Airbnb il "migliore alleato delle catene alberghiere". Ma nessuno è d'accordo

Airbnb sta agli alberghi come **Uber** sta ai tassisti. In entrambi i casi, il primo termine del rapporto indica una forza nuova e dirompente che crea una concorrenza "sbagliata", in cui realtà consolidate e tenute al rispetto delle regole sono messe alle strette da realtà nuove , che che operano nello stesso mercato ma non rispettano le stesse regole.

Eppure, a differenza dei tassisti, gli hotellier hanno accolto a braccia aperte la ventata di novità portata dalla piattaforma, a tal punto da considerarla "la migliore alleata delle catene alberghiere globali". Incredibile ma vero, è questo il punto di vista riportato da Il foglio che sottolinea il positivo effetto sul mercato dei siti che offrono affitti. La tesi: Airbnb & Co offrono un servizio diverso, che non fa concorrenza alle realtà che propongono camere e servizi standard, e che si rivolgono a un target diverso e soprattutto nuovo, stimolandone la crescita.

Ma gli albergatori la pensano veramente così? No. **Giorgio Palmucci**, presidente di **Associazione Italiana Confindustria Alberghi**, ammette che "tutto quanto facilita e stimola la scelta di un viaggio sia utile a costruire i clienti di domani". Ma soprattutto sottolinea che "le dimensioni del fenomeno stanno diventando tali da generare un riflesso negativo anche sugli interessi della collettività, cui queste esperienze turistiche - che pure consumano servizi e territorio - non restituiscono valore né in termini di fiscalità, né in termine di posti di lavoro". Una nota negativa e di allarme, infine, riguarda la sicurezza, visto che gli affitti brevi non prevedono alcun sistema di controllo di identità.

"Completamente allineata sulla parte negativa" è la posizione in cui si identifica **Elisabetta Fabri**, presidente e ceo della compagnia alberghiera italiana **Starhotels**, in forte crescita. "La nota positiva è che ora tutti possono aiutare il proprio bilancio familiare con l'apporto di nuovi introiti e diventare gestori dei propri immobili, un elemento che concorre a riattivare l'economia. E' chiaro che noi chiederemo di giocare con le stesse regole del gioco".

La pensa così anche **Sara Digiesi**, chief marketing officer di **Best Western Italia**. "Airbnb ha saputo far sue, con efficacia, tutte le istanze della sharing economy. Al suo esponenziale sviluppo purtroppo non è seguito uno altrettanto celere adeguamento normativo. L'assenza di regole e la disparità di trattamenti tra soggetti operanti nello stesso ambito sono un tema a cui le amministrazioni dovranno dare risposte adeguate quanto prima".

Insomma, Airbnb concorrente sleale, una volta di più. Altro che alleato...
Più soft il commento di **Luigi Lenatti**, titolare insieme al fratello Andrea dell'**Hotel Tremoggia**, indirizzo chic di Chiesa Valmalenco. "Siamo d'accordo sul fatto che Airbnb abbia sviluppato un nuovo target e che abbia contribuito a dato origine a un nuovo segmento di mercato. Airbnb risponde alla ricerca, sempre più frequente, di alloggi alternativi, ma anche di un soggiorno sempre più personalizzato. È questa la tendenza che gli hotel per aver successo devono perseguire: offrire un'accoglienza personalizzata ai propri ospiti. Al tempo stesso, riteniamo che hotel di alta categoria, 4 e 5 stelle, non possano entrare in competizione con l'offerta di Airbnb, perché questa tipologia di strutture alberghiere offre un plus che gli alloggi di Airbnb non sono in grado di garantire ai propri ospiti: il Servizio. È proprio il servizio, oltre all'accoglienza, la carta vincente di un hotel".