## QUANDO DIVENTA UN BUSINESS

# Le case messe in affitto? In mille ne gestiscono 6 mila

Il turismo non si ferma. Segue le dinamiche dell'economia globale. Si unisce alla tecnologia. Che sia il robot concierge, il portiere d'albergo automatizzato che parla e riceve i clienti (si chiama Paolo Pepper, costa 30 mila euro, è già operativo in alcuni hotel). Oppure l'analisi dei big data per capire le tendenze future. E per la Toscana, lo scenario che arriva dalla Bto, l'ex «borsa del turismo online» diventata Buy tourism online, cioè la kermesse che ha aperto ieri alla Fortezza, è di ulteriore crescita. Anche se il «boom» di questi anni ormai sfugge anche alle statistiche, anche se il mercato l'ha capito. Ormai, il 64% di chi affitta case via Airbnb ne presenta almeno due. Difficile pensare che ormai non sia diventato una vera e propria attività economica.

### Un aumento costante

L'anno scorso, le stime Irpet parlavano, per il 2017, di 44 milioni di turisti «ufficiali» e di un 80% aggiuntivo del «sommerso», con un tasso di crescita tra il 2 ed il 2,5%. Solo che quelli «ufficiali» ormai sono ampiamente fallaci, come ha ricordato il Centro studi turisti di Firenze, dato che non ci sono più sanzioni in caso di mancata (o ritardata) comunicazione delle presenze agli uffici provinciali. «Andiamo avanti con le stime campionarie», spiega l'assessore regionale Stefano Ciuoffo.

### Un futuro roseo

I dati raccolti dalla Regione parlano di ottimismo: il 63,2% degli imprenditori toscani è soddisfatto dell'andamento



La ricerca L'istituto Airdna: il 64% di chi presenta annunci online ha più di due appartamenti Sono delle vere e proprio piccole imprese turistico del 2017, con un 7,6% «molto contento». A sorridere soprattutto chi gestisce il settore extralberghiero (65,9%) e tra gli agriturismi (65%). E il futuro? Ancora più roseo: l'86.7% si aspetta un'ulteriore crescita. Il boom non si ferma, con gli effetti positivi sul Pil ma anche sull'impatto e la sostenibilità delle città.

### Il fronte interno

Trivago indica la Toscana come la regione più ricercata sul suo portale, anche questo autunno, per le vacanze degli italiani. Un fenomeno registrato anche per il capoluogo. La città del David traina la regione ma anche il resto della Toscana se la passa bene. Se Firenze è la quarta destinazione italiana per turismo internazionale e domestico, Lucca è la quinta preferita dai nostri connazionali e Pisa decima per gli stranieri.

### Il nuovo mercato

Una dinamica potente, intercettata dai nuovi mercati nati grazie alle piattaforme online. E proprio ieri, la società californiana Airdna ha reso noto uno studio da cui emerge che il 64% delle case sono offerte da un gruppo ristretto d host. È una media, e come tale andrebbe analizzata meglio: ma la stessa Airbnb ammette che le 10 mila case vengono proposte da 5.300 «host», proprietari e gestori. E che il 76% ha solo una casa (un annuncio) a disposizione. Tradotto: poco più di mille «host» gestiscono almeno 6 mila annunci diversi. Insomma, piccole-medie imprese.

### La rivoluzione dell'est

Il turismo cinese per ora si è «fermato» a 3,7 milioni nel corso dell'anno, in tutta Italia. Ma le dinamiche e le previsioni parlano di un incremento esponenziale, nei prossimi 5 anni. Grazie all'analisi di Digital Retex su dati Istat-Confturi-

smo, emerge però che sono tra i più spendaccioni, non tanto per i musei, quanto per lo shopping. Spendono mediamente, in Italia, 918 euro, spiega Andrea Ghizzoni, Europe Director di Tencent, il colosso del web a cui fa capo WeChat (il «Whatsapp» cinese). Non solo: il profilo del turista in arrivo da Pechino è quello di un giovane sofisticato, indipendente e sempre connesso e, appunto, che cerca il lusso: «i consumatori cinesi hanno rappresentato il 55% del fatturato globale per il lusso».

### Le risposte da dare

A fronte di queste dinamiche, c'è da governare i flussi, orientarli verso i luoghi meno affollati. È quello che vuole fare la Toscana, raccontano Ciuoffo e il presidente del Consiglio regionale Eugenio Giani, con una legge che finanzi i «distretti» turistici, «23-24, che promuovano il loro brand».

### Economia in movimento

Bto prosegue anche oggi, concludendo i 160 eventi organizzati da Toscana Promozione, Fondazione Sistema toscano, Sl&A Turismo e Camera di commercio di Firenze. E proprio dal presidente della Camera di commercio, Leonardo Bassilichi, arriva l'annuncio: ormai Bto è «ha fatto 10 anni, e tutti vedono quant'è bella, la Camera di Commercio cerca privati per metterla sul mercato».

M.F.

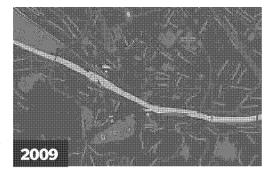


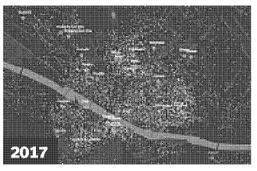
# CORRIERE FIORENTINO

### L'evento

- Buy Tourism Online (Bto) è l'evento sull'innovazione e la tecnologia nel settore del turismo che si svolge alla Fortezza da Baso dal 2008
- Bto è un marchio di Toscana Promozione-Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze
- Le edizioni di Bto sono conference su due giornate con 160 appuntamenti

### leri e oggi





### La progressione

Il confronto tra la presenza degli Airbnb a Firenze nel 2009 e nel 2017: otto anni fa erano meno di una decina gli appartamenti messi a disposizione sulla piattaforma, oggi sono oltre 10 mila

# WORLD HALL

### Accoglienza robotica

Il direttore della Bto, Giancarlo Carniani, ha inaugurato Bto, l'evento in corso alla Fortezza, con un «confronto» con Paolo Pepper. Si tratta di un robot «concierge», un portiere d'alberto automatizzato realizzato dall'azienda veneta Jaampa, in grado di interagire perché dotato di «intelligenza artificiale». Può riconoscere le persone, il genere, l'età, le caratteristiche fisiche. Uno di questi robot è già attivo al Park hotel di Garda dove accoglie turisti e consiglia ristoranti ed attività. Adesso «costa circa 30 mila euro – spiega Massimiliano Schiavon, presidente dell'ITS Turismo di Jesolo Bardolino — Come tutte le tecnologie, col tempo avrà un costo più abbordabile anche per le piccole e medie aziende turistiche»