ritenete che gli affitti brevi in abitazioni private possano costituire un'alternativa "necessaria"?

«Più che necessaria la definirei complementare, ma a condizione che nel più breve tempo possibile vengano smascherate quelle attività illecite, a tutto vantaggio dell'economia turistica sana in grado di produrre occupazione e benessere per chi vive e lavora nel settore».



© HALLDIS