

Be host
or be lost

Siamo in un'epoca di transizione come al solito

Ennio Flaiano

Il premio Nobel Bob Dylan cinquant'anni esatti fa cantava *the times they are a'changin'*, Ennio Flaiano più prosasticamente parlava di *un'epoca di transizione, come al solito*. Certamente rispetto ai tempi accelerati di questo inizio secolo il mondo della prenotazione online non sembra volere alzare il piede dall'acceleratore, un buon esempio tutto italiano e molto vicino a noi è l'incontro sull'extralberghiero tenutosi in Unione commercianti a Milano due settimane fa.

Stesso mercato Stesse regole

*Non chiamatelo più
extralberghiero*

—
Questo è il manifesto che possiamo
definire **fondatore** dello scorso anno, ed
il suo motto era stesso mercato stesse
regole oltre al suggestivo titolo
non chiamatelo più extralberghiero



I° Forum della Ricettività' in Appartamento

10 Novembre 2015- ore 9.15

Sala Colucci – Palazzo Castiglioni
c/o Unione Confcommercio Milano
Corso Venezia, 47 – Milano

“E NON CHIAMATELO PIU' EXTRALBERGHIERO....”

Ore 09.15 Registrazione partecipanti

Ore 09.30 RELAZIONI

RAFFALE PALETTI (Presidente Rescasa Lombardia)

MARCO PISCOPO (Presidente ANBBA)

INTERVENTI ISTITUZIONALI

MAURO PAROLINI (Assessore al Commercio, Turismo e Terziario di Regione Lombardia)

Nuovo mercato Nuove regole

*L'ospitalità tra...
locazione e turismo*

Dopo solo un anno il suo motto ben sottolineato da Raffaele Paletti di rescasa è mutato in *nuovo mercato nuove regole* ed alle osservazioni non proprio entusiasti della brusca sterzata ha aggiunto che piuttosto che chiedere più normative per gli chi si avvicina oggi al settore sarebbe il caso di pretenderne di meno per albergatori e B&B

15 NOVEMBRE 2016

ORE 09.15

Sala Colucci

UNIONE DEL COMMERCIO

Corso Venezia, 47 – Milano



II° Forum della Ricettività in Appartamento L'OSPITALITA' TRA....LOCAZIONE E TURISMO

Ore 09.15 Registrazione partecipanti e Welcome Coffee

Ore 09.30 **RELAZIONE INTRODUTTIVA**
RAFFAELE PALETTI (Presidente Rescasa Lombardia)

Coordina i lavori

PIETRO SENALDI (Direttore Responsabile Libero)

Ore 10.00 **INTERVENGONO**
MAURO PAROLINI (Assessore al Commercio, Turismo e Terziario di Regione Lombardia)
GIOVANNI BORT (Presidente di Rescasa Federazione)
GIORGIO SPAZIANI TESTA (Presidente Confedilizia)

Locazione turistica

Locazione pura

Affitto breve

Ricettività in appartamento

Casa vacanze imprenditoriale

Foresteria lombarda

Affittacamere

...

Il nome ricettività in appartamento
peraltro è molto azzeccato ed
aggiunge un'altra pagina alla
semantica di questa attività che
ognuno chiama con nomi diversi
seconda il contesto

Fare Airbnb

Ma noi abbiamo scoperto che ormai la gente lo chiama *fare airbnb* per questo troviamo più semplice indicare tutto questo processo da qualunque parte lo si guardi come il **modello airbnb**.





Un altro segno dei tempi che cambiano che forse vi è sfuggito pochi giorni fa, il portale venere ha chiuso i battenti definitivamente, finendo il suo ciclo iniziato oltre vent'anni fa.

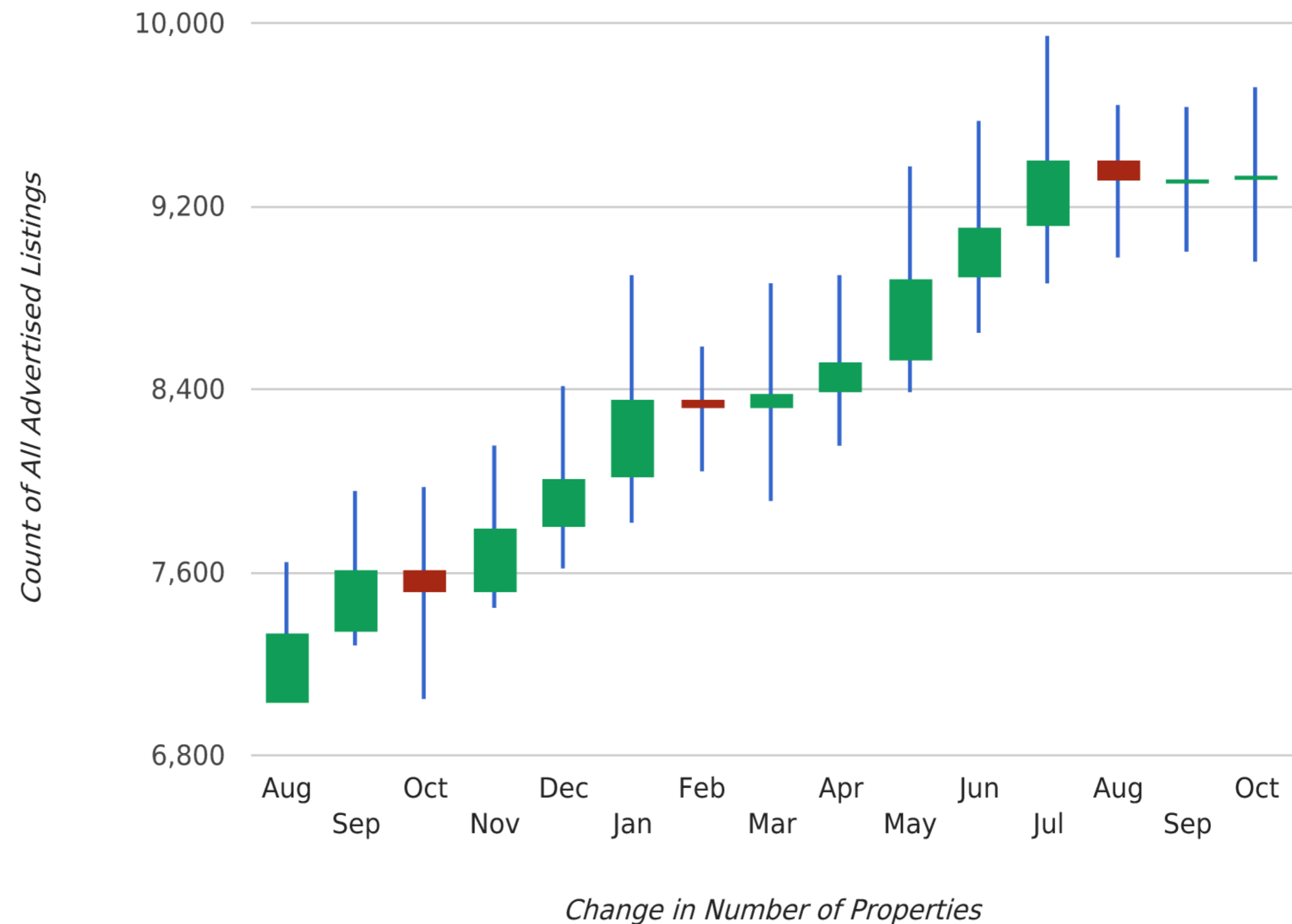
Vale la pena parlarne perché per molti di noi ha rappresentato la prenotazione online dalla fine degli anni 90 fino a ieri. ebbene la prenotazione gli è sopravvissuta e venere è stato assorbito da altri colossi più grandi di lui e nei giorni scorsi gli hanno staccato la spina. Vent'anni fa nessuno lo avrebbe predetto.

Airbnb è anch'esso un portale fortemente rappresentativo di un modello di mercato che probabilmente gli sopravvivrà in un futuro più o meno lontano, noi invece per sopravvivere in questo presente dobbiamo rassegnarci o convincerci, a seconda dei casi, a superare, andare oltre AIRBNB, in buona parte proprio per il suo successo.

La parola ai numeri

Riusciamo a rappresentarci questo successo molto concretamente attraverso questa slide presa dal **report AIRDNA di Firenze** della scorsa settimana, AIRDNA è una società USA che analizza il risultato del mercato AIRBNB nelle principali città mondiali.

L'immagine rappresenta il numero di listing, cioè di unità proposte sul portale AIRBNB (senza distinguere tra stanze ed appartamenti e loro dimensione). Come si vede in dodici mesi l'offerta è passata dai 7500 del 1 novembre 2015 ai 9300 del 1 ottobre 2016 con un incremento del 25% che si è al momento interrotto nello scorso mese di luglio.



	Aug 2015	Sep 2015	Oct 2015
Start of Month	7021	7334	7615
Start minus Unlisted in Month	7021	7275	7146
Start plus Newly Listed	7334	7674	7976
Properties Available at Month End	7334	7615	7507

Airbnb vola in Italia: è il terzo mercato al mondo per gli affitti temporanei

–di Biagio Simonetta | 25 giugno 2015



È di qualche giorno fa la notizia relativa al valore di Airbnb: 24 miliardi di dollari, più di Marriot, una delle catene alberghiere più importanti al mondo. Miracoli della sharing economy. La società californiana che organizza l'affitto temporaneo di camere e appartamenti, del resto, ha fatto un po' da apripista a questo nuovo macrocosmo economico definito da Rifkin una vera e propria rivoluzione industriale. E come ogni fenomeno di successo non sono mancate le fasi delle polemiche e delle incomprensioni. Ostacoli che non hanno impedito ad Airbnb di continuare a macinare numeri su numeri in tutto il mondo, anche in Italia. Anzi, soprattutto in Italia. Già, perché un po' a sorpresa il nostro Paese è il terzo al mondo nella classifica interna del colosso californiano, preceduto solamente da Stati Uniti e Francia.

Airbnb in Italia è guidata da un giovane di origini pugliesi, Matteo Stifanelli, diventato Country Manager dopo un breve periodo di stage a Berlino. Cosa faceva Stifanelli prima? Semplice, l'affittacamere su Airbnb. Ce lo racconta davanti a una macedonia di frutti esotici, in un locale del centro, a Milano. «Quando ho scoperto Airbnb ne sono rimasto folgorato. Ho creato un sito in italiano che spiegava il funzionamento (all'epoca la piattaforma era solo in

Successo dettato da molti fattori

- Un mercato immobiliare sproporzionato alle necessità reali dei cittadini o comunque alle loro possibilità economiche, e quindi non utilizzato con circa sette milioni di appartamenti vuoti

- La crisi economica epocale che ha stremato una classe media proprietaria di appartamenti, che si sentiva ricca ed ora non lo è più

- La capacità tutta italiana di cogliere le opportunità, ed airbnb per molti è stata ed è tuttora una **opportunità economica straordinaria**

I PIÙ LETTI DI TECNOLOGIA

1. **IDENTITÀ DIGITALI** | 30 novembre 2016
Cinque passaggi per cancellare ogni traccia di te su internet
2. **STARTUP GIORNALISMO** | 29 novembre 2016
Come l'intelligenza artificiale può e sta aiutando il mestiere del giornalista
3. **SOCIAL NETWORK** | 17 novembre 2016
Facebook sospende la condivisione di dati con WhatsApp. Ecco che cosa cambia per gli utenti
4. **TURISMO** | 29 novembre 2016
Viaggi, investire su territori e digitale
5. **GUIDA TV** | 10 giugno 2016
Hdr, 4K, Oled, curvo: ecco come scegliere il super televisore di casa

ULTIME NOVITÀ

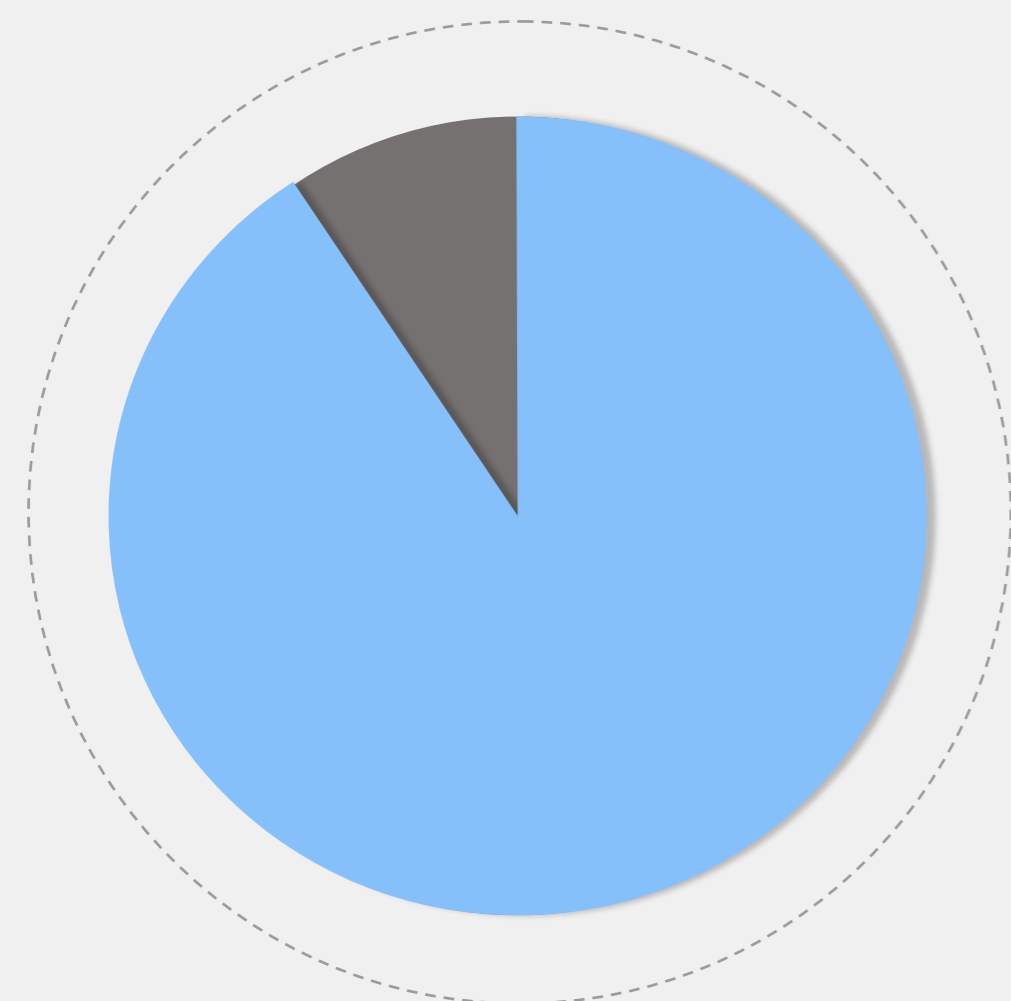
Dal catalogo del Sole 24 Ore

Tecnologia e Big Data per la digital transformation
Formazione

INNOVATION
BUSINESS SCHOOL

TECNOLOGIA
E BIG DATA

NEW YORK



HOST vs SUPERHOST

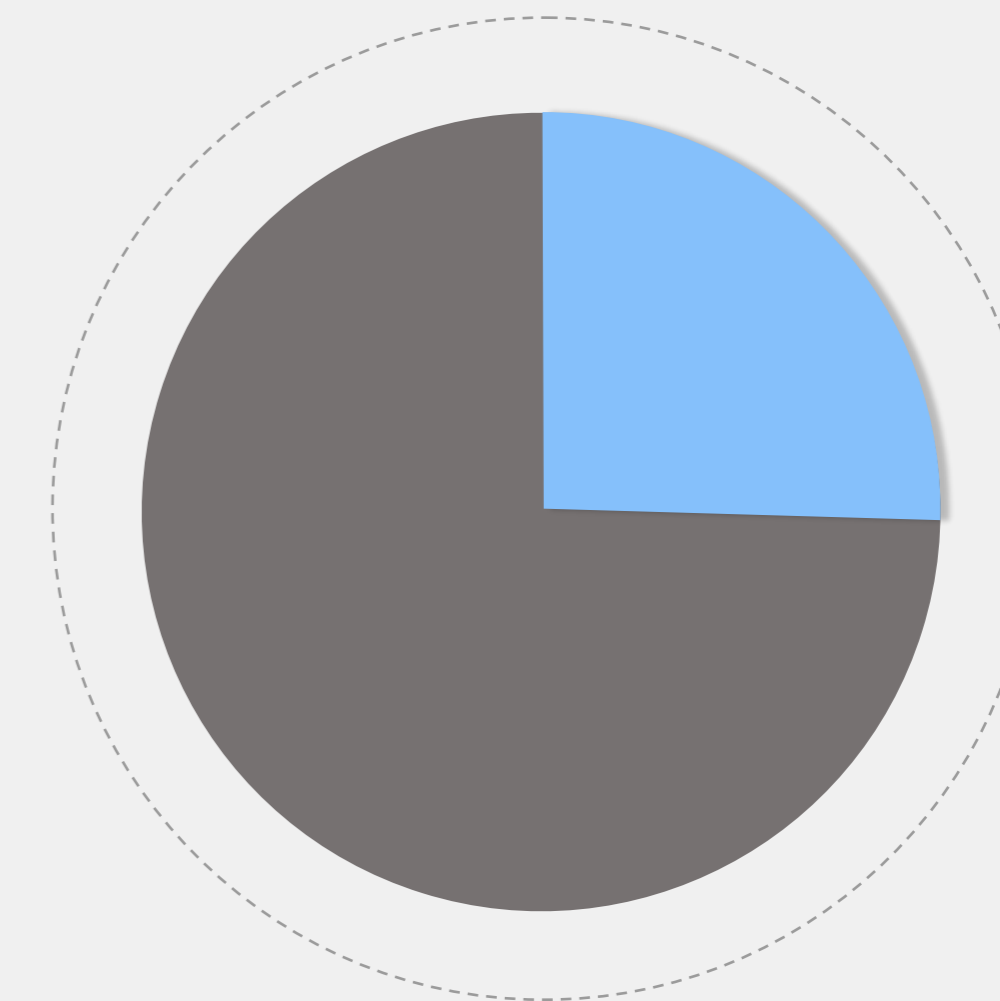
Chi sono questi molti che condividono il successo italiano di AIRBNB? Anche in questo in Italia riusciamo sempre a distinguerci dal resto del Mondo.

Fa riflettere sapere che **a NY il 93%** degli annunci airbnb è gestito da privati o comunque soggetti che hanno meno di tre appartamenti, **a Milano con 85% imprenditori** e 15% privati è l'esatto opposto .

Siamo arrivati a questo risultato incrociando i dati del portale alloggiati della questura, ai numeri ISTAT, a quando dichiara AIRBNB stesso ed il report mensile annuale AIRDNA, chi vuole leggersi tutto il documento lo trova in questo mio post:

<http://www.hospres.it/la-sharing-economy-alla-milanese-e-servita/>

MILANO



AirbnbModel

Una scommessa

La vera scommessa in Italia non è se AIRBNB andrà avanti perché è già fisicamente davanti a tutti quanti. La sua strategia è anzi da studiare nelle università commerciali come esempio straordinario di occupazione del mercato quasi militare, AIRBNB segue una logica assolutamente originale per la quale mercato e territorio coincidono e trattandosi di immobili l'approccio è assolutamente vero e vincente.

La domanda che ci siamo posti noi formichine del mercato è piuttosto se riusciremo a **farlo diventare un fenomeno sociale** o resterà come oggi una risorsa diffusa ma nello stesso tempo più difficilmente accessibile e funzionale di quanto sembri a prima vista.

airbnbmodel

Come promuovere la casa sul mercato globale

Abitazione, Alimentazione e Mobilità sono le tre esigenze primarie, la loro Storia è un manuale di istruzioni sull'uso e la scoperta del mondo materiale da parte dell'Umanità.

Non è quindi secondario che proprio in questi tre settori economici prendano forma le opportunità più interessanti e controverse di in questo quarto di secolo. La forza della sfida è moltiplicata dalla dimensione davvero globale del processo e dalla velocità con la quale riesce ad affermarsi.



Perché questo libro?

Amo i libri ed il profumo della carta e della colla che esce dalle loro pagine quando le sfogli, ma perché sopravvivano devono anch'essi

Cosa Imparerai

- 1 Posizionarsi sul mercato

ospitarci

QUESTA CASA
NON È UN ALBERGO ®

Ciclo di incontri degli host
associati presso i circoli Arci

CIRCOLI ARCI &
SHARING ECONOMY

Il Circolo Arci come riferimento territoriale
nel rapporto proprietario/ ospite.

Ho una stanza
libera da quando mio
figlio se ne è andato:
come posso ricavarne
un reddito sicuro e
quali regole devo
osservare?

Cosa dicono legge regionale
27/2015 e normativa del Comune
su B&B ed appartamenti
gestiti da privati?

Quali strumenti
mi servono per
raggiungere
questi risultati?

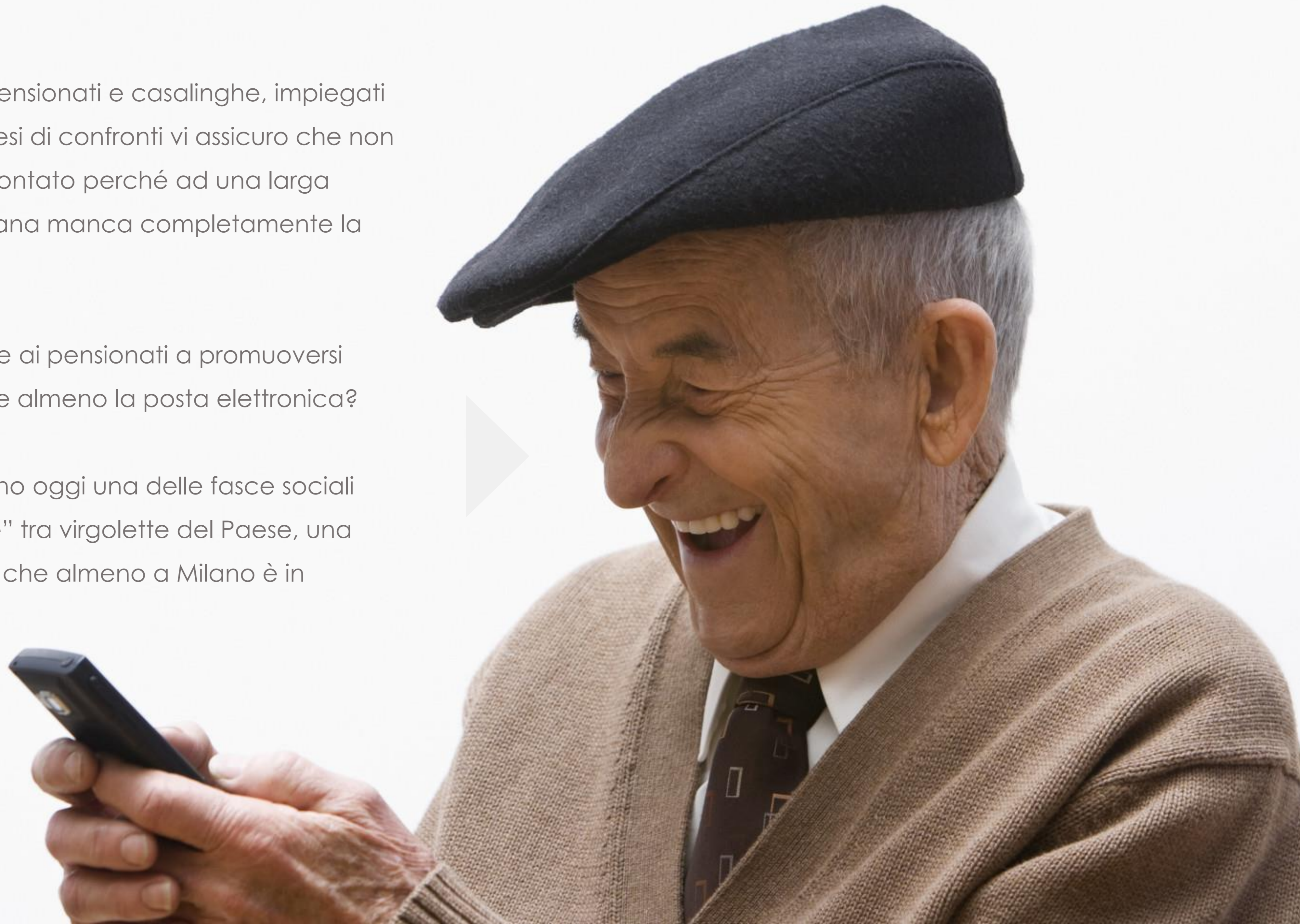
Sottoscriviamo
il patto di legalità
su fisco e normative
dell'Associazione!



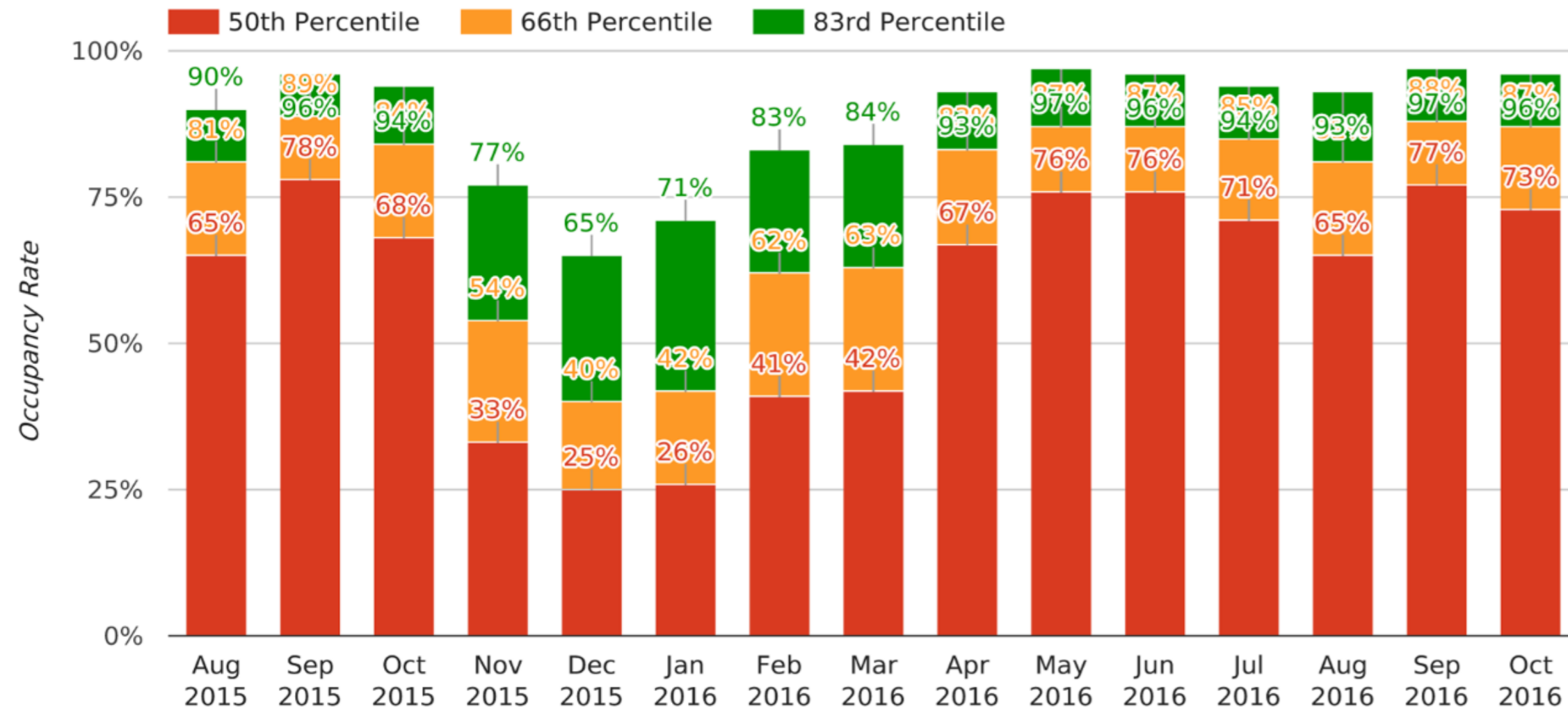
I nostri interlocutori sono pensionati e casalinghe, impiegati ed artigiani, e dopo sei mesi di confronti vi assicuro che non è una sfida dal risultato scontato perché ad una larga fascia di popolazione italiana manca completamente la grammatica informatica.

Come faccio ad insegnare ai pensionati a promuoversi online se non sanno gestire almeno la posta elettronica?

E i Pensionati rappresentano oggi una delle fasce sociali tutto sommato più "ricche" tra virgolette del Paese, una nuova vecchia borghesia che almeno a Milano è in grande parte proprietaria della propria casa ed avrebbe interesse a sperimentare AIRBNB.



Historical Occupancy Rates



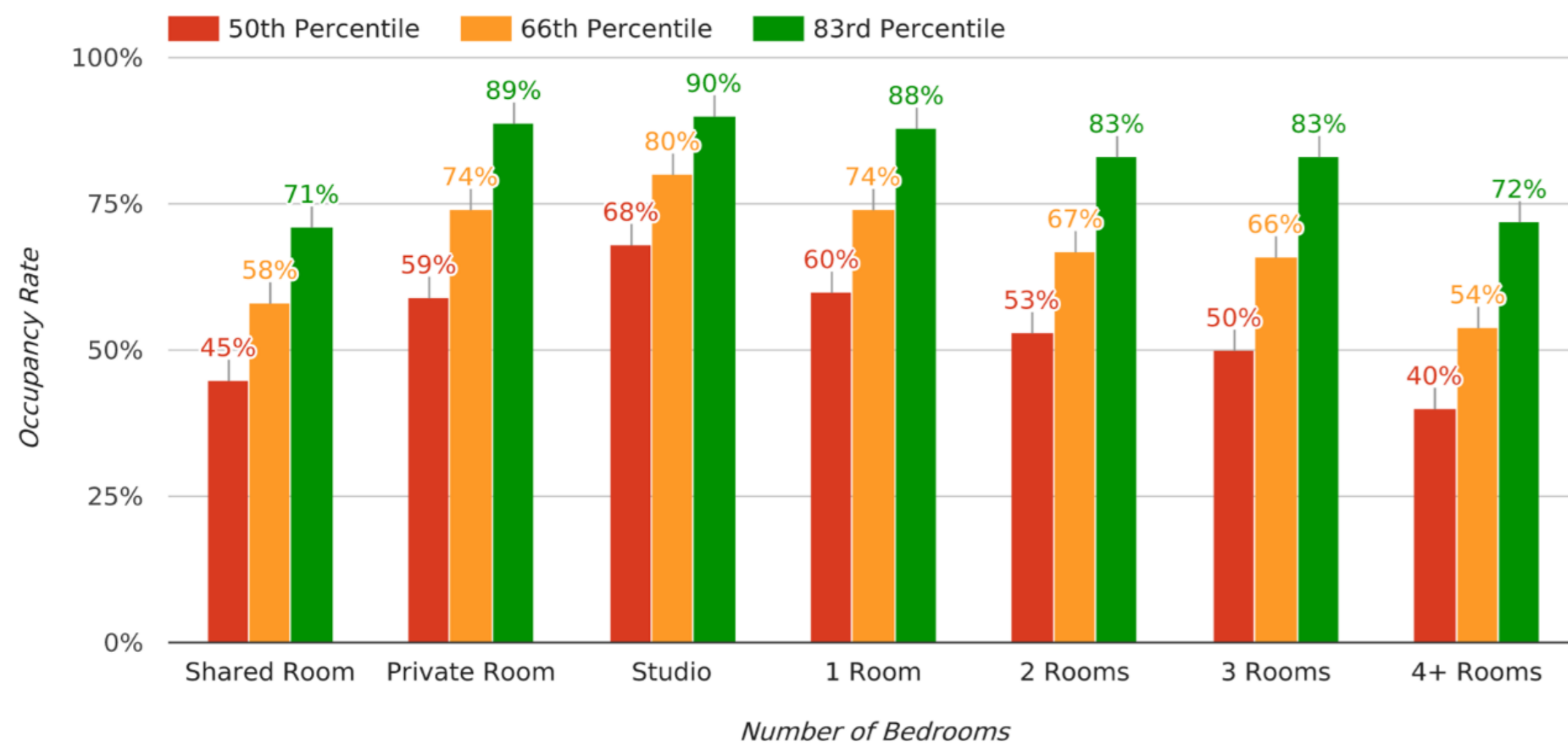
DOMANDA

Firenze Ottobre 2016

A Firenze l'occupazione media è il **54%**.

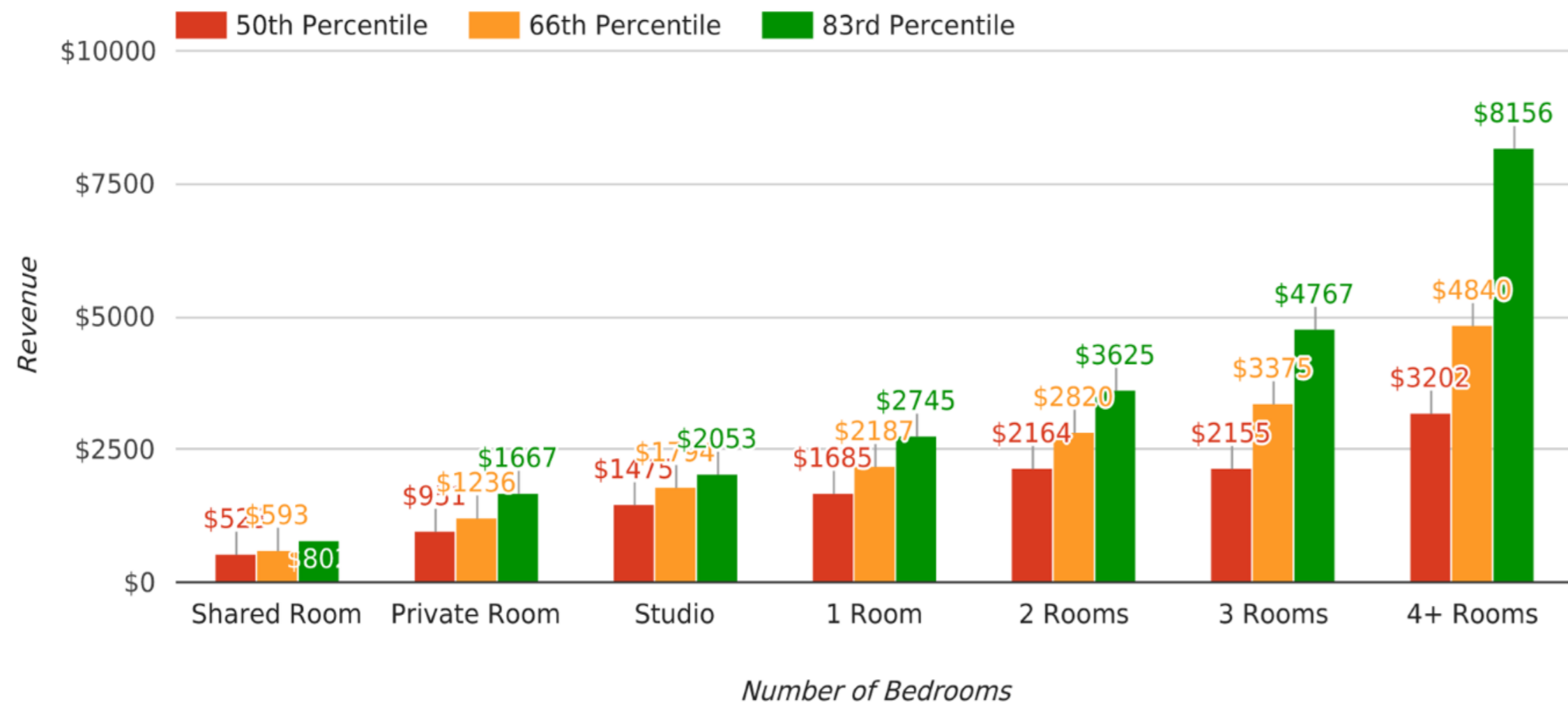
All'incirca un host su due non arriva a questa percentuale e tra tasse, commissione, pulizie e costi diversi alla fine non guadagna un bel niente.

Occupancy Rate by Rental Size (LTM)

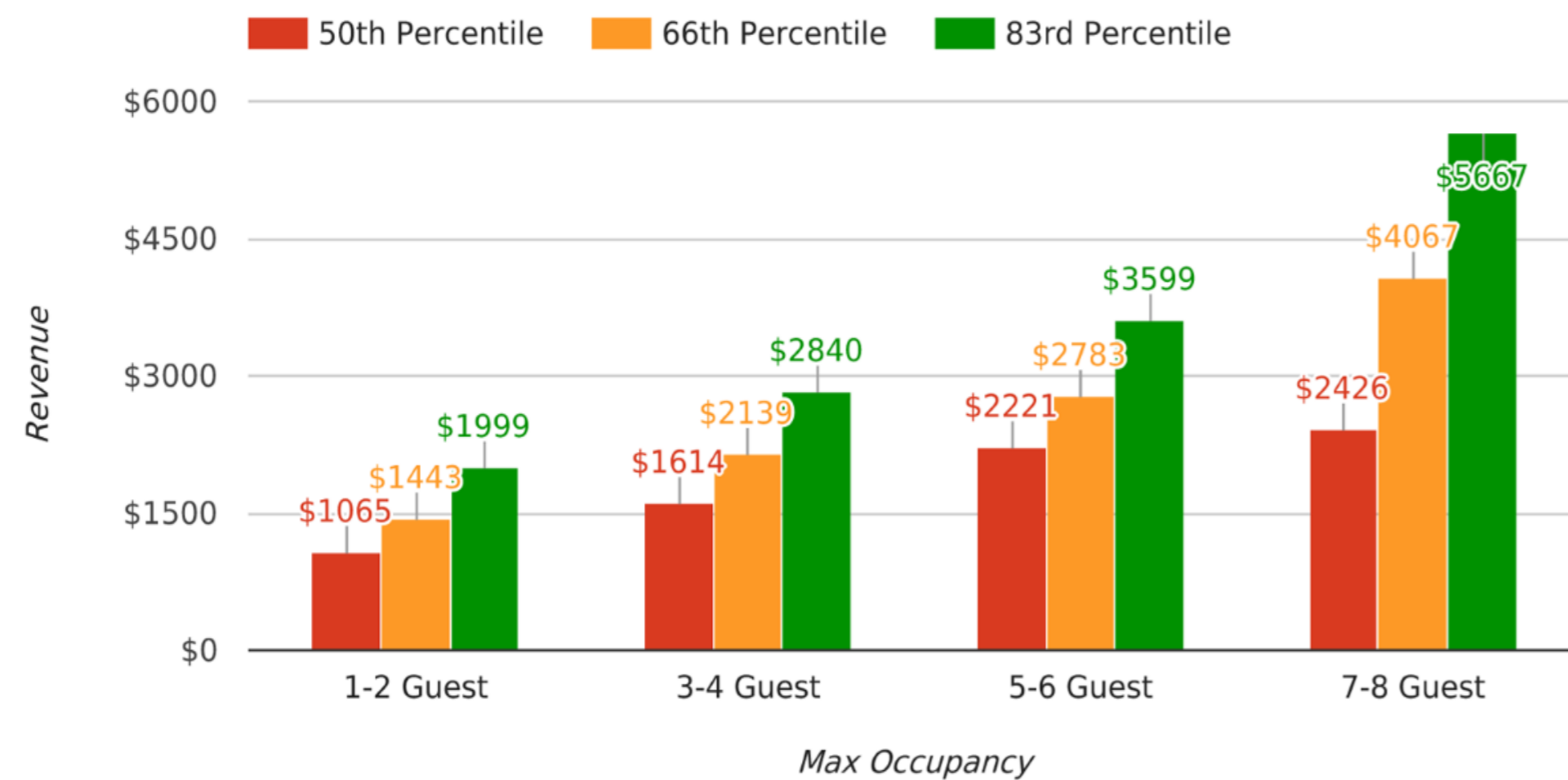


Come si vede quando cala la domanda ci perdono molto di più in proporzione i più deboli mentre recuperano spazi commerciali i più bravi che evidentemente si sanno profilare al meglio. Il nostro scopo è offrire a tutta la fascia più debole la competenza per risalire non tanto su AIRBNB stesso ma su tutta la domanda generale degli altri portali dove questa utenza non riesce a promuoversi per una oggettiva difficoltà di accesso.

October's Revenue by Rental Size (\$USD)



October's Revenue by # Guests (\$USD)



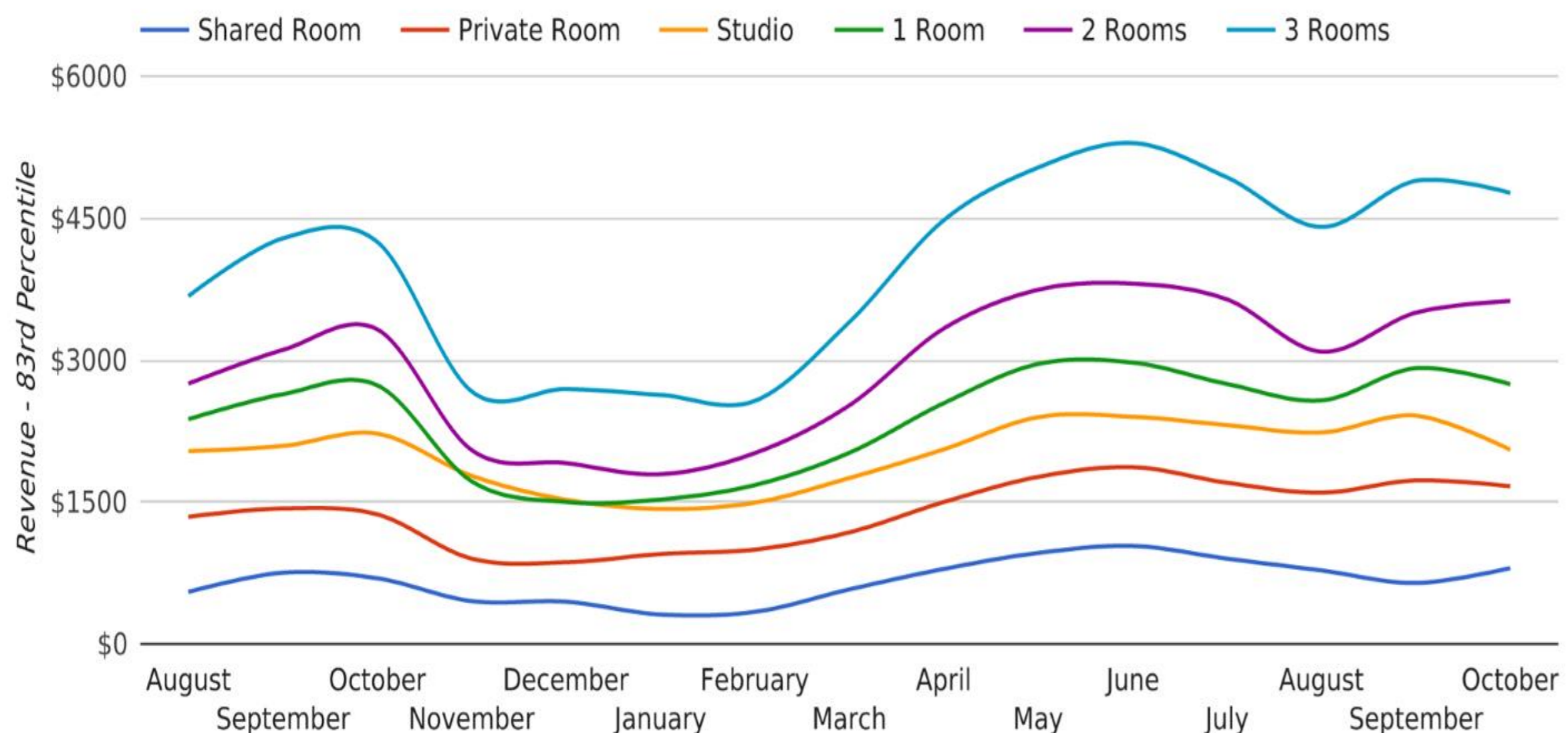
TARIFFE

Firenze Ottobre 2016

Questa slide mostra invece le tariffe e ci indica come siano molto più vicine tra loro quelle economiche rispetto a quelle delle soluzioni più costose.

Anche in questo segmento per raccogliere un certo tipo di cliente è necessario sapersi proporre nella giusta maniera, cosa che evidentemente riesce più facile ad un professionista.

Revenues - 83rd Percentile (\$USD)



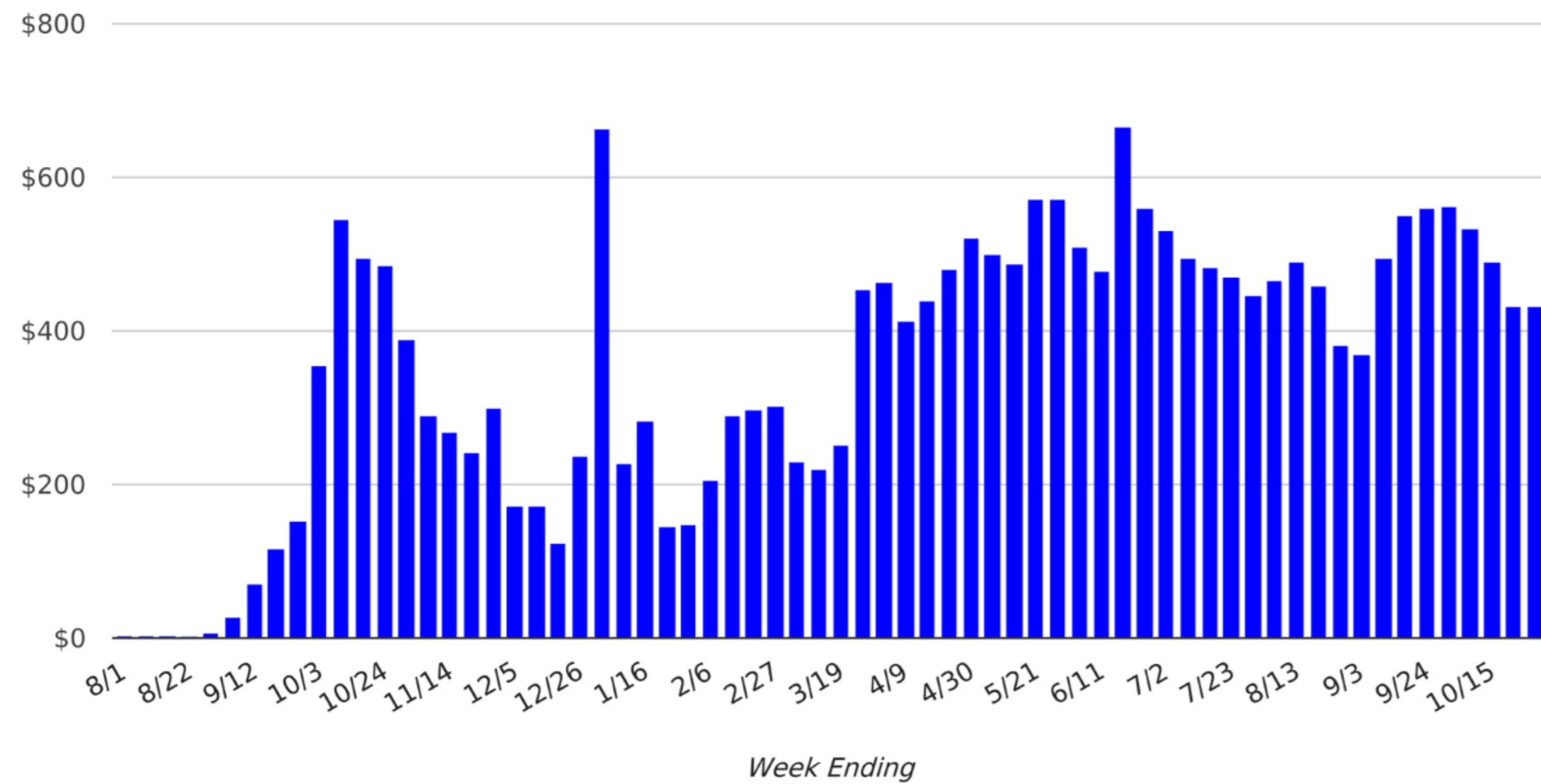
	Nov 2015	Dec 2015	Jan 2016	Feb 2016	Mar 2016	Apr 2016	May 2016	Jun 2016	Jul 2016	Aug 2016	Sep 2016	Oct 2016	Total
Shared	\$453	\$446	\$312	\$340	\$577	\$793	\$962	\$1036	\$902	\$777	\$645	\$802	\$8045
Private	\$902	\$864	\$951	\$998	\$1180	\$1500	\$1766	\$1869	\$1704	\$1599	\$1729	\$1667	\$16729
Studio	\$1777	\$1524	\$1428	\$1494	\$1754	\$2057	\$2397	\$2402	\$2313	\$2235	\$2413	\$2053	\$23847
1 Bedroom	\$1719	\$1500	\$1527	\$1680	\$2021	\$2545	\$2959	\$2974	\$2748	\$2574	\$2914	\$2745	\$27906
2 Bedrooms	\$2049	\$1912	\$1794	\$2018	\$2522	\$3334	\$3743	\$3809	\$3641	\$3089	\$3501	\$3625	\$35037
3 Bedrooms	\$2669	\$2695	\$2632	\$2570	\$3402	\$4478	\$5035	\$5294	\$4931	\$4407	\$4894	\$4767	\$47774
4+ Bedrooms	\$3341	\$3350	\$3497	\$4611	\$5299	\$7844	\$6126	\$10199	\$7493	\$7161	\$7729	\$8156	\$74806

TARIFFE

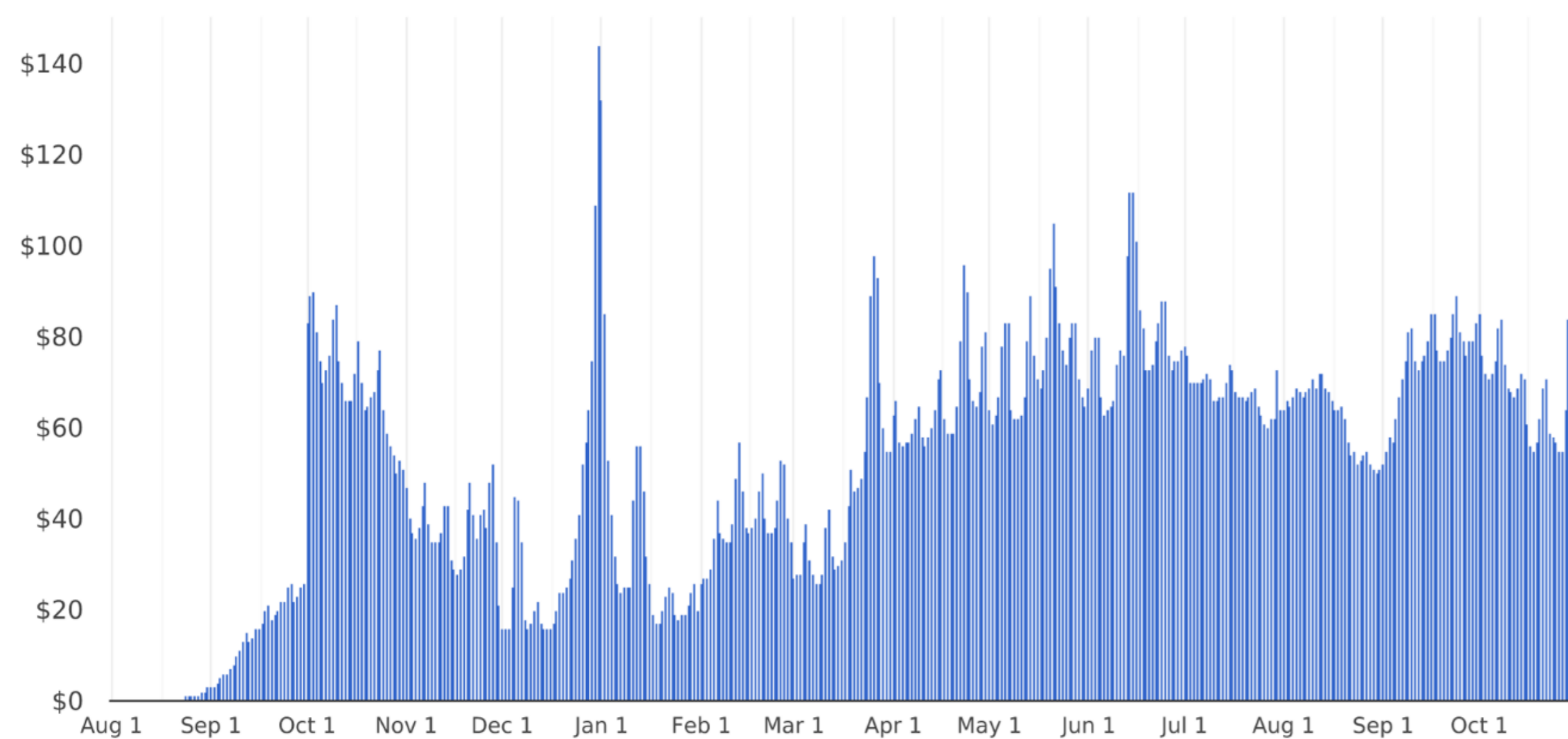
Firenze Ottobre 2016

A proposito di tariffe è interessante vedere come insieme all'incremento quantitativo (25%) dell'offerta su Firenze che abbiamo visto in precedenza, si è accompagnato negli ultimi mesi un forte incremento delle tariffe che in un anno sono cresciute in alcuni casi del 60/ 70% indicazione che evidentemente il mercato è in forte sviluppo, certamente aumentare insieme la quantità dell'offerta ed i prezzi può provocare stress nella domanda ma dalla slide seguente non sembra sia accaduto

Seasonality - Weekly RevPAR (revenue per available room)



Seasonality - Daily RevPAR (revenue per available room)



STAGIONALITA'

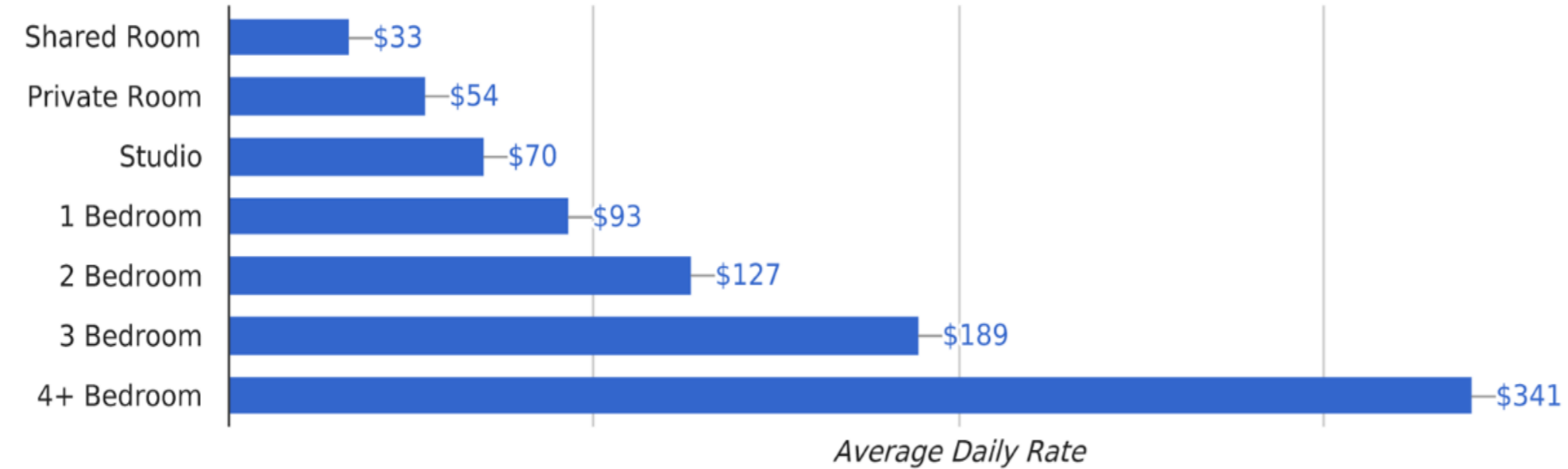
Firenze Ottobre 2016

Questa è una indicazione della domanda dal portale AIRBNB che mostra il suo sviluppo non solo sulla stagionalità ma proprio tutti i fine settimana perché come vedete i week end rappresentano dei picchi di domanda.

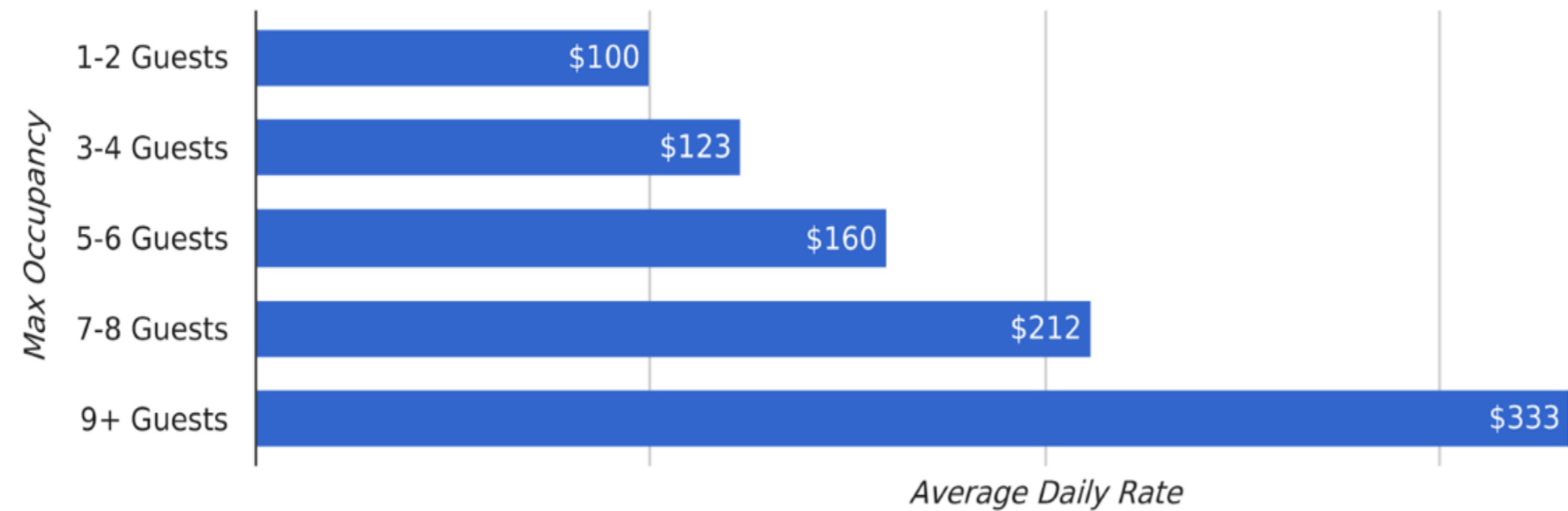
Questa ad esempio è una ottima indicazione per gli host perché alzino i prezzi in quelle date già dodici/ venti mesi prima

PREZZO MEDIO

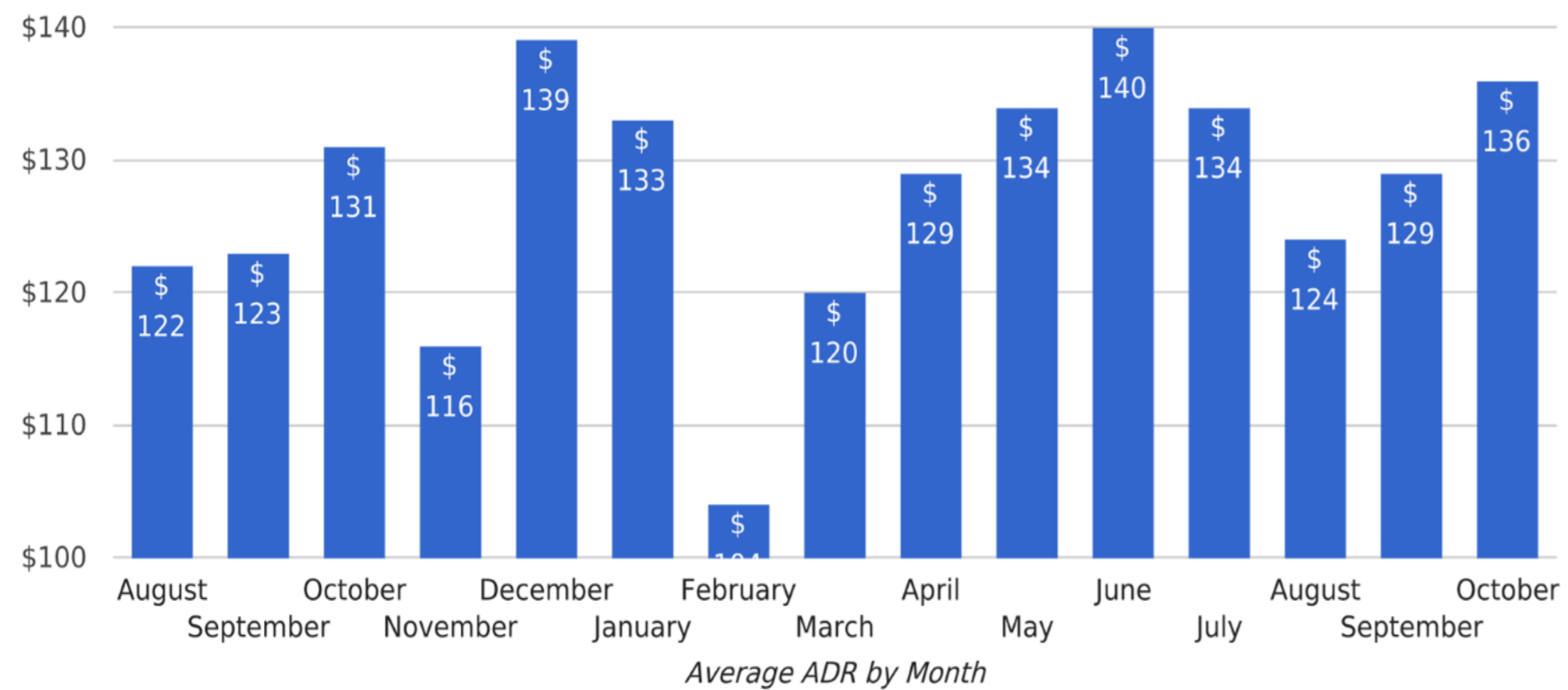
Firenze Ottobre 2016



Average Daily Rate



Average Daily Rate



Average ADR by Month

Il **prezzo medio giornaliero** del venduto a Firenze rappresenta una fondamentale risorsa per costruire un progetto di revenue management ad uso degli appartamenti sui prossimi 24 mesi posizionandoci mese dopo mese settimana dopo settimana week end dopo week end con prezzi diversi in funzione di questi elementi.



Questo è quello che intendiamo con Airbnb Model

Portare al privato funzionalità e strumenti propri dell'alberghiero, conoscere il mercato per posizionarsi correttamente. Non starò qui a raccontare a voi di property management system, channel manager e booking engine, ma si tratta esattamente di questo, ricostruire tutto un pacchetto a misura delle funzionalità dei proprietari e gestori degli appartamenti

Site Overview

agoda.com

Find

agoda.com Traffic Statistics

Find similar sites to agoda.com

This site's metrics are estimated

Is this your site? [Certify your site's metrics.](#)

How popular is agoda.com?

Alexa Traffic Ranks

How is this site ranked relative to other sites?



Global Rank ?

890

Rank in Indonesia ?

223

Visitors by Country



Country	Percent of Visitors	Rank in Country
Indonesia	9.0%	223
Thailand	7.8%	97
Malaysia	7.2%	72
Taiwan	6.9%	240
India	6.4%	1,308
China	6.4%	1,777
Japan	6.3%	1,323
South Korea	5.4%	342
Singapore	4.5%	89
Hong Kong	4.1%	146
United States	3.7%	5,036
Philippines	3.0%	150
United Kingdom	2.3%	1,452
Australia	2.0%	582
Vietnam	1.8%	379
Saudi Arabia	1.4%	705
Germany	1.3%	3,383
Myanmar	1.2%	106

Site Overview

airbnb.com

Find

airbnb.com Traffic Statistics

Find similar sites to airbnb.com

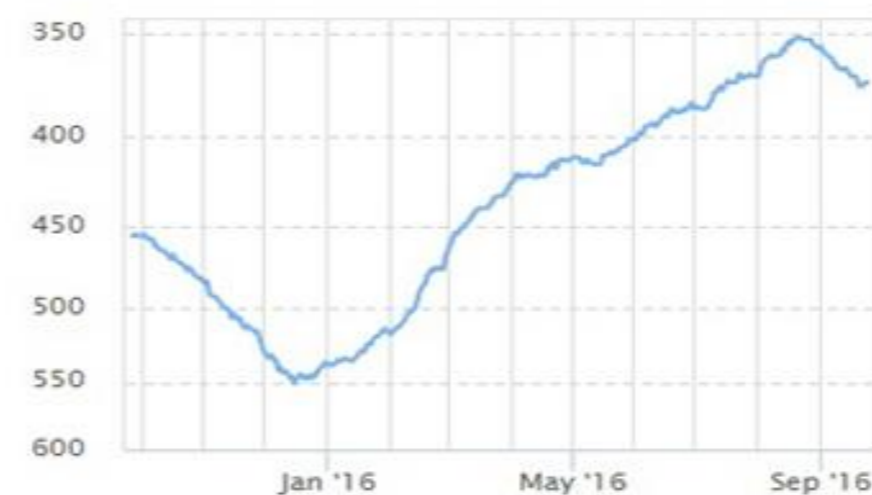
This site's metrics are estimated

Is this your site? [Certify your site's metrics.](#)

How popular is airbnb.com?

Alexa Traffic Ranks

How is this site ranked relative to other sites?



Global Rank ?

373 ▲14

Rank in United States ?

124

minimize

Audience Geography

Where are this site's visitors located?

Visitors by Country



Country	Percent of Visitors	Rank in Country
United States	51.0%	124
China	6.6%	615
Germany	3.0%	590
France	2.5%	578
Italy	2.0%	564
Spain	1.8%	637
India	1.8%	2,663
United Kingdom	1.8%	977
Japan	1.5%	2,553
Mexico	1.5%	541
Malaysia	1.2%	233
Canada	1.1%	883
Netherlands	1.1%	315

Site Overview

Find

wimdu.com Traffic Statistics

[Find similar sites to wimdu.com](#)

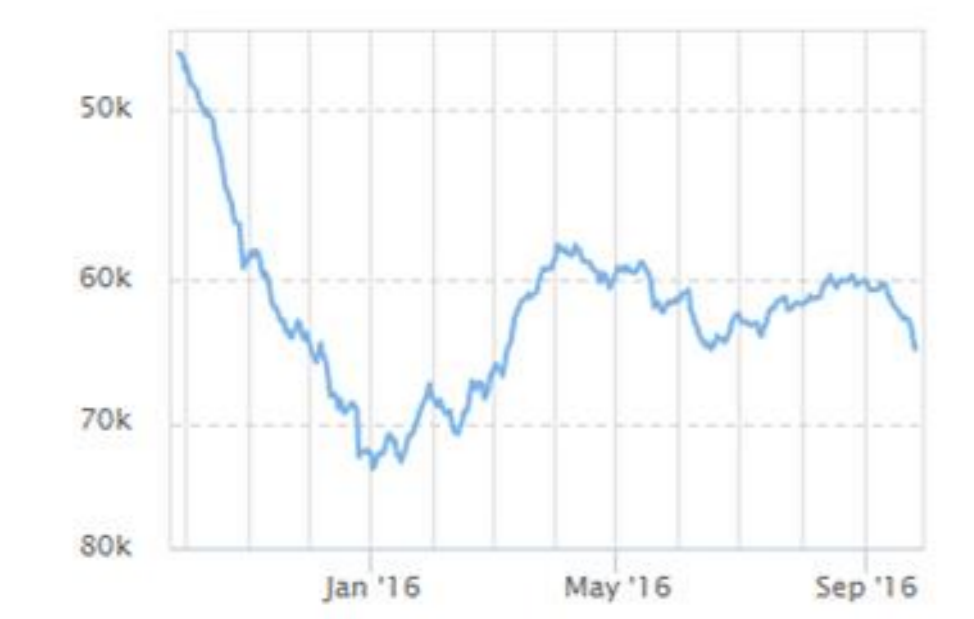
This site's metrics are estimated

Is this your site? [Certify your site's metrics.](#)

How popular is wimdu.com?

Alexa Traffic Ranks

How is this site ranked relative to other sites?

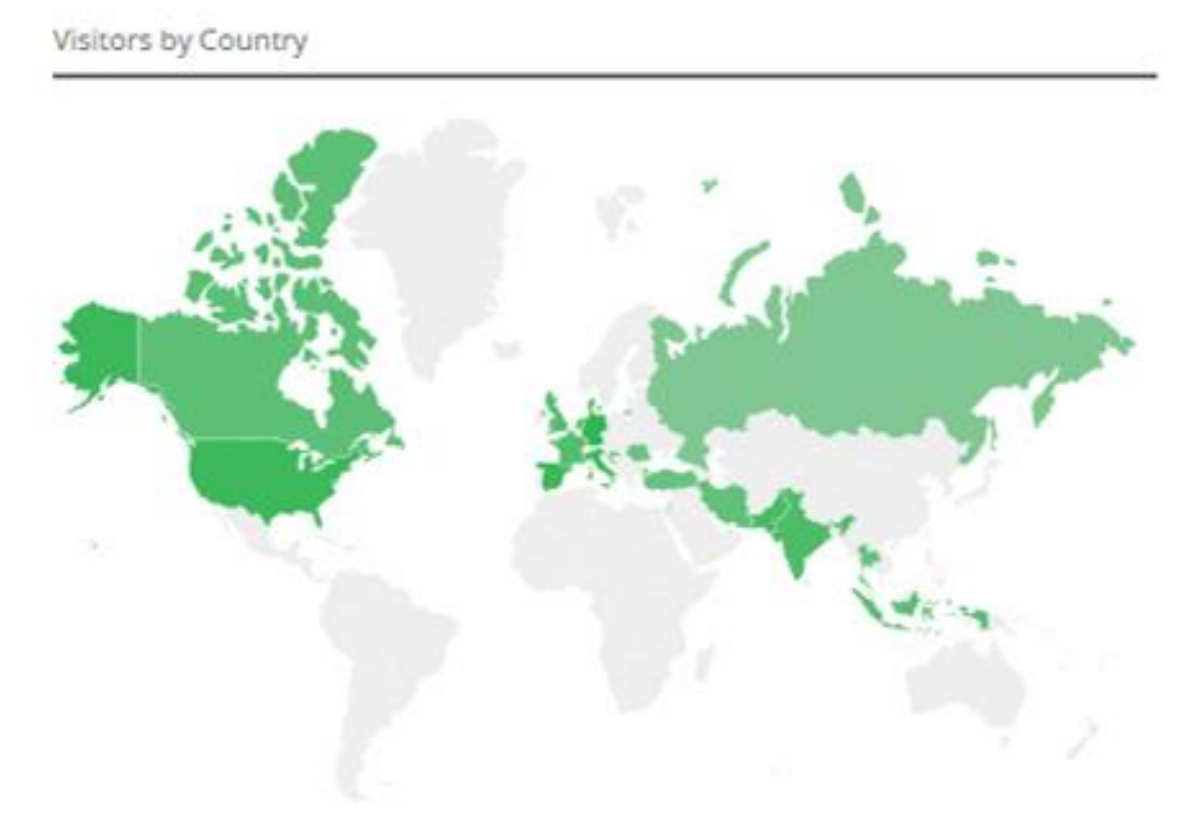


Global Rank [?]
🌐 **64,631** ▼ 1,027

Rank in Germany [?]
🇩🇪 **27,276**

Audience Geography

Where are this site's visitors located?



Country	Percent of Visitors	Rank in Country
🇩🇪 Germany	13.0%	27,276
🇺🇸 United States	8.9%	100,293
🇪🇸 Spain	8.8%	20,988
🇮🇹 Italy	7.6%	30,016
🇦🇩 Croatia	5.7%	1,812
🇵🇰 Pakistan	5.2%	9,786
🇳🇱 Netherlands	4.3%	20,096
🇮🇳 India	4.2%	110,352
🇬🇧 United Kingdom	3.2%	76,057

Site Overview

Find

atraveo.com Traffic Statistics

[Find similar sites to atraveo.com](#)

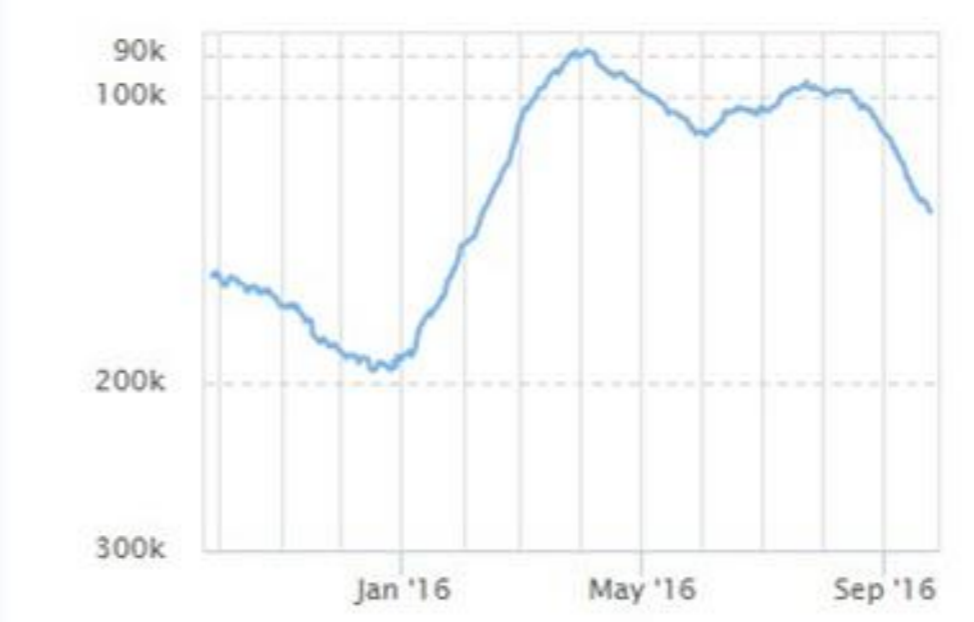
This site's metrics are estimated

Is this your site? [Certify your site's metrics.](#)

How popular is atraveo.com?

Alexa Traffic Ranks

How is this site ranked relative to other sites?



Global Rank [?]
🌐 **132,007** ▼ 28,892

Rank in Germany [?]
🇩🇪 **36,107**

Audience Geography

Where are this site's visitors located?



Country	Percent of Visitors	Rank in Country
🇩🇪 Germany	36.0%	36,107
🇪🇸 Spain	15.6%	32,873
🇦🇪 United Arab Emirates	15.4%	5,220
🇦🇩 Croatia	7.9%	3,541
🇬🇷 Greece	2.1%	52,059

Who visits agoda.com?

?

Audience Demographics

How similar is this site's audience to the general internet population?

Gender



Age

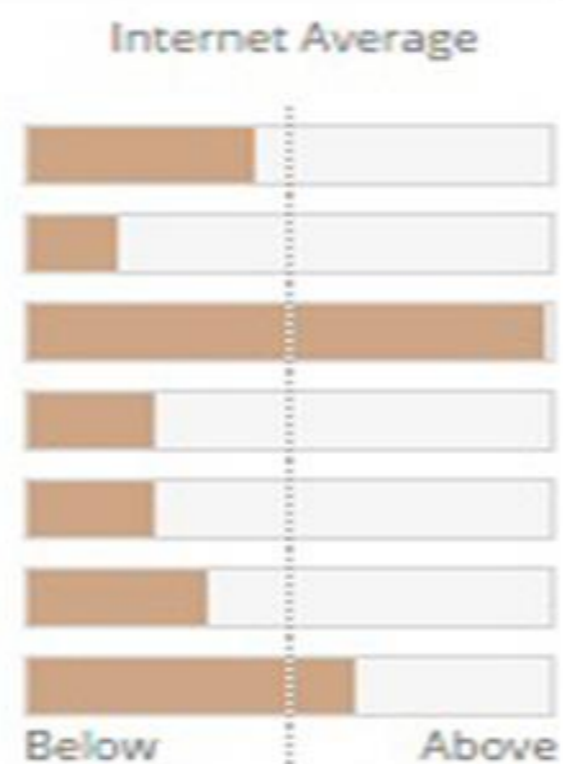


Has Children



Ethnicity

- African
- African American
- Asian
- Caucasian
- Hispanic
- Middle Eastern
- Other



Who visits airbnb.com?

?

Audience Demographics

How similar is this site's audience to the general internet population?

Gender



Age

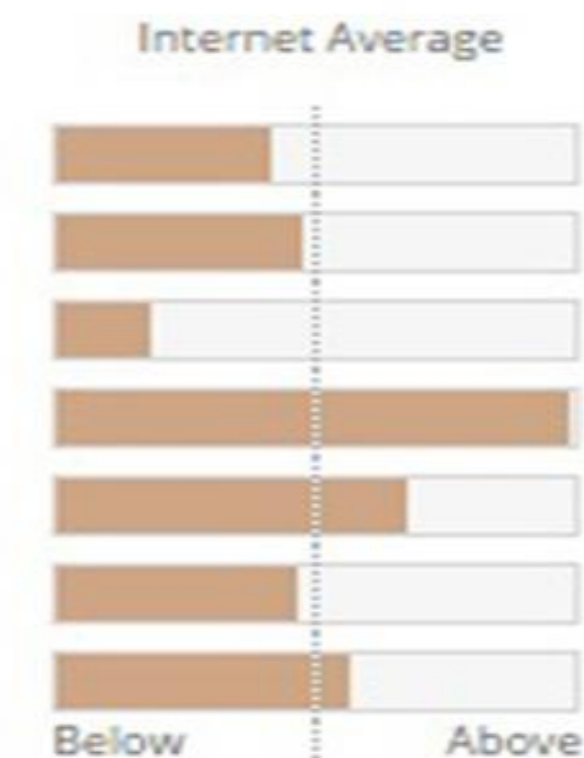


Has Children



Ethnicity

- African
- African American
- Asian
- Caucasian
- Hispanic
- Middle Eastern
- Other



Who visits atraveo.com?

?

Audience Demographics

How similar is this site's audience to the general internet population?

Gender



Age

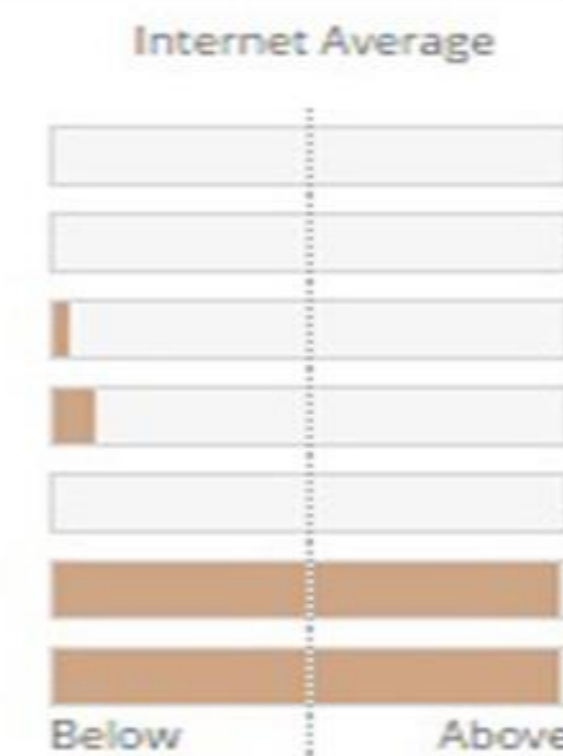


Has Children



Ethnicity

- African
- African American
- Asian
- Caucasian
- Hispanic
- Middle Eastern
- Other



Who visits wimdu.com?

?

Audience Demographics

How similar is this site's audience to the general internet population?

Gender



Age



Has Children



Ethnicity

- African
- African American
- Asian
- Caucasian
- Hispanic
- Middle Eastern
- Other

