

Giulio D'Agostino

FrancoAngeli

# AFFITTA E FAI CONOSCERE CON INTERNET LA TUA CASA VACANZA E B&B

GUIDA PRATICA PER CHI OFFRE  
(E CERCA) ALLOGGI TURISTICI PRIVATI

Con i migliori siti di annunci e consigli utili



# Trenda

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



# Trend

*Le guide in un mondo che cambia*

In testi agili, di noti esperti, le conoscenze indispensabili nella società di domani.

---



Giulio D'Agostino

**FrancoAngeli** 

# **AFFITTA E FAI CONOSCERE CON INTERNET LA TUA CASA VACANZA E B&B**

GUIDA PRATICA PER CHI OFFRE  
(E CERCA) ALLOGGI TURISTICI PRIVATI

Con i migliori siti di annunci e consigli utili

# Trend

Copyright © 2014 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.  
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le  
condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito  
[www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

*“Tourism’s new frontier?  
It might just be your home!”.*  
*The New York Times, July 2012*





# Indice

<b>Premessa</b>	pag.	11
<b>A chi è rivolta questa guida</b>	»	13
<b>Introduzione</b>	»	15
<b>1. Affittare una casa vacanza o un bed &amp; breakfast</b>	»	21
1. Che cos'è una casa vacanza	»	21
2. Casa vacanza o albergo?	»	23
3. Il bed & breakfast: una formula di successo	»	25
4. L'ospitalità nelle case vacanza e nei B&B: un affare in crescita	»	30
4.1. Bed & breakfast	»	32
4.2. Casa vacanze	»	33
<b>2. Che cosa mi serve sapere per iniziare</b>	»	37
1. Internet e e-mail: le basi di partenza	»	37
2. I social network	»	38
2.1. Che cosa sono e perché sono importanti	»	39
3. Fare un annuncio (con)vincente	»	41
3.1. Descrizione	»	42
3.2. Foto	»	44
3.3. Tariffe d'affitto	»	46
4. Il sito web/blog	»	47
4.1. Perché avere un proprio sito/blog: presenza e contenuti	»	50
4.2. Quali errori evitare	»	52

4.3. Cosa non deve mancare in un sito di casa vacanza	pag.	54
5. Come non perdersi nel <i>mare magnum</i> degli annunci	»	56
6. Comunicare con gli ospiti stranieri	»	58
7. Disponibilità di tempo e impegno	»	60
<b>3. La mia casa sarà adatta?</b>	»	61
1. L'offerta integrata tra <i>nuovi turismi</i> e criticità del sistema	»	61
2. L'offerta allargata: la posizione	»	64
3. L'offerta essenziale: la struttura e l'arredamento	»	67
3.1. La struttura	»	67
3.2. L'arredamento	»	70
<b>4. Il turismo nell'era del Web 2.0</b>	»	79
1. Dal turismo tradizionale al marketing di relazione	»	79
2. Web 2.0 e social media	»	81
2.1. I social media	»	82
2.2. Web, community e social: la rivincita del turista fai da te	»	83
2.3. Potenzialità e caratteristiche dei social network	»	84
2.4. Il social media marketing	»	85
3. Turismo e Web 2.0: panoramica della situazione italiana	»	88
4. Il marketing turistico in Internet della tua casa	»	91
4.1. La tua casa nei siti di annunci turistici	»	91
4.2. Usare le reti social per far conoscere la tua proprietà	»	95
4.2.1. Creare una pagina su Facebook	»	96
4.2.2. Creare un profilo su Twitter	»	97
4.2.3. Creare un account su Youtube	»	97
<b>5. Dove pubblicizzare? Portali turistici commentati</b>	»	99
1. Suddivisione dei portali e loro caratteristiche	»	99
1.1. Flow-chart della decisione	»	101
1.2. Gestione diretta o mediata? Altre considerazioni	»	101
1.3. Come sono stati scelti i siti?	»	104
2. Portali a gestione diretta (inglesi)	»	105
3. Portali a gestione diretta (francesi)	»	107
4. Portali a gestione diretta (tedeschi)	»	108
5. Portali a gestione diretta (italiani)	»	111
6. Portali a gestione diretta (nordamericani)	»	113
7. Portali a gestione diretta gratuiti	»	116
8. Portali a gestione mediata	»	118
9. Portali di bed & breakfast	»	126

<b>6. Dai primi contatti all'accoglienza e oltre</b>	pag. 131
1. Contatti via e-mail	» 132
2. Pagamento dell'anticipo	» 135
3. Prima dell'arrivo: preparazione della casa	» 136
4. Orario di arrivo e incontro	» 137
5. Accoglienza	» 140
6. Durante il soggiorno: parola d'ordine "disponibilità"	» 142
7. Partenza dei clienti e dopo	» 144
<b>7. Frodi e tutela del turista</b>	» 147
1. Truffe via e-mail a danno dei proprietari	» 148
1.1. Come avviene la truffa	» 148
2. Tutele contrattuali online: impegni del proprietario	» 149
3. Dalla parte del turista	» 151
<b>8. Miglioramento continuo</b>	» 157
1. Parola d'ordine: "differenziarsi"	» 157
1.1. Informazioni	» 158
1.2. Innovazione e internazionalizzazione	» 159
1.3. Farsi trovare in Internet	» 160
2. Qualità del servizio e <i>customer satisfaction</i>	» 165
2.1. Funzionalità della casa	» 170
3. Certificazione di qualità del B&B	» 170
3.1. Decalogo della qualità e caratteristiche richieste per l'assegnazione del marchio	» 173
3.2. La valutazione della qualità da parte degli ospiti: le recensioni	» 175
<b>9. Gli obblighi di legge</b>	» 177
1. Definizioni	» 177
2. Appartamenti in locazione pura: breve vademecum	» 178
2.1. Focus sugli adempimenti per accogliere il turista	» 179
2.2. Contratto, canone e durata della locazione per gli appartamenti in locazione pura	» 181
3. Bed & breakfast: le caratteristiche dell'attività	» 184
3.1. Passaggi principali per aprire un'attività di bed & breakfast	» 186
3.2. Gli adempimenti durante la gestione	» 188
3.3. Utilizzo di Internet	» 191
3.4. Adempimenti specifici per bed & breakfast	» 192

3.5. La preparazione della colazione secondo le norme vigenti	pag. 193
4. Il regime fiscale	» 194
4.1. La fiscalità del bed & breakfast	» 194
4.2. La partita IVA	» 195
4.3. La fiscalità dell'appartamento in locazione pura	» 196
5. Responsabilità civile del gestore	» 197
5.1. Contenzioso con il turista ed arbitrato	» 198
<b>Appendice: legislazione regionale su case vacanza e bed &amp; breakfast</b>	» 199
<b>Bibliografia e sitografia</b>	» 207

## Premessa

Le mutate condizioni economiche, unite alla straordinaria espansione del turismo fai da te in rete e alla voglia di non rinunciare comunque a un periodo di relax e di svago in un posto piacevole, stanno spingendo sempre più turisti, italiani e stranieri, a scegliere di affittare autonomamente una casa vacanza o a soggiornare in un bed & breakfast.

Voglia di tranquillità e di novità, certo, ma anche di risparmio. Perché la spesa media per un appartamento per tutta la famiglia è in genere decisamente più bassa del costo di un hotel di medio livello, senza contare il risparmio indotto, quello che riguarda il cibo.

Con l'appartamento, infatti, si può scegliere anche di pranzare in casa, in intimità con i propri cari e con i propri orari; con i soldi risparmiati soggiornando in B&B ci si può permettere di andare alla scoperta di qualche tipico locale consigliato dal padrone di casa.

Certo, occorrono spirito di adattamento e un po' di capacità organizzativa rispetto alla classica vacanza "tutto compreso". Però piace e il trend di crescita è notevole.

Soprattutto perché il consolidamento dell'uso della rete Internet favorisce l'espansione tumultuosa anche di questa nicchia del mercato turistico e facilita la ricerca di alloggi alternativi extra alberghieri, in genere in posti poco frequentati dal turismo di massa.

I due canali classici, l'agenzia di viaggio e il passaparola tra conoscenti, stanno subendo la concorrenza del fai da te della rete e dei social network in costante e inarrestabile crescita.

La passione e la curiosità verso questo nuovo e promettente settore dell'offerta turistica ha convinto l'Autore della necessità di farne una pubblicazione, in modo da dare indicazioni operative e facilitare il compito a tutti coloro che, avendo una stanza in più, un appartamento inutilizzato o una seconda casa, volessero iniziare una interessante opportunità di integrazione del proprio reddito o ampliare la propria clientela, per chi ha già iniziato.

La difficile congiuntura economica di questi anni, infatti, ha determinato ripetuti aggravii fiscali sulla tassazione degli immobili, e sulle seconde case in particolare, creando una situazione di forte incertezza e sofferenza fra i piccoli proprietari, scoraggiati oltretutto alla vendita da un mercato immobiliare stagnante e recessivo.

Il lettore farà bene quindi a tenere a mente che ciò che qui è riportato vuole essere uno stimolo a intraprendere, senza spese rilevanti o commissioni scoraggianti, questa attività collaterale oltre che a costruire, a propria volta, un personale percorso di ricerca sul web volto ad approfondire, diversificare e ampliare i siti citati.

La rete, è risaputo, è un oceano sconfinato che riserva sempre nuove scoperte a chi ha voglia e curiosità di cercare. Ma è altresì noto che essa è in continuo divenire e in perenne cambiamento e l'autore, nell'augurarsi che questa guida possa essere utile a proprietari e turisti, si scusa fin d'ora, con i lettori e i gestori dei siti Internet menzionati, per eventuali inesattezze o discordanze.

## A chi è rivolta questa guida

Questa guida si rivolge a chi desidera fare da sé, sia nel mettere online l'annuncio della propria casa vacanza o bed & breakfast, sia nel cercare autonomamente la migliore soluzione dove trascorrere le proprie vacanze.

Per il proprietario è un valido strumento per la preparazione dell'alloggio e per l'affitto in rete, con tutto quello che è utile e necessario conoscere.

Al turista, invece, desideroso di trovare autonomamente sul web la sua vacanza, suggerisce ampie possibilità di soggiorno attraverso la scoperta dei migliori e più affidabili portali di annunci di strutture turistiche economiche extra alberghiere.

Internet rappresenta uno strumento potentissimo nel favorire l'incontro fra chi cerca e chi offre alloggi e consente oggi una gestione economica e diretta del contatto fra proprietari e potenziali clienti provenienti da ogni parte del mondo.

Un contatto diretto fra proprietario e turista significa prima di tutto conservare integro il reddito prodotto dall'affitto. Un notevole risparmio di costi, quindi, sia per il gestore che per il turista in quanto non vi sono intermediari né alte commissioni da pagare.

Ma significa anche creare una dimensione relazionale di fiducia e rispetto fra il proprietario e il turista, di grande importanza, favorita appunto dalla rete, della quale si dirà più avanti.

Tutto ciò non sarebbe stato possibile, o almeno non certamente con tale straordinaria dimensione di visibilità, senza il web che ha rivoluzionato completamente ogni aspetto della nostra vita di cittadini/consumatori, permettendo un contatto, prima inimmaginabile, fra offerta e domanda di servizi e nelle relazioni interpersonali.

L'incontro fra chi offre un alloggio turistico e il potenziale turista avviene in massima parte su specifici portali di affitto tra privati di case-vacanza. Si tratta di siti specializzati che danno la possibilità ai proprietari di inseri-

re il proprio annuncio anche in più lingue, con aggiunta di foto, dietro pagamento di una quota annuale o di piccola commissione sugli affitti.

I turisti, da parte loro, senza alcun costo, possono con calma visionare le tante proposte nella località desiderata e contattare direttamente il proprietario via e-mail o, in altri casi, attraverso il tramite del gestore del sito.

Essendo questa forma di turismo maggiormente sviluppata e abituale nel Nord Europa (Francia, Inghilterra, Danimarca e Germania) e negli Stati Uniti, è proprio in questi paesi che sono nati e risiedono i maggiori portali di annunci di cui ci occuperemo.

Sebbene rivolta prioritariamente a coloro che intendono iniziare o già svolgono questa attività in forma non imprenditoriale, anche chi gestisce professionalmente un'attività di tipo turistico (agriturismo, country-house, affittacamere, residence) può trovare in questa guida informazioni di grande interesse per migliorare il servizio e ampliare la propria clientela.



# Introduzione

Per organizzare e realizzare la perfetta vacanza fai-da-te è necessario il contributo di un solo mezzo: INTERNET.

Con buona pace di un tormentone pubblicitario degli anni '80, il turista fai da te è il turista che risponde alla crisi in modo creativo ed efficace, non rinunciando alle vacanze ma scoprendo modi più evoluti di viaggiare.

Nell'arco di pochi anni questo strumento è diventato talmente parte di tutti noi, tutti i giorni e per qualunque attività, che ha cambiato radicalmente la nostra vita, il nostro lavoro e le nostre relazioni, con un impatto rivoluzionario sulla società e il mercato.

L'evoluzione del fenomeno turistico in relazione ai cambiamenti tecnologici e sociali che hanno condotto al Web 2.0 contiene l'essenza dello stato attuale della rete ed esprime il passaggio da una fase in cui gli utenti fruivano passivamente i contenuti visibili (Web 1.0) a quella attuale in cui le persone generano contenuti condivisibili e scambiano informazioni con altri utenti.

Le caratteristiche della rete si sono fuse insieme a quelle di tutti gli attori, nessuno escluso, del fenomeno turistico. La diffusione massiccia dei social network, dei blog e di tutte le piattaforme online che permettono lo scambio di informazioni tra gli utenti hanno posto le basi per l'evoluzione del web e tutti gli operatori della filiera turistica devono reinventarsi e aggiornare i propri sistemi se vogliono stare al passo dei propri clienti.

Oggi ogni turista, così come ogni viaggio è profondamente diverso da un altro. Ci sono diverse tipologie di viaggiatori perché ognuno è mosso dalle proprie motivazioni e compie determinate scelte lungo il suo percorso.

Il turismo è un atteggiamento mentale, in forte relazione col vissuto del turista stesso. Le motivazioni che lo guidano nella scelta sono artico-

late e si legano al suo immaginario: un mondo “altro” che affascina e stimola i sensi.

È divenuto quindi maggiormente esigente e diversificato, sempre più rivolto ad un mix di attività *leisure* nelle quali prevale il binomio natura-cultura.

Il turista cerca sempre meno il classico soggiorno al mare ed è, invece, desideroso di andare alla scoperta di consuetudini di vita e ambienti poco conosciuti, rimasti finora fuori dai percorsi battuti dal turismo di massa.

La fase del turismo in cui ci troviamo è conosciuta come post-moderna. In particolare, il turismo post-moderno è strettamente legato all’esperienza del singolo individuo, rispetto al concetto moderno che intendeva un fenomeno di massa prevedibile e rintracciabile in macro categorie.

La vacanza fai-da-te rispecchia esattamente le caratteristiche di affermazione della soggettività e personalizzazione dell’evento turistico tipiche del post-modernismo. Grazie ad Internet viene facilmente raggiunto questo obiettivo.

Ragioni economiche e di organizzazione del lavoro, poi, hanno favorito una ricerca attenta di possibilità di risparmio e il desiderio di articolare le vacanze durante tutto il corso dell’anno.

La grande rivoluzione dei voli low-cost ha costituito, da questo punto di vista, un impulso formidabile favorendo l’apertura al movimento turistico europeo (e mondiale) di ampie zone del territorio italiano finora escluse in quanto marginali e poco conosciute.

Il web, infine, *last but not least* ha modificato radicalmente la modalità di ricerca, contatto e prenotazioni delle vacanze da parte dei turisti e di offerta da parte delle strutture turistiche di ogni livello e dimensione.

Il turismo nelle case vacanza conosce quindi una nuova e rinnovata vitalità divenendo, al contempo, più maturo, perdendo in parte la caratteristica legata al risparmio per famiglie numerose per acquisire invece proprie peculiarità quali:

- poter visitare zone meno conosciute del paese, ai margini delle località ove impera l’industria del turismo e dove le strutture sono poche o inesistenti;
- il desiderio di un turismo “sostenibile” e di qualità;
- la possibilità di essere autonomi e poter gestire “in prima persona” le proprie vacanze;
- il vivere in una dimensione a stretto contatto con la realtà locale;
- la tranquillità da folle vocianti di alberghi, residence e campeggi;
- la libertà da vincoli e orari.

Aspetti questi tutti legati alla qualità della vita. Forse proprio per questa ragione il turismo nelle case per vacanze è da sempre molto più sviluppato e usuale nei paesi del Nord Europa rispetto alla nostra realtà italiana.

Oltre quelli sopra elencati, i vantaggi di soggiornare in una casa per vacanze o in un B&B sono anche di ordine pratico. Vediamone alcuni:

- l'aver solitamente a disposizione più spazio che in una stanza d'albergo;
- il calore di una casa accogliente e "vissuta", come fosse la propria, al contrario di certe asettiche e anonime stanze d'albergo;
- la disponibilità di una cucina (sovente disponibile, seppure alquanto spartana e limitata all'essenziale in alcuni B&B) per prepararsi qualcosa quando se ne ha voglia, senza vincoli di orari, con la libertà di andarsene in trattoria/pizzeria quando si vuole;
- la cortesia e la disponibilità del proprietario dell'alloggio, spesso in grado di dare tutte le informazioni e i suggerimenti utili, conosciuti solo da chi ci vive, sui posti da visitare, i migliori ristoranti e gli eventi in zona;
- il costo dell'affitto settimanale, decisamente inferiore per una famiglia media, in quanto il proprietario non ha eccessivi costi fissi da ammortizzare, come di solito avviene per una struttura più grande;
- la possibilità di potersi permettere delle "uscite" extra con i soldi risparmiati;
- affittare direttamente dal proprietario assicura inoltre un'attenzione personalizzata e un "calore umano" impossibile da ricevere in una struttura alberghiera.

Almeno tre fattori, quindi, nel più generale fenomeno dei profondi cambiamenti della nostra società, hanno rivitalizzato di molto la tipologia del turismo extra-alberghiero facendone una realtà molto interessante e in continuo sviluppo:

- il desiderio di un turismo a contatto con la natura e l'ambiente "reale" del luogo visitato;
- la straordinaria diffusione di Internet quale luogo di scelta e prenotazione delle proprie vacanze;
- la diffusione a tutti i livelli di una "filosofia low-cost" per cui si ha un occhio attento al risparmio e non si è più disposti a spendere per nulla che non sia essenziale<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> "Il low cost si sta affermando tra i consumatori come una vera e propria filosofia di vita e rappresenta quindi per le aziende una sfida, un'occasione da non perdere. A scegliere tra le

Internet in particolare, come vedremo, ha rivoluzionato completamente il mondo del turismo, consentendo:

- ampia visibilità alle offerte turistiche;
- grande autonomia di scelta da parte del turista;
- possibilità di contatto immediato;
- notevoli risparmi economici e di tempo;
- scambio di informazioni, consigli e suggerimenti sui social network

Quanto detto vale ovviamente, per gli stessi identici motivi, anche per il bed & breakfast, gli affittacamere e più in generale per tutto il cosiddetto “turismo verde” negli agriturismo e nelle country-house. Tutto il settore extra-alberghiero ha trovato in Internet un alleato potente in quanto a visibilità nel mondo, prima assolutamente impensabile. Una rivoluzione copernicana che non poteva non interessarli. È finito il tempo in cui buona parte del canone di affitto veniva intascato, sotto forma di commissione, dall’agenzia turistica locale.

Ma il vantaggio della rete non si ferma al solo aspetto economico e di visibilità. Per quanto riguarda specificamente il turismo nelle case vacanza e B&B, Internet rappresenta un *medium* formidabile in quanto consente di poter vincere i dubbi e le resistenze iniziali all’affitto che possono assalire sia il turista che il proprietario. L’uno dal dubbio che l’alloggio così ben descritto non sia esattamente quello che poi troverà; l’altro dal timore del mettere il luogo dei propri affetti nelle mani di persone sconosciute.

Internet, attraverso i contatti iniziali tramite e-mail, facilita la conoscenza e il contatto fra persone che hanno qualcosa in comune, che condividono bisogni, idee e interessi simili ai nostri.

Da questi primi contatti nasce spessissimo rispetto, simpatia e fiducia reciproca. In una parola ci si “conosce”. E quando si affitta a persone sconosciute non si hanno brutte sorprese e l’apprensione e l’incertezza scompaiono magicamente da entrambe le parti.

Passando a descrivere brevemente i capitoli di questa guida, nel primo si traccia un quadro delle caratteristiche delle case per vacanza e dei bed &

offerte concorrenziali dei marchi non sono infatti solo famiglie a basso reddito o con un basso livello di istruzione: basti pensare, per esempio, che il 30% di chi frequenta discount appartiene a un ceto medio-alto, con un elevato titolo di studio. E più del 50% della clientela dei voli aerei low cost gode di un salario che si aggira sui tremila euro al mese. Alla base di questi comportamenti d’acquisto, quindi, non c’è solo il desiderio di risparmiare, ma anche e soprattutto la scelta ideologica di spendere in modo attento e consapevole”.

Cristina Penco, “I marchi sposano la filosofia low cost”, *Italia Oggi*, 28 giugno 2006.

breakfast, mettendone in evidenza le peculiarità e il sempre maggiore successo che riscuotono tra i turisti.

Le domande che a volte rendono dubbiosi e timorosi dall'intraprendere, in qualità di gestori, iniziative di affitto per turisti sono sostanzialmente due:

- Sono in grado di proporre questa attività tramite Internet? Ho le conoscenze e le capacità necessarie?
- La mia casa ha caratteristiche di posizione, arredamento e attrattiva tali da renderla idonea per essere messa a disposizione dei turisti?

Sono dubbi questi che è bene affrontare e risolvere sin da subito e pertanto si cercherà di chiarirli già nei capitoli 2 e 3. Nel secondo, in particolare, dopo un rapido accenno all'importanza dei social network, si dirà anche dei trucchi per fare un ottimo annuncio e dell'importanza di avere un proprio sito, che abbia le caratteristiche necessarie affinché la "vetrina virtuale" dell'alloggio sia valida e completa.

Del ruolo di Internet e, più in dettaglio, dei social network e di come si è evoluto il marketing nel campo turistico a seguito del fenomenale sviluppo del Web 2.0 si parlerà nel quarto capitolo. Il capitolo successivo invece interesserà sia i proprietari che i turisti. I primi per individuare buoni portali dove mettere il proprio annuncio, i secondi per cercare l'alloggio migliore nella località desiderata. In questo capitolo infatti si riportano i risultati di lunghe ricerche in Internet, finalizzate a scoprire e valutare i migliori siti di annunci di case vacanza e B&B.

Per chi si avvicina ora all'affitto turistico o per chi lo svolge in maniera tradizionale, si aprono delle "finestre" sul mondo di grande interesse per avere riscontri rapidi e soddisfacenti dai potenziali turisti.

Se certamente è importante dare visibilità alla propria casa in Internet, ancora più importante è predisporre adeguatamente l'alloggio a disposizione del turista e garantirgli una vacanza comoda e rilassata. Di come preparare l'alloggio, accogliere il turista e tutte le piccole attenzioni verso gli ospiti si dirà nel capitolo sesto.

Anche in Internet, come nella vita reale quotidiana le frodi non mancano. Sia a danno del gestore, sia rivolte a carpire la buona fede del turista. Con un po' di attenzione si possono evitare. L'importante è essere vigili e imparare a riconoscerle. Di questo si dirà nel settimo capitolo.

Nel successivo capitolo ottavo si parlerà, invece, di miglioramento continuo e di soddisfazione del cliente. Si imparerà a come far tesoro delle osservazioni e dei suggerimenti dei turisti stessi, senza dimenticare che l'ospite appena torna nella sua casetta, se non l'ha già fatto prima, è ansioso di